

ЭСТЕТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ

1. Эстетика журналистики: поле исследования

Эстетика журналистики как область
теоретического осмысления
Трансформации творческой деятельности
журналиста в контексте культурных
и коммуникативных практик

2. Концепции и методологии в эстетике журналистики

Эстезис журналистского текста
Речевая форма журналистского
текста: уровни эстетизации
Эстетика публицистического нарратива
Эстетика визуализации в русской
дореволюционной журналистике
Фотожурналистика: эстетические
трансформации визуального языка
Аудиовизуальная журналистика: технологии
и творчество

3. Эстетические практики журналистики

Художественные журналы Серебряного века
как эстетический феномен
Время в экранной документалистике
Публицистический кинонарратив:
феномен телесности
Эстетика повседневности
в тележурналистике

Авторы:

А. И. Беленький
М. А. Бережная
Е. А. Каверина
Б. Я. Мисонжников
А. А. Новикова
И. В. Кирия
В. Ф. Познин
Е. П. Почкай
А. А. Пронин
Л. В. Комуцци
Е. С. Сони́на
Н. С. Цветова

ПЕТЕРБУРГСКАЯ
ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Петербургская школа журналистики и МК

Коллектив авторов

Эстетика журналистики

«Алетейя»

2018

УДК 070
ББК 76.01

Коллектив авторов

Эстетика журналистики / Коллектив авторов — «Алетейя»,
2018 — (Петербургская школа журналистики и МК)

ISBN 978-5-907115-07-1

В коллективной монографии очерчена проблемно-тематическая область эстетики журналистики, раскрываются концептуальные и методологические подходы к исследовательской работе и представлены эстетические практики как в исторической ретроспективе, так и в актуальном контексте. Содержание монографии тесно связано с проблематикой функционирования журналистики как социального института и профессиональной идентичности журналистов, затрагивает технологические, социальные, культурные, коммуникативные факторы эстетизации журналистского произведения. Книга предназначена для исследователей теории и практики журналистики и массовых коммуникаций, а также широкого круга специалистов социально-гуманитарного профиля.

УДК 070
ББК 76.01

ISBN 978-5-907115-07-1

© Коллектив авторов, 2018
© Алетейя, 2018

Содержание

Введение	6
1. Эстетика журналистики: поле исследования	9
1.1. Эстетика журналистики как область теоретического осмысления	9
1.1.1. Проблемное поле: тенденции формирования	9
1.1.2. Профессиональные координаты эстетики журналистики	11
Конец ознакомительного фрагмента.	22

Эстетика журналистики



ПЕТЕРБУРГСКАЯ ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Рецензенты:

доктор политических наук, профессор *С. Г. Корконосенко* (Санкт-Петербургский государственный университет)

доктор филологических наук, профессор *М.А. Мясникова* (Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина)

Авторы:

А. И. Беленький (гл. 2.5), *М.А. Бережная* (Введение, гл. 1.1, 3.4), *Е. А. Каверина* (гл. 3.1), *Б. Я. Мисонжников* (гл. 2.1), *А. А. Новикова*, *И. В. Кирия* (гл. 1.2), *В. Ф. Познин* (гл. 2.6, 3.2), *Е.П. Почкай* (гл. 3.4), *А. А. Пронин*, *Л. В. Комуци* (гл. 2.3, 3.3), *Е. С. Сонина* (гл. 2.4), *Н. С. Цветова* (гл. 2.2)

Введение

Данной монографии было суждено стать второй в серии «Петербургская школа журналистики и МК», которая выходит в издательстве «Алетейя». Предыдущая книга носила название «Теория журналистики в России» и была посвящена основным дисциплинарным направлениям в комплексе научного знания о журналистике. Эстетика, без сомнения, обладает высоким потенциалом для того, чтобы пополнить перечень субдисциплин теории журналистики. На данном этапе авторы монографии не ставили перед собой такой амбициозной задачи. Вместе с тем нельзя не замечать, что в последние годы растет интерес исследователей и практиков к эстетическим ресурсам журналистского произведения, явно сказывающихся на расширении творческих горизонтов профессии и усилении конкурентных преимуществ в современной медиасреде. Поэтому настоятельной необходимостью становится развитие взглядов на эстетику журналистики не только в русле феноменологии, но и в контекстах профессиональной идентичности и функционирования журналистики как социального института. Такой подход и определил структуру данной монографии и те проблемные доминанты, которых придерживаются ее авторы.

Раздел «Эстетика журналистики: поле исследования» открывается главой «Эстетика журналистики как область теоретического осмысления» (автор – доктор филологических наук, профессор СПбГУ М. А. Бережная). В ней обозначены предпосылки формирования проблемного поля, связанного с эстетизацией социальной реальности в СМИ, и предложены профессиональные координаты для рассмотрения эстетических категорий, представляющие одновременно и рамку, и направления как исследований общетеоретических вопросов нового предметного поля, так и конкретного анализа эстетических практик.

В главе «Трансформации журналистской деятельности в контексте культурных и коммуникативных практик» (авторы – доктор культурологии, профессор ВШЭ А. А. Новикова и кандидат филологических наук, профессор ВШЭ И. В. Кирия) показано, как меняется характер эстетического воздействия журналистики на аудиторию. По мнению авторов главы, журналистика все меньше стремится удовлетворять когнитивные потребности аудитории (эти потребности в новой технологической ситуации удовлетворяются иными способами) и уделяет больше внимания иным (в частности, аффективным) потребностям. Одним из ключевых понятий становится иммерсивность как набор приемов эстетического воздействия на читателя и зрителя, позволяющий вовлекать их в мультимедийную или трансмедийную среду повествования. Рассматривая стремление к вовлечению публики в художественное пространство как традиционный способ коммуникации с аудиторией, авторы главы подробно останавливаются на приемах, характерных для последних десятилетий развития медиаиндустрии, среди которых выделяют приемы инфотейнмента, сыгравшие важную роль в процессе гибридизации творческих методов журналистики.

В разделе «Концепции и методологии в эстетике журналистики» сделана попытка выявить научные обоснования и подходы в данной области, проследить процессы осмысления профессиональных практик в аспекте формирования эстетических взглядов на журналистику. В главе «Эстезис журналистского текста как герменевтическая категория» (автор – доктор филологических наук, профессор СПбГУ Б. Я. Мисонжников) рассматривается, как в эстетике публицистического текста раскрываются его смыслы. Прослеживая в коротком обзоре становление эстетики как науки, автор обращается к категории эстетиза, которая приобретает герменевтическую инструментальность, и подробно анализирует понятие архитектоники как модуса общего эстетического плана произведения. Рассматривая на примере журналистских текстов уровни восприятия, в которых проявляются отношения рассудочного и эмоционального, автор показывает, как категории эстетики, архитектоники, эстезиса, эстемы и ноэмы поз-

воляют с достаточной полнотой представить эстетическую идентификацию публицистического произведения.

В главе «Речевая форма журналистского текста: уровни эстетизации» (автор – доктор филологических наук, профессор СПбГУ Н. С. Цветова) продолжается размышление об эстетической идентичности журналистского текста, отмечается необходимость выявления уровней и принципов эстетизации медиатекста, признания системности процесса эстетизации, а также подчеркивается, что совершенство медиатекста обеспечивается соответствием всех компонентов процесса текстопорождения определенным требованиям. Уровни эстетизации текста связаны с его смысловой структурой, зависящей от событийно-фактологической основы и темы-идеи, с речевой компетентностью автора, имеющей ряд специфических проявлений, которые рассматриваются в главе, и с восприятием медиатекста адресатом. Отмечается, что, с одной стороны, многоаспектность форматирования журналистского текста определяет преимущественно феноменологический подход к его эстетической оценке, а с другой – профессиональные координаты предполагают подчиненность практики традиционным эстетическим и этическим нормам и принципам.

