

Анастасия Самсонова

АРТ-ЖУРНАЛИСТИКА

РЕЧЕВЫЕ ТЕХНИКИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ИСКУССТВА

1. Оценивание в арт-медиадискурсе: основные положения

Феномен оценивания в свете
гуманитарной науки
Оценка и оценочность
в лингвистических
исследованиях
Эстетическая оценка в
журналистском арт-дискурсе

2. Оценивание произведения искусства в арт-журналистике как процесс

Стадиальный характер процесса
оценивания
Речевая структура стадиальных
текстотипов

3. Оценивание произведений искусства в разных областях арт-журналистики

Композиционно-жанровые модели
кинокритики
Дискурсивная специфика
театральной критики
Оценивание литературных
произведений в массмедиа

ПЕТЕРБУРГСКАЯ
ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Петербургская школа журналистики и МК

Анастасия Самсонова

**Арт-журналистика. Речевые
техники оценивания
произведения искусства**

«Алетейя»

2021

УДК 070.421:7
ББК 76.01

Самсонова А. А.

Арт-журналистика. Речевые техники оценивания произведения искусства / А. А. Самсонова — «Алетейя», 2021 — (Петербургская школа журналистики и МК)

ISBN 978-5-00165-294-6

В работе арт-журналистика рассматривается как дискурс, сформированный в процессе эстетического оценивания произведений искусства. Представлен репертуар текстотипов, используемых для трансляции оценки произведений искусства. Описаны функции и алгоритмы текстопостроения выделенных композиционно-жанровых моделей. Книга адресована студентам социально-гуманитарных направлений, журналистам, освещающим вопросы искусства и культуры, и специалистам отделов по связям с общественностью музеев, галерей и иных организаций, осуществляющих деятельность в сфере культуры. Научная монография продолжает книжную серию «Петербургская школа журналистики и массовых коммуникаций». В формате PDF А4 сохранен издательский макет.

УДК 070.421:7

ББК 76.01

ISBN 978-5-00165-294-6

© Самсонова А. А., 2021

© Алетейя, 2021

Содержание

Введение	6
Глава 1	8
1.1. Феномен оценивания в свете гуманитарной науки	9
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Анастасия Самсонова
Арт-журналистика. Речевые техники
оценивания произведения искусства

Научный редактор:

доктор филологических наук, доцент *Н. С. Цветова* (СПбГУ)

Рецензенты:

доктор филологических наук, профессор *А. В. Полонский* (НИУ БелГУ)

кандидат филологических наук, доцент *Л. П. Саенкова* (БГУ)

© А. А. Самсонова, 2021

© Издательство «Алетейя» (СПб.), 2021

Введение

Российский арт-медиадискурс – представленный разножанровыми медиатекстами, сложноорганизованный, постоянно эволюционирующий гипертекст, неуклонно привлекающий к себе внимание исследователей. Причин активного исследовательского интереса несколько. Основные: усиление вовлеченности арт-журналистики в самые разные сферы публичной коммуникации, политизация дискурса, его медиатизация и технологизация¹.

Современный аналитический подход к журналистскому арт-дискурсу заявлен в работах исследователей из Казанского государственного университета, которые предлагают размышлять над объемом арт-дискурса, фиксируют трансформацию журналистской профессии «от художественной критики к продюсированию», эволюцию вторичных журналистских арт-жанров под влиянием интернет-пространства и новых медиа². Примерно в том же направлении работали участники Международной научно-практической конференции «Арт-журналистика в цифровую эпоху: реалии и прогнозы», организованной Московским государственным институтом музыки им. Шнитке (2018). Кроме того, складываются исследовательские коллективы, занимающиеся проблемами менеджмента в сфере культуры и искусства как многоуровневого процесса самоорганизации и самореализации творческой личности из сферы искусства³.

Филологическое осмысление журналистских произведений, посвященных искусству, началось в Московском государственном университете в 1970-е годы, когда было опубликовано учебно-методическое пособие Н. С. Гараниной «Стиль русской театральной критики», в котором театральная критика рассматривалась как «область публицистики»⁴. Продолжатели этого направления – Н. И. Клушина⁵, И. В. Анненкова⁶ и др.

Исследователи из Минского государственного лингвистического университета рассматривают журналистский арт-текст «как результат дискурсивной деятельности»: анализируют коммуникативные тактики, стратегии и речевые средства их вербализации, прагматически маркированные лексические и грамматические средства, способствующие достижению коммуникативных целей⁷. Принципиально важным в описании предлагаемого к «культурному» медиатексту подхода является слово «результат».

На кафедре медиалингвистики СПбГУ арт-журналистские тексты анализируются в контексте досуговой журналистики и в свете интенциональной стилистики⁸, позволяющей исследовать процесс коммуникации, спровоцированный информационным сообщением о событии в мире искусства и культуры, как процесс формирования дискурса, состоящего из медиатекстов разной интенциональности. Ключевые речевые жанры рассматриваются как формы отклика на первичное информационное сообщение, актуализация которых подчиняется определенной логике и воплощается в соответствующей этой логике последовательности.

В современной журналистике сферы искусства обнаруживаются два почти самостоятельных направления: культурно-просветительская журналистика, наследующая националь-

¹ Zinsser W. On Writing Well. The Classic Guide to Writing Nonfiction. New York, 2016.

² Арт-журналистика в современном медиaprостранстве: сб. научн. статей / под ред. Е. С. Дорошук. Казань: изд-во Казанского университета, 2016.

³ Кадьирова С. В., Немцева Е. А., Тульчинский Г. Л. Self-management в сфере культуры и искусства. СПб., 2013.

⁴ Гаранина Н. С. Стиль русской театральной критики. Учебно-методическое пособие. М., 1970.

⁵ Клушина Н. И. От стиля к дискурсу – новый поворот в лингвистике // Язык, коммуникация и социальная среда. 2011, № 9. С. 26–33.

⁶ Анненкова И. В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель (Лингвофилософский аспект): автореф... дисс. д. филол. наук: 10.01.10, 09.00.13. М., 2012.

⁷ Картилович Т. П. Медиатекст и культура. Минск, 2015.

⁸ Журналистика сферы досуга. Учебное пособие / под ред. Дускаевой Л. Р., Цветовой Н. С. СПб., 2012.

ную просветительскую традицию, обращенная к эстетическим и нравственным идеалам, и арт-журналистика, занимающаяся не только сбором и трансляцией информации о событиях, темах и тенденциях в развитии современного искусства, его формах и жанрах, но и «стимулированием потребительского интереса к арт-объектам, обладающим определенной материальной ценностью, к арт-событиям и персонам, производящим ценности, соответствующие релаксационному состоянию адресата или способным это состояние провоцировать»⁹.

Изменения, происходящие в медийном арт-дискурсе, в значительной степени обусловлены сменой оценочной парадигмы, поскольку из двух ключевых функций СМИ – информационной и воздействующей – для арт-дискурса сегодня ведущей является вторая, а одним из основных средств реализации воздействующей функции журналистики является оценка. Оценивание – неотъемлемая часть творческой деятельности журналиста. Это обусловлено установкой современных медиа на формирование аксиологических представлений массовой аудитории и намерением автора медиатекста зафиксировать собственную позицию. Непременная особенность журналистского арт-текста – эстетическая оценочность. Именно установка на формирование и выражение эстетической оценки в значительной степени определяет стремление автора медиатекста анализировать спорные позиции, осознание им необходимости трансляции своего отношения к актуальным арт-объектам, к разным точкам зрения, к проблемам, определяющим содержание речи/текста. Все эти обстоятельства диктуют зависимость эволюции современного медийного дискурса искусства от смены оценочной парадигмы.

Мы основываемся на медиалингвистическом подходе к арт-медиадискурсу. В основе созданного аналитического алгоритма – лингвистическое представление о категории оценочности, базовые идеи интенциональной стилистики и лингвопраксиологии. С помощью интенционально-стилистического анализа, лингвопраксиологического анализа, моделирования с целью экспликации речевых жанров, а также авторской методики анализа феноменологических характеристик процесса оценивания произведения искусства современный российский арт-медиадискурс представлен нами как динамичный процесс, развивающийся по собственным законам и оперирующий специфическим набором композиционно-речевых жанровых моделей.