Раздел продолжает глава «Эстетика публицистического нарратива» (авторы – доктор филологических наук, доцент СПбГУ А. А. Пронин и доктор филологических наук, профессор Балашовского института (филиала) Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского Л. В. Комуцци), которая обращает внимание читателя на особый способ и результат субъективно-авторского конструирования цельной истории о невымышленных событиях по законам художественного повествования, что характерно для журналистской практики. Эстетическое своеобразие разных в структурно-композиционном аспекте нарративов прослеживается в их сопоставлении, для которого были выбраны публикации в жанрах репортажа и журналистского расследования.

Процесс эстетизации журналистских текстов в аспекте визуализации представлен в главе «Эстетика визуализации в русской дореволюционной журналистике» (автор – кандидат филологических наук, доцент СПбГУ Е. С. Сони́на). Это интереснейшее исследование изменения облика ведущих периодических изданий России: автор рассматривает, как модернизировались приемы визуализации информации в XVIII – начале XX веков и что входило в иконическую знаковую систему русской дореволюционной печати, демонстрирует типы иллюстрирования русской дореволюционной периодики – графическую иллюстрацию и информационную графику.

Тему визуализации в журналистике естественным образом продолжает глава «Фотожурналистика: эстетические трансформации визуального языка» (автор – фотожурналист и преподаватель СПбГУ А. И. Беленький), в которой рассматривается эволюция информационного и эстетического поля визуальной журналистики. Опираясь на аналитические ресурсы и труды известных теоретиков и исследователей, а также собственный тридцатилетний опыт работы фотожурналистом, автор предлагает проследить трансформацию фотографического контента в СМИ и зависимость этих изменений от объективных (технических, культурных, социальных) факторов. Историческая детерминированность трансформаций не только определяет изменения профессиональных практик фотожурналистов, но и меняет восприятие фотографического медиаконтента аудиторией. Автор обращает внимание на то, что расширение визуальных коммуникативных практик, которое происходит с участием не только профессионалов, но и любителей, делает фотографические изображения частью ткани современной жизни и медиасреды. Это порождает серьезную проблему: влияние цифровых технологий на изображение формирует новую эстетику и одновременно вселяет неверие в достоверность журналистских публикаций даже в традиционных СМИ.

Проблематика достоверности в аудиовизуальной журналистике рассматривается и в главе «Аудиовизуальная журналистика: технологии и творчество» (автор – доктор искусствоведе-

ния, профессор СПбГУ В. Ф. Познин). Прослеживая становление отечественного телевидения, автор демонстрирует, насколько изменения сугубо технического характера способны оказывать влияние на эстетические практики журналистики и восприятие экранного продукта. Однако такое влияние неоднозначно, двойственно: технологическая обусловленность эстетики аудиовизуальной журналистики не означает зависимость прямолинейную и может приводить к различным творческим результатам.

Название раздела монографии «Эстетические практики журналистики» говорит само за себя. Здесь представлены некоторые примеры эстетического осмысления времени, личности, процессов и проблем в разных журналистских текстах (в широкой трактовке этого понятия).

В главе «Художественные журналы Серебряного века как эстетический феномен» (автор – доктор философских наук, профессор СПбГУ Е. А. Каверина) рассматривается эстетически осмысленное единство концептуальных, вербальных и визуальных компонентов в журнальном тексте, существующих в органической связи и образующих журнал как целостную структуру. Автор раскрывает феномен журналов Серебряного века как воплощение модернистского мифа – построения жизни как художественного произведения и представления ее как эстетического метатекста.

Возможности журналистики в передаче чувства времени – исторического, социального, субъективного и т. д. – представлены в главе «Время в экранной документалистике» (автор – В. Ф. Познин). Будучи опытным документалистом, автор с детальным знанием материала описывает приемы создания образа времени, смены и динамики периодов, выделяя временные структуры журналистского произведения: горизонтальная передает ощущение короткого периода, в течение которого ничего не происходит, вертикальная создает историю, нарратив, а квантовая – серию отрезков времени, позволяя передвигаться от одного к другому. Тему субстанции времени в ткани публицистического нарратива продолжает глава «Публицистический кинонарратив: феномен телесности» (авторы – А. А. Пронин, Л. В. Комуцци), в которой продемонстрированы формы презентации наррации и фигуры экранной наррации, проявляющие иерархичность в представлении на экране телесного человека.

К проблематике человека обращена завершающая глава данного раздела «Эстетика повседневности в тележурналистике» (авторы – М. А. Бережная, кандидат филологических наук, доцент СПбГУ Е. П. Почкай). Авторы указывают на сближение эстетики двух направлений в этом тематическом поле – социальной журналистики и так называемой служебной (сервисной, потребительской) журналистики. Если главным функциональным вектором первого направления является поиск путей преодоления проблем, а в основе публикаций, как правило, лежит негативный социальный опыт, требующий исправления или профилактики последствий, то второе направление ориентировано на полезную информацию, потребительский интерес, позитивный житейский, бытовой опыт.

Эстетическая феноменология журналистики дает неисчислимо количество поводов для исследования, которые будут, как мы надеемся, дополнять и расширять наше представление о предметном и проблемном поле эстетики журналистики. Этот коллективный труд будет способствовать соединению разрозненных наблюдений и исследований на необычайно многообразном и увлекательном направлении научного осмысления современной журналистики.

1. Эстетика журналистики: поле исследования

1.1. Эстетика журналистики как область теоретического осмысления

1.1.1. Проблемное поле: тенденции формирования

Актуализация и неизбежность формирования эстетики журналистики как особой отрасли научного знания определены целым рядом обстоятельств современной медиасреды. Во-первых, мы наблюдаем стремительное расширение спектра выразительных возможностей журналистики, обусловленных развитием новых технологий медиапроизводства, во-вторых, аналогичная палитра выразительных средств находит применение в иных коммуникативных потоках и родственных специальностях, что способствует смещению представлений о специфике именно журналистского произведения, в-третьих, сама журналистика активно использует творческие практики, характерные для экранных искусств, сближая при этом художественное и документальное, и, наконец, в-четвертых, в новой коммуникативной и экономической медиареальности информационное перенасыщение определяет эмоциональную, чувственную, т. е. эстетическую первооснову выбора читателем, слушателем, зрителем опубликованного материала и его воздействие. В этом контексте формирование проблемного поля эстетики журналистики сопряжено как с исследованием ее эстетической феноменологии, средств эстетического воздействия, эстетических критериев оценки публикаций, так и с определением идентичности профессиональных практик, аспектами функционирования журналистики как социального института, процессами формирования эстетических взглядов на журналистику.

Журналистика встроена в среду обитания человека, давая человеку эстетический опыт, который может обнаруживаться в стороне от видов художественной деятельности. Как указывает Р. Шустерман вслед за Д. Дьюи, «мы приобретаем этот опыт, участвуя во всякого рода корпоративных и спортивных мероприятиях, парадах, наблюдая фейерверки, продумывая убранство своего жилища, покупая себе одежду... Мы приобретаем его, посещая сайты в Интернете и концерты представителей поп-культуры, смотря телевизор и кинофильмы и т. д.»¹. При этом в природе журналистики заложена эстетическая функция, которая реализуется не только через содержательные или дидактические компоненты публикаций, но и с помощью совокупности выразительных средств и компонентов, что способствует формированию эстетических впечатлений, вкусов, идеалов. Будучи генетически взаимосвязана с риторикой, литературой, визуальными и зрелищными искусствами, журналистика проявляет себя как в русле эстетического освоения действительности, понимаемого нами в значении баумгартенского чувственного познания², так и в аспектах соотношения с «идеалом», идеей предмета³.

Синкретичность, интерактивность и возрастающая визуализация современных форм журналистики, предполагающие вовлечение аудитории в процесс восприятия и производства текста, делают эстетику той областью, в которой создаются и развиваются важнейшие факторы взаимодействия производителя и потребителя контента – журналиста и читателя, слушателя, зрителя. «Медиа инсталлированы в нашу способность понимать мир в его данности. Мы видим

¹ Шустерман Р. Прагматическая эстетика. М., 2012. С. 87.

² Прозерский В. В. У истоков эстетики // Казанск. пед... журнал. 2015. № 4. 4.2. С. 419–422.

³ Чернышевский Н. Г. Эстетические отношения искусства к действительности // Эстетика и литературная критика. М.-Л., 1951. С. 72.

не медиа, но медиями», – заметил В. В. Савчук⁴. В процессе понимания того, как происходит эстетическое воздействие, транслируются или формируются эстетические представления, впечатления, эстетические идеалы, выявляются гармонизирующие потенциалы журналистики, соотносенные с ее природой и сопряженные с ее социальным функционированием.

Нельзя не согласиться с тем, что «эстетика становится гораздо более важной и значительной дисциплиной, как только мы осознаем, что, проникая в структуры повседневности, она становится социальным и практическим феноменом»⁵. Т. М. Шатунова определяет современные СМИ как универсальное средство «эстетизации социальной реальности», превращающее события общественной жизни в шоу, в артефакт, что, несомненно, формирует новое проблемное пространство для философского осмысления⁶. Это соотносится и с тенденциями в эстетической мысли. Исследователи указывают на расширение проблематики эстетики, ее предмета, на модификацию эстетических категорий в результате слома культурной иерархии. «...Новый взгляд на прекрасное как сплав чувственного, концептуального и нравственного обусловлен его интеллектуализацией, сочетающейся с неогедонистической его доминантой»⁷.

Эстетические ресурсы и феномены журналистики привлекают внимание критики, представителей медиаиндустрии, исследователей (Ю. А. Богомолов, В. М. Вильчек, Д. Дондурей, С. Н. Ильченко, Е. А. Каверина, Л. Е. Кройчик, С. А. Муратов, А. А. Новикова, М. И. Стюфляева, Л. Г. Парфенов, А. А. Пронин, М. MacLuhan, P. Bourdieu, A. Cramerotti и др.). Эстетический инструментарий активно используется при оценке журналистских произведений (М. Ю. Казак, В. Ю. Кожанова, А. А. Крылова, Е. А. Манскова, М. А. Мясникова, В. Ф. Познин, Н. С. Цветова и др.)

В течение последнего десятилетия исследователи постоянно отмечают проникновение художественных приемов в журналистику, которая, существуя в едином пространстве с контентом самого разнообразного характера, естественным образом перенимает и усваивает актуальные эстетические практики. Современная журналистика развивается в русле общих тенденций в эстетике, которые описывают философы. Н. Б. Маньковская констатирует: «Возвышенное заменено удивительным, трагическое – парадоксальным. “Приручение” безобразного посредством эстетизации привело к размыванию его отличительных признаков. Центральное место заняло комическое в форме иронизма. Кроме того, категориальный статус приобрели понятия, традиционно бытовавшие за пределами эстетики: отвращение, абсурд, жестокость, насилие, шок, энтропия, хаос и др.»⁸. Ей вторит А. П. Балицкая: «превращение обыденного в прекрасное и возвышенное... утрата границ эстетического и художественного, возможности различения симулякра и шедевра, легитимация и утверждение массового сознания в автономных формах эстетической подлинности»⁹.

Дисфункциональность подобных эстетических практик в СМИ отмечается медиакритиками и исследователями¹⁰, однако формирование представлений о специфике эстетических критериев для журналистики как особого социального института не получило должного теоретического осмысления.

⁴ Савчук В. В. Медиафилософия: формирование дисциплины // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия: матер. междунар. науч. конф. «Медиа как предмет философии». 2008 г. 20–22 ноября. СПб., 2008. С. 24.

⁵ Шустерман Р. Указ. соч. С. 16.

⁶ Шатунова Т. М. Эстетика социального (эстетическое начало в процессе идентификации современного человека): учеб. пособие. Казань, 2012. С. 58–59.

⁷ Маньковская Н. Б. Трансформации эстетической парадигмы // Эстетика на переломе культурных традиций. М., 2002. С. 7.

⁸ Там же.

⁹ Балицкая А. П. Эстетика и этика: стратегии понимания // Эстетика и этика в изменяющемся мире / отв. ред. О. Р. Демидова. СПб., 2009. С. 6–14

¹⁰ См.: Телевидение: режиссура реальности / сост. и отв. ред. Д. Дондурей. М., 2007; Ильченко С. Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб., 2009.

Между тем появились работы, которые рассматривают актуальные *арт-практики* в аспектах социальных функций журналистики, настаивая на том, что утрата документальности в современных медиатекстах, субъективизация контента СМИ, подмена фактов их образами, а информации – эмоциональным воздействием на аудиторию свидетельствуют о стирании грани между журналистикой и искусством и более того – о вытеснении журналистики искусством, поскольку оно оказывается ближе к «правде жизни». Вот несколько высказываний из книги А. Крамеротти с говорящим названием «Эстетическая журналистика»: «Правда в репортаже – миф: за исключением случаев прямого вовлечения в событие возможны только уровни приблизительности, надежность которых зависит от позиции автора, его предвзятости и обязательств перед работодателями»¹¹; «Сами дебаты об ответственности за “правду” стоит формулировать с позиции: за какую “правду” мы несем ответственность»¹²; «Репортаж, основанный на фактах, фактичность (представление документов как фактов), “факшн” (факт + фикшн) или просто фикшн – все это репрезентация разных уровней постановки реальности, которую также можно прочесть как репродукцию сущности вещей. Мой аргумент заключается в том, что невозможно говорить правду о чем-то, но можно стать ближе к реальности путем конструирования ее модели. В конце концов, способность к воображению тесно связана с возможностью изменения, и это потенциал, который существует во всех формах культурного производства»¹³. Таким образом, с одной стороны, искусство «деэстетизируется, потому что выполняет те самые социальные функции, от которых всегда бежало»¹⁴. А с другой – журналистика утрачивает декларируемые ею качественные характеристики профессии и начинает рассматриваться вне своего социального функционирования, но в аспекте художественной выразительности: «Журналистика XXI века, подобно роману XIX века, – это культурная форма реальности, которая, скорее, создает эффект реальности, чем преподносит собственно репрезентацию реальности»¹⁵.

Можно с уверенностью предположить, что именно социальная функциональность, сопряженная с профессиональной идентичностью, – болевые точки современной журналистики – становятся определяющими при формировании представлений об эстетике в данной области.

Ю. Б. Борев указывает, что каждое проблемное поле эстетики, кристаллизуясь, имеет тенденцию к вычленению в самостоятельную научную дисциплину¹⁶. Представляется своевременным очертить проблемное поле эстетики журналистики и обозначить координаты, в которых может получить развитие данная область теоретизирования.

1.1.2. Профессиональные координаты эстетики журналистики

Категории эстетики как аппарат встраиваются в особую систему координат исследуемой области.