⁹ Цветова Н. С. Арт-медиадискурс / Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник. Под ред. Л. Р. Дукаевой. М., 2018. С. 188.

Глава 1

Оценивание в арт-медиадискурсе: основные положения

Многие исследователи, изучающие функционирование оценки, не различают процесс оценки (оценивание) и результат оценки (оценку как таковую), отождествляют их. На наш взгляд, при всей близости эти понятия нуждаются в разграничении, которое должно осуществляться по двум направлениям: с одной стороны, необходимо отделить содержание понятия «ценность» от понятий оценки, развести представления об оценке и процессе оценивания, с другой стороны – в границах теории оценки необходимо достичь понимания феноменальности эстетического оценивания в профессиональной деятельности журналиста.

Решение этих задач представляется принципиально важным для науки о журналистике в целом и для медиалингвистики как составной части этой науки. Динамическая, процессуальная категория оценивания характеризует арт-разновидность журналистской деятельности в ходе ее осуществления, обладает высоким объяснительным потенциалом. Изучение категории оценивания позволяет приблизиться к постижению специфики дискурса, поскольку дает возможность выявить не только стилистические особенности текстов, но и синтагматические межтекстовые связи.

1.1. Феномен оценивания в свете гуманитарной науки

Категория оценки изучается в философии на протяжении многих веков. Первопроходцами в этом исследовании выступили античные философы. Оценка рассматривалась ими всесторонне, но прежде всего как предмет этики, включавшей в себя нравственные ценности и модели поведения в обществе. Так, представления Сократа об отождествлении добродетели и знания можно назвать «морализирующим интеллектуализмом», а в идеях Платона можно выделить приоритет созерцательно-духовной деятельности, хотя его последователи, неоплатоники, утверждали преимущество нравственности¹⁰.

В противовес Платону, предполагавшему существование идеального блага – первопричины и конечной цели всех благ, Аристотель полагал, что существует множество разнородных категорий, которые можно было бы подвести под концепт добра. Эта множественность, по Аристотелю, определяется как разными намерениями людей в своей деятельности, так и индивидуальным характером требований, предъявляемых человеком к своей жизни. Уже Аристотель выделяет лингвистический аспект аксиологии: он первым отмечает, что оценочные слова отличаются от дескриптивных.

В Средневековье в результате переоценки ценностей, вызванной установлением приоритета веры над разумом, старая этика сменилась новой. Однако несмотря на то, что религиозное сознание является формой ценностного сознания, т. е. буквально пронизано представлениями о хорошем и плохом, средневековая философия не разработала оценочно-ценностную проблематику системно, оставив только разрозненные высказывания о разных видах ценностей, но не вникая в их природу. Это обуславливается представлением о единстве подлинной ценности – Бога, для которой все остальные ценности – эстетические, нравственные, политические – являются только эманациями, т. е. низшими, менее совершенными проявлениями. Естественно и вполне логично в средневековой философии теорию оценки заменяла теология.

Следующая ступень в становлении теории оценки и аксиологии – эпоха Ренессанса, олицетворявшая переворот в ценностном видении мира (от божественного к человеческому). Идею «поворота к человеку» высказывает Франческо Петрарка, полагавший, что истинные богатства содержатся в душе человека. Так он пишет в трактате «О средствах против превратностей судьбы»: «Цени только то, что никто не вырвет у тебя – мудрость и добродетель»¹¹. Вообще понятие добродетели выступает одним из ключевых у Ф. Петрарки, исследователя ценностной природы мира; именно к добродетели должны быть устремлены все старания человека, она не зависит от природы, ей не помеха ни болезни, ни положение в обществе. Для Ф. Петрарки ценным является только то, что является вечным, а цель человеческой жизни – подготовить себя к переходу в вечность.