Координаты злободневности. Эстетические категории пространства и времени, прекрасного и безобразного, знака и интерпретации и др. вписаны в «здесь и сейчас», поскольку журналистское произведение всегда соотносено с сегодняшним днем и не существует «вчера», «завтра» или «вечно». М. И. Стюфляева называет «публицистическое настоящее» *самым*

¹¹ Cramerotti A. Aesthetic journalism. How to inform without informing. Bristol, UK; Chicago, USA, 2009. P. 22

¹² Ibid. P. 28.

¹³ Ibid. P. 31–32.

¹⁴ Шатунова Т. М. Указ. соч. С. 59.

¹⁵ Williams L., Wahi-Jorgensen K, Wardle C. “More real and less packaged”: audience discourses on amateur news content and their effects on journalism practice // Amateur images and global news. Anden-Papadopoulos K., Pantti M. (eds). Bristol; Chicago, 2011. P. 203.

¹⁶ Борев Ю. Б. Эстетика. М., 2002. С. 24.

*незавершенным*¹⁷ – любое явление слагается на наших глазах, но вписанное во время, изменчиво вместе с ним и может преобразовываться до полной противоположности. То, что смешно сегодня, завтра перестает быть смешным, а восприятие метафор и символов меняется в сиюминутном социальном и политическом контексте. «Кораблик из газеты вчерашней» из популярной песенки – символ устаревшего, обесцененного, ненужного – прекрасно характеризует феномен злободневности. В. С. Байдина указывает, что в СМИ «время фиксируется и визуализируется на базе пространственных процессов, субъективируется в сознании автора и героя медиатекста и эстетизируется при помощи языковых средств конкретного канала коммуникации»¹⁸. В координатах злободневности проявляется соотносительность журналистики с эстетикой текущего времени, осмысливаются их взаимосвязь и взаимовлияние, выявляются адекватные времени эстетические характеристики и формы журналистских произведений.

Строгость, правильность, позитивность, пафос определяли эстетику советской журналистики, которая сменилась эстетикой бунта, стихии, импровизации, живой жизни в перестроечный период. За ним пришел период эстетики агрессии, борьбы и страдания в «лихие 90-е». А к началу века живую жизнь заменил гламур, борьбу – карнавал, страдание обратилось товаром, а агрессия стала одной из основных качественных характеристик эстетики СМИ, что особенно удивительно при потребности зрителя в «социальном оптимизме», которую отмечают исследователи¹⁹.

Аспекты эстетизации времени могут иметь как технико-технологическую природу, так и содержательно-стилистическую. Техничко-технологические аспекты включают в себя исследование технически обусловленных выразительных возможностей журналистики, характерных для определенного временного периода (темпорального спектра выразительных возможностей). При этом возникает ассоциативная связь определенных технологических и стилистических компонентов журналистских произведений с историческими периодами, социальным временем. Вспомним: ушедшая реальность начала прошлого века запечатлена в черно-белом изображении и стилистике хроники, что характерно для документальных кадров того времени, но и кадры художественных лент С. Эйзенштейна, выполненные с использованием той же технологии, приобретают в современном контексте дополнительное качество документальной аутентичности. С помощью темпорального выразительного спектра мы определяем «возраст» печатных изданий, телевизионных фрагментов, радиопередач, эстетически созвучных той или иной эпохе.

Например, материал, снятый статичной камерой, что было характерно для практики ТВ 1970-х, будет идентифицироваться с тем временным периодом и восприниматься устаревшим в насыщенной динамике нынешнего многокамерного зрелища. Достаточно сопоставить съемки оркестрового исполнения в современных музыкальных программах или трансляции торжественных парадов в памятные исторические даты с кадрами аналогичных событий 1970-х годов.

М. И. Стюфляева отмечает: «Одна из причин появления на газетной полосе серых, невыразительных материалов – исчезновение “временного поля”, утрата хронологического напряжения»²⁰. Анализируя творческую лабораторию известного репортера и публициста Г. Бочарова, она подчеркивает важность его эмоционального, не-расчлененного, трудно поддающегося анализу восприятия времени. Сам он говорил в одном из интервью, что пытался писать

¹⁷ Стюфляева М. И. Образные ресурсы публицистики. М., 1982. С. 10

¹⁸ Байдина В. С. Образ социального времени в телевизионном пространстве: автореф. дис... канд. филол. наук. СПб., 2013. С. 12.

¹⁹ Чирков М. Г. Ценности демократии в телевизионном политическом вещании (на опыте информационного обеспечения избирательных кампаний): автореф. дис... канд. политич. наук. СПб., 2002.

²⁰ Стюфляева М. И. Указ. соч. С. 11.

репортажи «затрагивая нерв дня, нерв времени»²¹. «Внутри» этого времени творил и блестящий очеркист А. Аграновский. В его очерке «Инициатива снизу» заместитель начальника «Братскгэсстроя» товарищ Янин убеждал ходоков, решивших купить пропадающий в воде лес, что в масштабе всей страны «решаются гигантские задачи», что «нельзя смотреть со своей колокольни, надо государственно смотреть». Ходоки ему возражают: мол, лес-то сгниет... «Зачем же, – сказал товарищ Янин. – Мы его сожжем»²². Соединения пафоса и анекдота для сегодняшнего читателя было бы достаточно, чтобы понять абсурд ситуации – сжигают то, что можно продать. Но автору потребовались продолжительные рассуждения и филигранная аргументация, доказывающая эту абсурдность и включающая, в частности, набор идеологических догм о человеке – хозяине строек, пользе инициативы снизу, а также цитаты из В. И. Ленина.

Журналистика запечатлевает реалии текущего времени, оставляет отпечаток их восприятия, злободневное их понимание и впечатление. Но сами запечатленные реалии становятся знаками, символами, образами времени, получают эстетическое осмысление в исторической перспективе. Утрата злободневности в эстетике журналистского материала делает его фактом истории, но не актуализирует в настоящем. В новогодние праздники 2008 года Пятый канал поставил в эфир легендарные программы Ленинградского телевидения, будоражившие умы современников в период Перестройки и описанные сегодня во многих учебниках по журналистике («Телекурьер», «600 секунд», «Пятое колесо»), – и некогда яркие, живые, увлекательные, острые сюжеты выглядели несколько архаично и банально в новом времени, однако очень точно передавали дух и стиль ушедшей эпохи.

Отметим, что при этом запечатлевается эмоциональное чувство, характерное для своего времени. В одном из выпусков программы Льва Новоженова «Старый телевизор» (Первый канал, 1997–2001) прозвучали фрагменты из советского радиофильма «Реконструкция железнодорожного транспорта», который вышел в эфир на московском радио в августе 1931 года (режиссер В. С. Гейман). Запись проводилась во время Всесоюзного съезда железнодорожников, и современные зрители слышали голоса делегатов, в которых были и восторг, и чудовищное волнение, и страх, соединенный с экстазом в момент приветствия «товарищу Сталину». Такого не было в других радиофильмах и отрепетированных репортажах того времени, создававшихся по законам сюжетно-игровой драматургии, и конечно, в кинематографе тех лет. Как отмечает А. А. Шерель, «этот хроникальный материал, фиксированный на пленку, был использован в качестве документа»²³.

Вместе с тем и в сюжетно-игровых материалах находит отражение образ времени, представляемый как темпоральный эстетический идеал. В телевизионном проекте «Намедни» Л. Парфенов умело использует эстетические контрапункты публикаций СМИ прошлого и настоящего. Ретроспективная презентация феноменов советского времени, подаваемая в современном, к тому же авторском стилистическом обрамлении, создает особый иронический и в то же время ностальгический контекст, в котором ушедшее невозвратно, а потому мило, немного забавно и, во всяком случае, интересно.