Интенсивное развитие гуманитарной науки в интересующем нас аспекте обеспечили мыслители XVII века (Т. Гоббс, Б. Спиноза). Особый интерес к естественным наукам спровоцировал формирование отношения к человеку как к органической части вселенной, человеческое «я» сопоставлялось с окружающей действительностью через вызываемые внешним воздействием ощущения. Т. Гоббс отмечал субъективный и относительный характер оценки, которая находится в зависимости от желания и отвращения: «.. так как для различных людей предметами влечения и отвращения являются различные вещи, то должно существовать много вещей, которые для одних благо, а для других – зло; так, для наших врагов зло то, что для нас

¹⁰ *Сутуржо В. В.* Феномен оценки в социальном бытии и познании: автореф. дисс. ... докт. философ. наук: 09.00.11. Саратов, 2013.

¹¹ *Лукьянова Л. М.* Петрарка о мнимых и истинных ценностях // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2013. № 4. С. 299.

благо. Добро и зло, следовательно, относительны; они зависят от того, кто имеет по отношению к данной вещи влечение или отвращение»¹². По Гоббсу, оценка зависит от внутреннего мира человека, его чувств и эмоций.

К позиции разума в изучении категории оценки перешел И. Кант. Он заменяет принцип ощущений и чувств принципом морали. Его концепция долженствования отвергает желания и ощущения как мерило оценки: «.познай самого себя не по твоему физическому совершенству (по твоей пригодности или непригодности ко всякого рода угодным тебе или предписываемым тебе целям), а по моральному совершенству в отношении твоего долга – познай свое сердце: доброе ли оно или злое, чист ли источник твоих поступков или нет...»¹³. Следовательно, в этическом учении И. Канта точкой отсчета добра и зла становится модальность долженствования. Мы можем отметить, что проблема оценивания исследовалась многими мыслителями, начиная с Античности, но только И. Кант сформулировал эту проблему: выделил сферы познания, ценности и оценки (соответствующие гносеологии, этике и эстетике) и обозначил, что абсолютная ценность – это философствование (поскольку имеет внутреннюю ценность и придает ценность всем другим ценностям).

Формально начало аксиологии как философской дисциплины связывают с появлением в середине XIX в. книги немецкого философа, психолога и физика Германа Лотце «Микрокосм». По Лотце, ценностное мировосприятие обуславливается неким «откровением», которое ощущает ценности и их взаимоотношения подобно тому, как рассудочное исследование познает вещи. Однако, несмотря на субъективную связь с чувственным познанием, ценности можно считать объективными: они общезначимы, обуславливаются оцениваемыми объектами. Г. Лотце, вслед за австрийским идеалистом Францем Brentano, различает «суждения» и оценки – если в суждении высказывается только содержание (так, высказывание «эта вещь – белая» только сообщает качество предмета, его признак – цвет), то в оценке отображается реакция субъекта на содержание (так, высказывание «эта вещь – хорошая» не сообщает конкретного признака, а выражает отношение говорящего к объекту оценивания)¹⁴. Г. Лотце идет дальше Ф. Brentano и разграничивает понятие и мысль: понятие сообщает только объективный смысл предмета, мысль определяет его значимость и ценность¹⁵. Мы можем увидеть предпосылку к выделению в самостоятельное научное понятие оценивания, которое, если бы мы руководствовались лишь теорией Лотце, представляло бы собой некий процесс формирования мысли.

Немецкий философ-идеалист Вильгельм Виндельбанд, ученик Г. Лотце, интерпретирует философию как науку об «общеобязательных ценностях». Ценности выступают в качестве абсолютных норм, которым подчиняются наше мышление, воля и эстетическое мировосприятие. Человеческая деятельность, по Виндельбанду, ценностно ориентирована в силу того, что в поступках реализуются оценки. Ценность всегда связана с субъектом, иными словами, она всегда находится «в глазах смотрящего», то есть непосредственно зависит от оценки. «Оценивание» и «оценка» у В. Виндельбанда синонимичны, и к тому же близки к понятию «ценность». Его ученик, Генрих Риккерт, пытался разграничить понятия «ценность» и «оценка», утверждая, что оценивать – значит высказывать похвалу или порицание. И Г. Риккерт, и В. Виндельбанд предполагали, что ценностная среда противопоставлена существу, невозможно постичь ценности, просто включив их в реальность, поскольку целеполагающая воля возвышается над

¹² Гоббс Т. О человеке / Т. Гоббс. Избранные произведения. В 2-х тт. Т. 1. М., 1965. С. 240.