Как отмечает А. П. Балицкая, человек, живущий в мире вторичных символических форм, беззащитен перед их обаянием, поскольку подобен второй арфе, которая резонирует в ответ на аккорд, звучащий в первой. В этом мире «пространство и время перестают быть созерцаниями и становятся понятиями»²⁴. Поэтому эстетика журналистики необходимо включает в себя координаты реальности.

²¹ Цит. по: *Стофляева М. И.* Указ. соч. С. 21.

²² *Аграновский А. А.* Суть дела. Заметки писателя. М., 1968. С. 25. См. также: *Прошина Е. Е.* Психология журналистского творчества. М., 2002. С. 104.

²³ *Шерель Л.* Аудиокультура XX века. История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию: очерки. М., 2004. С. 42.

²⁴ *Балицкая А. П.* Указ. соч. С. 9.

Координаты реальности. Художественная правда или художественный мир имеют в журналистике документальную природу, соотносены с реальностью и требуют жизнеподобия – «зримости и предметности форм отображения реальности, обостренной злободневности и проникновения во все области социального мира, как в тематическом, так и в географическом измерениях... За сниженность содержания и тона до повседневности и бытовизации ей испокон века доставалось от рафинированных эстетов и интеллектуалов. Слов нет, пресса много проигрывает в глубине и совершенстве форм возвышенным искусствам и наукам. Но как раз здесь и кроется секрет ее востребованности и незаменимости»²⁵.

Эстетические идеалы профессии соотносятся с миром реальным, который далек от совершенства, но рассматривается сквозь призму возможного совершенства. Отсюда – необходимая целостность эстетической действительности в журналистике. Координаты реальности позволяют сформировать отношение к актуальным эстетическим практикам, когда, как определяет А. А. Журавлева, образ мира создается искусственно, например, пространство «исследуется как форма мышления, символ, элемент языка, как субъективная, а не объективная действительность, чувственно-ценностный живой образ пространства формализуется, упрощается, превращаясь в концепт»²⁶.

Выразительная палитра, формы визуализации, образность в современных журналистских публикациях не могут оцениваться исключительно в аспекте абстрактно-эстетическом без взаимосвязи с реальной жизнью. Соотнесенность обыденной жизни человека с жизнью социума, возможность сопоставления индивидуальных ситуаций и социальных реалий в формах, которые предоставляет журналистика, способствуют тому, что персонифицированный опыт переходит в общее социальное знание. Журналистика может сделать этот процесс естественным и незаметным, что «потенциально имеет большие возможности для восстановления социальной ткани, действуя через повседневную жизнь человека... и синхронизируя обыденные теории самых широких социальных групп»²⁷.

В этом контексте интересен феномен эстетики любительского видео, в котором как раз воплотилось стремление зафиксировать подлинность живой жизни.

В совокупности любительское видео сегодня представляет собой сравнительно новый сегмент телевизионного видеоконтента, который качественно отличается от привычного изобразительного ряда. Для него характерны низкое разрешение, неправильная цветопередача, дрожание и рывки камеры при съемке, съемка на ходу, длинные кадры, злоупотребление наездами, отъездами, панорамированием, отсутствие центра кадра, запись звука на встроенный микрофон, отсутствие выразительных крупных планов, чередования планов, немонтажная съемка, спонтанный закадровый комментарий – все то, что поставили бы в вину профессиональному оператору. Вместе с тем именно любительское видео оказывается востребованным в случае неожиданных и важных событий, так как именно любителям зачастую удается зафиксировать ключевые и характерные моменты текущего времени (о чем еще пойдет речь в других главах монографии). В процессе внедрения любительских кадров в телеконтент такое видео приобрело дополнительную стилистическую окраску и смыслы: оно воспринимается как **аутентичное** и трактуется как один из маркеров демократизации в тележурналистике²⁸, а кроме того приобретает эстетическую функцию. Как отмечает Д. Рашкофф, эстетика любительской камеры используется в полицейских сериалах американского ТВ, **имитирующих** ре-

²⁵ Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. М., 2010. С. 95.

²⁶ Журавлева А. А. Эстетика пространства: автореф. дис... канд. филос. наук. СПб., 2005. С. 16.

²⁷ Климов И. Социальные вызовы «приватизированного» телевидения // Российское телевидение: между спросом и предложением. М., 2007. Т. 1. С. 12.

²⁸ Amateur images and global news / ed. By K. Anden-Papandopoulos, M. Pantti. Bristol, UK; Chicago, USA, 2011.

листичность документального кино, поскольку американские зрители ждут от телевизионной драмы сознательного правдоподобия²⁹.

По сути, координаты реальности очерчивают широкий круг проблем, связанных с фактом и вымыслом, документальным и художественным, с мерой правды и фантазии в журналистском произведении.

В одной из давних работ С. Г. Корконосенко приводит цитату из интервью священнослужителя ленинградской программе «Телекурьер», где тот называет лжесвидетельство самым страшным грехом журналистов³⁰. Проблемы доверия к СМИ стоят на повестке дня и сегодня, когда самым популярным словом 2016 года становится «постправда», а фейковые новости – обыденным явлением³¹. Жизнеподобие симулякров угрожает утратой доверия к журналистике, с одной стороны, а с другой – запускает процесс умножения фантазийных медийных практик, которые определяют образ реальности еще до того, как аудитория осознает смысл текста.

Проблематика документальности и правды является одной из острых и болезненных в современном осмыслении журналистики, и на эстетическую составляющую возлагается значительная «вина» за это, если принимать во внимание природную амбивалентность образности в медиатекстах. Ж. Рансьер описывает это так: «...образ фильма не противоположен телепередаче подобно тому, как инаковость противоположна тождественности... Слово “образ” обозначает две разные вещи. Есть простое отношение, порождающее сходство с оригиналом, – не обязательно его верную копию, но просто то, чего достаточно, чтобы занимать его место. И есть порождающее то, что мы называем искусством, игра операций – другими словами, как раз не сходство, а искажение сходства. Это искажение может принимать множество форм», которые обостряют выражение чувства, усложняют восприятие идеи³². Данное утверждение современного французского философа близко по смыслу давнему наблюдению канадского социолога Маклюэна о разном восприятии театрального и телевизионного «убийства»³³, фактически – о противопоставлении художественного действия и реальности. На не-тождественность выражения содержанию указывает В. Демин: их идентичность приводит к показу, а не к изображению. К примеру, нельзя при помощи собаки изобразить собаку, можно только показать ее³⁴. В свою очередь, С. В. Выготский так иллюстрирует различие описательной и образной загадки: «что стоит в углу и чем метут комнату» (метла) или «в мясном горшке железо кипит» (удила) – оба примера отражают реальные предметы, но несопоставимы по образной силе и воздействию³⁵.

Феномен образа в журналистике привлекал внимание многих ученых. Классификации выявляют возможные уровни эстетического осмысления реальности: от документальной фиксации – до художественной формулы (Л. Е. Кройчик, В. И. Здорова, М. И. Стюфляева и др.)³⁶. Согласно М. И. Стюфляевой, образ-факт существует как «совпадение природных данных факта с замыслом художника»³⁷; образ-модель включает в себя не только «изображение и выражение, но и рассуждение, разъяснение»³⁸; в образе-концентрате сосредоточен «смысл

²⁹ Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. М., 2003. С. 68.

³⁰ Социальное функционирование журналистики / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 1994. С. 4.