¹³ Кант И. Этическое учение о началах / И. Кант. Сочинения в шести томах. Т. 4. М., 1965. С. 379–380.

¹⁴ Лотце / Новая философская энциклопедия / Электронная библиотека института философии РАН. URL: <http://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASH01a9e6f281561d7503da73a9>.

¹⁵ Аксиология / Новая философская энциклопедия. Электронная библиотека института философии РАН. URL: <http://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASH0147b7e8f087b539ec51af47>.

природными законами и ценностные значимости «даже не суть реальное»¹⁶. Таким образом, ценности образуют специфический мир, а оценивание (восприятие вещей и явлений мира с позиции тех или иных ценностей) представляет собой особый вид человеческой деятельности, выражающий некоторый срез духовного освоения действительности.

Проблема ценностей осложнена множественностью интерпретаций самого понятия ценности. Так, с противоположными В. Виндельбанду и Г. Рикерту идеями выступают приверженцы так называемой объективистской аксиологии, ключевыми представителями которой можно выделить немецких философов М. Шелера и Н. Гартмана. По их мнению, ценности представляют собой онтологические явления, феномены бытия объективного мира. По Шелеру, существуют носители ценностей (или блага, т. е. сами вещи – материальная аксиология) и сами ценности (эйдосы, подобно платоновским: идеальные объекты, «подлинные качества»). Н. Гартман, последователь М. Шелера, развил идеи своего предшественника, предположив существование «сущего царства ценностей» расположенного вне сознания и постигаемого, как любой познавательный акт¹⁷.

Постклассическая философия подарила миру свой подход к аксиологии. Ключевым для нашего исследования здесь является немецкий философ Мартин Хайдеггер, выступивший с критикой классической аксиологии ввиду сложившегося «культу ценностей», «аксиологического идола». Как и Ницше, он стремится к «переоценке всех ценностей», но предлагает не заменить их, а «деаксиологизировать», «онтологизировать» философию и жизнь вообще. По Хайдеггеру, само понятие «ценность» является логически неверным: ценность определяется через благо, которое само является ценностью и т. д., что вводит нас в логические круги. Оценивание, по Хайдеггеру – всего лишь «субъективация», которая «оставляет сущему не быть, а – на правах объекта оценки – всего лишь считаться»¹⁸.

Теория Хайдеггера на протяжении десятилетий приобретала как сторонников, так и противников. Среди противников, например, русский философ Н. О. Лосский. Несмотря на то, что аксиология, как отмечают исследователи, никогда не была в числе приоритетных областей отечественной философии, отдельные мыслители задавались вопросами оценочно-ценностной проблематики. Н. О. Лосский в работе «Бытие и ценность», подвергая критике немецкие аксиологические теории, предлагает собственную ценностную модель аксиологического персонализма, в которой Бог есть высшая «самоценность» (бытие и ценность одновременно), источник всего остального ценностного мира. Бог не субъективен, но устремлен к «полноте бытия»¹⁹. Сходные идеи, но с позиций нетеистического аксиологического персонализма отстаивал другой отечественный философ – М. М. Бахтин. В многообразии индивидов, по его мнению, существует множество «неповторимо ценных личных миров», и между ними не может возникнуть никакого противоречия: ценности реализуются только в поступках, в которых можно видеть сущностный диалог «я» и «другого»²⁰.

В двадцатом веке учение об оценке развивалось с позиций прагматики: семантические теории сменились прагматическими концепциями, нацеленными на объяснение смысловой специфики оценки через цель речевого акта. Так, один из основоположников прагматического подхода к оценке Чарльз Стивенсон полагал, что оценка предназначена для воздействия на адресата, «заклѳенная в ней похвала не есть не адресованное выражение эмоции, она имеет

¹⁶ Там же.

¹⁷ Там же.

¹⁸ Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления. М., 1993. С. 210.

¹⁹ Аксиология / Новая философская энциклопедия. Электронная библиотека института философии РАН. URL: <http://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASH0147b7e8f087b539ec51af47>.

²⁰ Там же.

своей целью вызвать у адресата определённое психологическое состояние, она отражает прагматический аспект знаковой ситуации»²¹.

Дальнейшее развитие прагматического подхода к оценке позволило выявить специфику оценочных высказываний в зависимости от коммуникативных ситуаций. По П. Ноуэлл-Смиту, оценочные слова «выражают вкусы и предпочтения, решение и выбор, они составляют ядро критических текстов, с их помощью производится квалификация и апробация знаний, умения и способностей, они составляют неотъемлемую часть советов, выговоров, предупреждений, убеждений, разубеждений, похвал, поощрений, осуждений, повышений по должности и дисквалификации. Во всех этих видах речевой деятельности прослеживается сложное переплетение оценочных значений»²².

Наконец, исследователи середины XX в. снова обратились к различию между дескриптивными и оценочными высказываниями, замеченному еще Аристотелем: оценочные значения, в отличие от описательных, не могут квалифицироваться как истинные или ложные в силу своей субъективности, собственного отношения человека к оцениваемому миру. Однако объективные свойства предмета также являются компонентами оценочного суждения: «оценочный подход к объекту налагается на познание его реальных свойств, отношений и функций»²³. Таким образом, исследование оценки неминуемо ведет к изучению ее коммуникативной природы.

Научное направление, изучающее ценности, функционирующие в медийном пространстве, называется аксиологией журналистики. Необходимость выделения в научной среде такого направления обусловлена тем, что «современные научные представления о средствах массовой коммуникации дают возможность рассматривать информационное послание как передачу некой ценности»²⁴.

Ценностный подход приобретает все больший вес в исследованиях ученых, в частности, социологов, которые регулярно измеряют параметры ценностного восприятия мира российским обществом. По мнению В. А. Сидорова, «отныне ценностное измерение журналистики, как и в целом медиасферы, становится важным показателем ее соответствия коммуникативным запросам общества»²⁵. Аксиология журналистики, таким образом – это «научная дисциплина, изучающая журналистику как источник и ретранслятор ценностей общества во всем их предметно-смысловом многообразии, а также собственно журналистику как социальную ценность»²⁶. Аксиология журналистики рассматривает принципы и способы освоения журналистами социокультурных ценностей, а также способы их репрезентации в медиадискурсе. Это связано с тем, что журналистика традиционно является источником и ретранслятором ценностей: с одной стороны, выступая как носитель, она аккумулирует актуальные ценности общества и транслирует эти ценности в данном обществе и за его пределами; с другой стороны, являясь частью культуры, которая создает ценности, идеи, смыслы, журналистика сама оказывается включенной в этот процесс созидания.

Средства массовой коммуникации в массовом порядке, но на индивидуальном уровне доносят до сознания человека ценности, интерпретируют их, обновляют их содержание. По

²¹ *Стивенсон Ч.* Некоторые прагматические аспекты значения // Новое в зарубежной лингвистике: Выпуск 16. Лингвистическая прагматика. М., 1985. С. 22.

²² *Ноуэлл-Смит П. Х.* Логика прилагательных // Новое в зарубежной лингвистике: Выпуск 16. Лингвистическая прагматика. М., 1985. С. 63.

²³ *Арутюнова Н. Д.* Об объекте общей оценки // Вопросы языкознания. 1985. № 3. С. 16.

²⁴ *Хочунская Л. В.* Медийные «лидеры мнений» как выражение ценностей аудитории // Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации / сборник материалов Международной научно-практической конференции. М., 2012. С. 14.

²⁵ *Сидоров В. А.* Аксиология журналистики. Учебное пособие. СПб., 2016. С. 13.

²⁶ Там же. С. 14.