³¹ См.: Распопова С., Богдан Е. Фейковые новости. Информационная мистификация: учеб. пособие. М., 2018.

³² Рансьер Ж. Разделяя чувственное. СПб., 2007. С. 161.

³³ Finkelstein S. Sense and nonsense of McLuhan. New York, 1968. P. 85.

³⁴ Демин В. Первое лицо. Художник и экранные искусства. М., 1977. С. 196.

³⁵ Выготский С. В. Психология искусства. М., 1968. С. 65–66.

³⁶ См.: Здорова В. И. Слово тоже есть дело: Вопросы теории публицистики. М., 1979; Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000. С. 125–167; Стюфляева М. И. Образные ресурсы публицистики. М., 1982.

³⁷ Стюфляева М. И. Указ. соч. С. 101.

³⁸ Там же. С. 125.

определенной ситуации или явления, замещающие понятие (или суждение)»³⁹. Она также отмечает, что публицистический образ решает двуединую задачу – познавательную и эстетическую, подчеркивая их равнозначность⁴⁰.

Исследователи указывают на дистанцию между жизнью и искусством, реальностью и образом, на дополнительные смыслы, которые существуют в этой дистанции и, по сути, приближают нас к пониманию реальности. «Факт не отменяет фантазии, фантазия не отменяет достоверности»⁴¹, – утверждает Кройчик.

Образ как отражение и образ как осмысление сосуществуют в журналистике – они соотношены с образным уровнем текста в разных журналистских жанрах и обнаруживаются в смысловых интерпретациях публикаций. *Несходство*, заложенное в природе образа, измеряется его соответствием реальной жизни, то есть жизнеподобием не только документальным, фактологическим, но и эстетическим – чувственным пониманием реальности, ее «духом». Журналистика передает «атмосферу настоящего через призму образного видения журналистов, обогащая ее пластическими возможностями СМК, эта трансформация позволяет современникам дистанцироваться и “увидеть” самих себя и свое время»⁴².

Дистанция или приближение? Остранение или погружение? Объективность или субъективность? Способы воспроизведения реальности в журналистском произведении могут быть различными, а результаты – неоднозначными. То, как жизнеподобный образ становится проводником социальной реальности, передает известный греческий миф о Персее: богиня Афина, подстрекая его убить Горгону Медузу, предупредила, чтобы он не смотрел в лицо чудовищу, иначе обратится в бессловесный камень, поэтому Персей видел отражение Горгоны в зеркальном щите. Прекрасную трактовку этого античного мифа дает З. Кракауэр. Реальность может быть слишком пугающей, и чтобы страх не парализовал нас, обличье ужасного мы узнаем через его изображение. Именно преломление, причем под разными углами и неоднократно, дает возможность познания действительности.

Эстетические координаты журналистики позволяют не только осознавать реальность, какой бы она ни была, но проследить ее в гуманистической перспективе, восходящей к истинной, идеальной сущности человека. Согласно Т. М. Шатуновой, склонной рассматривать эстетизацию как процесс социальный по содержанию: «Эстетическая компонента современной социальной реальности порождает странное и редкое ощущение – простое удовольствие быть человеком и жить среди людей. После того, как мы все в той или иной мере побывали одинокими атомами в толпе и сползли с сомнительных высот индивидуализма и голой субъективности, эти скромные дары эстетизации социума задают перспективу прекрасному и бескорыстному, а значит, эстетическому чувству, которое Хайдеггер обозначил как “радость от близости человеческого присутствия”»⁴³.

Координаты социального функционирования определяют прагматический характер эстетики журналистики в аспекте выполнения ею определенных задач как социального института. Информирование, интеграция, просвещение, выражение общественного мнения, организаторская, пропагандистская и другие важнейшие функции, вменяемые журналистике, актуализируются в разные периоды времени согласно задачам текущего периода. Данные координаты дают другой ракурс для осмысления темпоральных и иных эстетических практик, встраивая их в дихотомию «функция – дисфункция». Нельзя не согласиться с М. Мамардашвили: «...можно написать роман с самыми лучшими намерениями, назидательный роман, а

³⁹ Там же. С. 152.

⁴⁰ Там же. С. 130.

⁴¹ Кройчик Л. Е. Публицистический текст как жанр и как дискурс // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2003. № 3–4. С. 13.

⁴² Байдина В. С. Указ. соч. С. 16.

⁴³ Шатунова Т. М. Указ. соч. С. 60.

он будет сеять порок в силу того, что плохо написан. Странно и парадоксально, что хорошо или плохо написанное может иметь отношение к добру и злу»⁴⁴. Форма материала и выразительные средства призваны соответствовать функциям журналистского произведения, способствовать наиболее полной реализации задач публикации, авторского замысла, в этом смысле противоречивое эстетическое впечатление трактуется как дисфункциональное.

Зависимость от текущих задач СМИ проявляется, к примеру, в формулировках заголовков. Сопоставляя заголовки в отечественных и зарубежных газетах середины XX века, А. Амзин отмечает: «...для советских изданий пропаганда была важнее вырочки, а западная пресса пыталась бороться за своего читателя. Заголовки новостных материалов в советской печати, как правило, обозначали тему, процесс, а не завершённое действие, носили официальный характер, например: “Встреча глав иностранных делегаций с советскими руководителями”; в них отсутствовали глаголы, которые придают высказыванию энергию и конкретность. В зарубежных газетах заголовок содержал действие, рассказывал историю, призывал купить газету и прочесть продолжение»⁴⁵. «Коммерсант» стал первой газетой, работавшей по стандартам западной журналистики, и первой в новой

России деловой газетой, ориентированной на новости и жесткую, быструю подачу материала. «Очерковые заголовки советских газет тут не годились – предприниматели начала девяностых не стали бы читать газету, в которой из заголовка не понять смысла»⁴⁶.

Интернет-форматы новостей потребовали дальнейших трансформаций от заголовков, которые теперь представляют собой квинтэссенцию содержания публикации. При этом большую роль приобретают эмоциональные метафоры, которые способны в сжатой и образной форме передать содержание новостного текста, его концептуальную составляющую, а также воздействовать на эмоционально-чувственную сферу личности адресата, его эмоциональное состояние, положительную или отрицательную реакцию⁴⁷. Однако в изданиях таблоидного типа эмоциональная притягательность заголовков может носить дисфункциональный характер, в них могут «преувеличиваться или передергиваться факты. Если в заголовке написано, что известного певца спасают врачи “скорой”, может статься, что речь идет об обычной простуде»⁴⁸.

Журналистика способна создавать информационный фон, способствующий формированию эмоционального отношения к явлениям и событиям – тревоги, успокоенности, агрессии, терпимости, энтузиазма, растерянности и т. п. Повторяемость и визуализация информации создают также некий фильтр восприятия окружающей действительности, который вычленяет для человека явления и события окружающей жизни, делая их таким образом наиболее значимыми, заставляя обдумывать их («повестка дня»), а также придает этим явлениям дополнительные смыслы, те, которые, возможно, сам человек не придумал бы происходящему.

Утренние ТВ новости сообщают о снегопаде, гололеде и крутят кадры человека, поскользнувшегося на автозаправке. Он падает, ударяется головой. Повтор: он опять падает, ударяется головой – текста больше, чем «картинки», поэтому зритель видит произошедшее дважды. А может, это так и задумано? Кто-то вздрогнет всякий раз, а кто-то воспримет как клоунаду из немного кино. Но это однозначно – не информирование. Развлечение? Воздействие? Образность и эмоции противоречат формату жесткой новости. Возможна ли эстетизация публикаций при оперативном освещении авиакатастрофы или террористического акта?

⁴⁴ Мамардашвили М. К. Эстетика мышления М., 2000. С. 14.

⁴⁵ См.: Амзин А. Новостная интернет-журналистика. Электронная версия. 2/20131006. С. 14. URL: <http://alex-alex.ru/nij/NIJ-2-20131006.pdf>.

⁴⁶ Там же. С. 15.

⁴⁷ Дехнич О. В., Ромашкина О. Ю. Особенности эмоциональной метафоризации заголовков английских новостных текстов // Науч. ведомости. Сер.: Гуманитарные науки. 2010. № 24 (95). Вып. 8. С. 128–135.

⁴⁸ Амзин А. Указ. соч. С. 23.

Хотя впоследствии именно оперативные кадры станут **образом** случившегося и основой для проблемных репортажей, очерков и фильмов. Эстетическое осмысление фрагментов реальности, зафиксированных в новостных публикациях, происходит позднее, оно позволяет эмоционально объединить общество в процессе совместного переживания.

Широкий спектр функций журналистики, их неравномерная актуализация в разные периоды времени дают простор для анализа эстетических практик журналистики в русле обозначенных выше координат.

Как ни странно, классические примеры очевидной эстетической функциональности дает программа «Время» 1970-х годов. Возникшая на излете «оттепели» и ознаменовавшая ее конец, она в последующие десятилетия воплотила в себе официозность телевизионной информации: четкая неизменяемая композиция, типажи ведущих и корреспондентов, стилистика съемки и текстов, музыкальное сопровождение – все полностью отражало те интегративно-пропагандистские задачи, которые стояли в советское время перед ТВ. Эстетический диссонанс мог означать и содержательные альтернативы: не случайно в этот период идет на спад, а потом и вовсе исчезает живая импровизация в прямом эфире, возвратившаяся на телеэкран лишь к середине 1980-х годов и возродившая диалогичность, импровизационность, непосредственность, эксперимент... Чередование в практике аудиовизуальных СМИ периодов «отрепетированной» и «живой» журналистики, а также имитация этих эстетических практик представляют собой интересные кейсы для исследования. Возврат той или иной стилистики на новом историческом этапе может означать не просто ностальгию по ушедшим эпохам, а ее использование для реализации схожих задач, возрожденных для журналистики.

Продолжая тему эстетики информационных материалов, можно упомянуть новые пограничные практики. Например, французский журнал *La Revue Dessinee* успешно использует формат комикса, чтобы сделать новости более понятными и убедительными, при этом инновационный формат позволяет печатному изданию публиковать длинные и сложные новостные материалы. Размер такой публикации может достигать до 30 страниц, а темы охватывают экономическую политику, финансовые скандалы, проституцию в Париже, вопросы охраны информации и др. По признанию экспертов, все материалы соответствуют реальным фактам и заслуживают доверия, т. е. избранная забавная форма оказалась вписанной в социальные функции новостной журналистики⁴⁹. Ранее такой формат был опробован в интернет-СМИ Китая⁵⁰.

Стилистика инфотеймента пришла в журналистику как способ привлечь аудиторию к актуальным событиям и темам: «Главное, чтобы люди смотрели, чтобы это было им нужно... Вопрос лишь в том, чтобы уметь увлекательно подать материал»⁵¹. Однако со временем баланс информации и развлечения стал меняться: например, в телевизионном контенте развлекательные компоненты определили движение от документального к художественному, что проявилось не только в использовании игровых методов, реконструкции реальности в документальных жанрах, но и в инсценировке документальных ситуаций, использовании «подсадных» героев в репортажах и ток-шоу; появились и получили признание и развитие новые «пограничные» тележанры – докудрама, докусoup. Как указывает А. А. Новикова, к персонажам ситкомов, драмеди, телевизионных игр, реалити-шоу и ток-шоу полностью применимо отношение, подобное тому, которое существует к героям «мыльной оперы» – неважно, «действительно

⁴⁹ Clothilde G. Новостные комиксы – новое слово в журналистике. <https://ijnet.org/m/blog/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B5-%D0%BA%D0%BE%D0%B-%D0%B8%D0%B A%D1%81%D1%8B-%E2%80%93%D0%B-D%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B5-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B 2%D0%BE-%D0%B2-%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%B-%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B5>. (Дата просмотра 19.02.2018.)

⁵⁰ Рязанова А. Ю. Новостной комикс как новый конвергентный жанр интернет-СМИ Китая // Вести. РУДН. Сер.: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2015. № 1. С. 80–86.

⁵¹ Телевидение: режиссура реальности. С. 118.

ли рассказываемая история происходила с этим человеком или она придумана, документальный персонаж сейчас перед глазами зрителей, самостоятельный или начинающий актер, натурщик»⁵².

Визуализация, один из приемов инфотейнмента, которая поначалу способствовала лучшему пониманию текста, а потому стала активно использоваться в просветительских материалах, постепенно стала проявлять себя как аттракцион. Компьютерная графика и динамичный монтаж, который использует программа «ЕХперименты» на канале «Наука 2:0», способны удерживать внимание аудитории, но перенасыщенность визуального текста порой может входить в противоречие с просветительскими функциями программы. Скорость впечатлений просто не дает времени их осмысливать.

Не менее интересные трансформации происходили и со стилистикой трэша (программы «Чистосердечное признание», «Русские сенсации», «Максимум» – НТВ), который пришел в практику российской тележурналистики, уставшей от собственной бесполезности для общества, в русле идеи ее самосохранения. Это явление интерпретировалось как «посттравматический синдром» журналистики, когда «чтобы не позволить трагедии разложить себя изнутри, ты отделяешься шуткой»⁵³. При этом Н. Картозия, директор прайм-вещания НТВ, определяя стилистику программы «Максимум» как «кровавый ералаш», подчеркивал развлекательный компонент такой эстетики⁵⁴, а А. Качкаева называла «абсурдность, эпатаж, чернуху, шокирующие подробности, неподдельный интерес к человеческим инстинктам» философией трэша⁵⁵. А. Лошак констатирует: «В столкновении с нашей действительностью все, как всегда, перевернулось вверх ногами, и оказалось, что “трэш” – это не художественная игра, а хронический ужас реальности, захвативший экран. Сеанс уринотерапии в утренней программе? Трэш. Петросян сразу на двух каналах? Трэш. Отец и изнасилованная им дочь в дневном ток-шоу? Адский трэш. Порог чувствительности понижается, аудитория требует самых примитивных, самых шокирующих зрелищ»⁵⁶.

Е. А. Манскова констатирует: «...то, что телевидение проделало с трэшем, – явление уникальное. Современный документализм в стиле трэш существует не как форма протеста или попытка поиска поля современности, а лишь как развлечение. Телевидение изменило функциональную направленность стиля»⁵⁷. К примеру, жизненно важная тема трансплантологии сегодня практически не представлена в аспекте медицинском или социальном, а освещается в криминальном русле в форме трэш-расследований, делая аудиторию невосприимчивой к гуманистическому взгляду на донорство человеческих органов.

Социальное функционирование журналистики трактуется в экономической реальности как удовлетворение потребностей аудитории, где аргументом становятся высокие рейтинги просмотров. Однако декларации не всегда подтверждаются результатами исследований: по результатам проекта «Обыденные телекритики», люди отчуждают от себя телевизионную «гиперреальность», 54 % опрошенных считают, что телевидение показывает «чужую жизнь», а следовательно, не выполняет традиционно вменяемые ему функции⁵⁸.

⁵² Новикова А. А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М., 2013. С. 83.

⁵³ Потапова Е. Дядя Стеба // Новая газета. 2006. 9 нояб.

⁵⁴ Афанасьева Е. Профессия-репортер как образ жизни. Интервью с А. Хрековым, Н. Картозия и Л. Парфеновым // Радио «Эхо Москвы». Программа «Телехранитель» от 05.11.2006. URL: <http://www.echo.msk.ru/programs/tv/47304/>. (Дата просмотра 06.12.2017.)

⁵⁵ Качкаева А. Г. Телевидение трэша. Интервью с Д. Дондуреем и О. Маховской // Радио «Свобода». Программа «Смотрим телевизор» от 19.12.2005. URL: <http://www.svoboda.org/programs/tv/2005/tv.121905.asp>. (Дата просмотра 06.12.2017.)

⁵⁶ Лошак А. Быть подгузником // Эсквайр. 2006. № 8(14)..

⁵⁷ Манскова Е. А. Роль трэш-эстетики в формировании современной концепции телевизионной документалистики // Медиаскоп. 2009. № 1.

⁵⁸ См.: Российское телевидение между спросом и предложением / под ред. А. Г. Качкаевой, И. В. Кирия. М., 2007. С. 284.

Характер взаимодействия с публикой в новых конкурентных условиях потребительского рынка вовлекает в проблемное поле гораздо более широкий спектр выразительных возможностей, как способствующих осуществлению профессиональных задач, так и, зачастую неожиданным образом, их блокирующих. «Послания» наших медиа преподносятся нам в упаковке, подобной троянскому коню. Они проникают в наш дом под некой личиной, но, оказавшись внутри, начинают вести себя не так, как мы ожидали»⁵⁹, – утверждает Д. Рашкофф.

Программа «Мошенники» (РЕН ТВ, 2011) была задумана, чтобы предостеречь зрителей, которые могут стать жертвами обмана, и раскрывала секреты распространенных афер. Однако, реализованная в жанре плутовского романа, она скорее рождала сочувствие к обаятельным аферистам, чем к тем, кого они обводили вокруг пальца. Функционально был более уместен жанр детектива, когда преступника изобличают в момент совершения преступления. Восхищение мастерством обманщиков стало эстетическим посланием аудитории проекта. Опрос, проведенный «ВКонтакте», показал, что большинство зрителей благодаря программе научились выигрывать споры у друзей, показывать трюки и обманывать людей⁶⁰. Эстетическим аргументом в публикациях о здоровье нередко становится страх перед неуспехом, немощью, смертью: пропаганда здорового образа жизни традиционно строится на гиперболизации опасности, проблемы, болезни – всего того, во что люди либо отказываются верить, либо принимают слишком близко к сердцу. Другой пример: когда-то именно озабоченность журналистики ростом преступности стала стартом для романтизации криминала, а подробный интерес к проблеме наркомании способствовал «наркотизации русской речи»⁶¹.

Подобные тенденции приводят к предположению о нравственной опасности эстетического в условиях потребительской цивилизации и об опасном разделении эстетического и этического⁶². Именно эстетическая реальность, как настаивал И. Бродский, «уточняет для человека реальность этическую. Ибо эстетика – мать этики; понятие “хорошо” и “плохо” – понятия прежде всего эстетические, предваряющие категории “добра” и “зла”. В этике не “все позволено” потому, что в эстетике не “все позволено”, потому что количество цветов в спектре ограничено»⁶³. Деонтологический ракурс позволил Л. В. Хочунской очень красиво сформулировать эстетический идеал журналистики в аспекте ее социальных функций, к которому мы, пожалуй, присоединимся: «Несформулированная задача журналистики – создавать медиаобраз вечных ценностей»⁶⁴. Хотя по-прежнему важной проблемой остается творческая актуальность такого образа, с одной стороны, и его востребованность современной аудиторией – с другой.

Координаты адресности формируют типологический подход к аудитории, удаляясь от индивидуального и частного в сторону общего, типичного и, соответственно, форматного. Адресность тесно связана с функционированием информационных каналов, создаваемых для привлечения целевой аудитории: контент при этом становится средством, а не целью и именно так рассматривается в экономической парадигме анализа медиарынка⁶⁵. Отмечается, что оппозиционные издания предлагают аудитории интерпретацию событий, которая отличается от официальной, эстетические предпочтения массовых информационно-развлекательных изданий связаны с «визуальной составляющей и форсированием экспрессии», а в молодежных газетах и журналах доминирует разговорно-сниженная фамильярная форма коммуникации⁶⁶.

⁵⁹ Рашкофф Д. Указ. соч. С. 12.

⁶⁰ <https://vk.com/club24072727>.

⁶¹ См.: СМИ в системе антинаркотических практик / под общей ред. Е. В. Шмелевой. СПб., 2001.

⁶² Балицкая А. П. Указ. соч. С. 8.

⁶³ Бродский И. Лица необщим выраженьем. Нобелевская лекция. 3-е изд., Augsburg, 2003. С. 7.

⁶⁴ Хочунская Л. Б. Медиаобраз как диалог ценностей. М., 2011. С. 53.

⁶⁵ Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003. С. 51.

⁶⁶ Казак М. Ю. Крылова А. А. Об эстетике журналистского текста // Науч. ведомости. Сер.: Гуманитарные науки. 2015.

Координаты адресности предполагают близость или совпадение эстетических впечатлений, предпочтений, идеалов адресата и адресанта, которые находят отражение в образах изданий, формирующихся в результате взаимодействия совокупности множества компонентов.

При этом, по Ю. М. Лотману, всякий «текст», в широком смысле, содержит в себе образ идеальной аудитории, который воздействует на реальную аудиторию, формируя норму ее представления о себе⁶⁷. Получается, что текст создает идеализированную аудиторию, способствуя тому, что реальная аудитория начинает стремиться к созданному идеалу. В действительности так случается далеко не всегда. И. М. Дзялошинский, сопоставляя образы типичной городской газеты, которые «нарисовали» ее читатели, с одной стороны, и сотрудники редакции – с другой, показывает, как несоответствие представлений о коммуникативном «партнере» может негативно отражаться на процессе взаимопонимания издания и аудитории⁶⁸. В представлении сотрудников редакции газета вызывает ряд следующих ассоциаций: «Девушка 22 лет, блондинка. Красные туфли, шпилька, строгий костюм. Образованная. Очень исполнительная и несколько провинциальная, но современных взглядов»; «Мужчина 35 лет, целеустремленный, готовый всего добиться. Образованный и коммуникабельный». Аудитория видит газету по-другому: «Женщина 60–80 лет, говорит об одном и том же»; «Старик, который не имеет собеседника и потому ходит на все собрания и митинги, чтобы побалагурить о политике». Вопиющие коммуникативные противоречия, думается, связаны с тем, что одна сторона склонна отождествлять образ издания с персонифицированным образом редакции, а другая воспринимает его сквозь призму совокупного текста. С преодолением проблемы связана современная практика так называемых эстетических конвенций изданий⁶⁹, которые существуют в редакциях в виде инструкций, требований к стилистическому облику публикаций, а также реализуются усилиями райтеров, которые приводят журналистский материал в соответствие принятым в издании стандартам.

№ 18 (215). Вып. 27. С. 138.

⁶⁷ Лотман Ю. М. Избранные статьи: В 3 т. Таллинн, 1992. Т. 1. С. 161, 114, 36.

⁶⁸ См.: Дзялошинский И. М. Дзялошинский, И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. М., 2013. С. 219.

⁶⁹ Кутина Н. А., Матвеева Т. В. Стилистика современного русского языка. М., 2013. С. 368.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.