мнению ученых, явления реальности, события, факты аудитория СМИ осмысливает через призму системы ценностей, следовательно, информационное сообщение, смыслы, закладываемые журналистом, могут быть верно интерпретированы только в случае, если их воспроизведение учитывает систему ценностей той группы, для которой они предназначены²⁷. Это не значит, что журналист обязан угождать аудитории в том случае, если ее ценности антисоциальны, деструктивны. Журналист должен понимать, каковы ценностные установки его аудитории, согласен ли он с ними, и какими средствами их можно скорректировать при необходимости. Это связано с процессом актуализации ценностных смыслов. «Смысл представляет собой взаимосвязь актуализированных и неактуализированных возможностей, потенциализируя то, что не было в данный момент актуализировано»²⁸. Каналы массовой коммуникации способствуют актуализации смыслов, отображению изменений реальности, соотнося их с запросами аудитории, поскольку «смыслы в природе вычитывает человек»²⁹. Эта способность человека «вычитывать смыслы» определяется на протяжении всей истории межличностных, групповых и массовых коммуникаций. История журналистики доказывает, что журналистика способна поднимать вопросы, менять общественное мнение. Как указывалось выше, это связано, в первую очередь, с полемичностью публицистического дискурса, со стремлением журналиста сказать новое слово, отличное от ранее существовавшего мнения, что позволяет постоянно дополнять ценностные смыслы, подвергать их корректировке.

Помимо дискурсивной подчиненности изменениям, адаптивности, ценности обладают и другими свойствами. Как отмечает Г. П. Выжлецов, они «объединяют людей, ценностные отношения носят внутренний, ненасильственный характер. Ценностью нельзя завладеть силой. И самое главное: ценности логически и научно доказать невозможно»³⁰. В условиях огромного, постоянно обновляющегося объема информации, поступающей к аудитории, возникает опасность подмены ценностей псевдоценностями, псевдоидеалами. По мнению В. А. Сидорова, «еще опасней не внести в сознание общества должное понимание актуальных ценностей, среди которых умение реагировать на реальные, а не выдуманные обстоятельства жизни»³¹.

Отметим также, что культура – это один из информационных аспектов жизни общества. Культура презентует социально значимую информацию, регулирующую деятельность, общение и поведение людей. Эта информация одновременно осознается человеком и функционирует как социально подсознательное. Поэтому каждый функционирующий в дискурсе производитель, журналист, должен восприниматься как творение культуры, становящееся личностью за счет усвоения социального опыта, порожденного культурой и адаптацией к нему собственного индивидуального опыта. Так журналист привносит в культуру новые факты, закрепляющие опыт и актуализирующие его на индивидуальном уровне, т. е. так, чтобы читатель смог этот опыт усвоить.

Особенно важным нам представляется аспект публичности (по каналам массовой коммуникации) интерпретации культурных событий, фактов и явлений. Эта интерпретация, как отмечают исследователи, сопряжена с активной ролью субъекта в познавательном процессе – он сам отбирает, формулирует знание и, что принципиально важно для нас, оценивает его³². В журналистике, по замечанию В. А. Сидорова, публичность оценки следует рассматривать еще шире – не только оценка познанного, но и глубина понимания, обуславливающая необходи-

²⁷ Ховалыг Д. В. Трансформация ценностных ориентаций российского общества в средствах массовой информации: дисс... канд. полит. наук: 10.01.10. М., 2007.

²⁸ Назарчук А. В. Теория коммуникации в современной философии. М., 2009. С. 119.

²⁹ Гуревич П. С., Палеева Н. Н. Философия культуры. М., 2014. С. 251.

³⁰ Выжлецов Г. П. Аксиология культуры. СПб., 1996. С. 61.

³¹ Сидоров В. А. Указ соч. С. 108.

³² Кезин А. В. Наука в зеркале философии. М., 1990. С. 22.

мость социального вмешательства³³. А соответственно, без стремления журналиста изменить, улучшить мир журналистика не сможет выполнять одну из своих основных ролей – отвечать на социальный запрос. И для выполнения этой функции оценивание, как осознание фрагментов реальности, соотнесение их с идеалами и антиценностями, размещение на оценочной шкале, является важнейшим, формообразующим процессом.

³³ Сидоров В. А. Указ соч. С. 89.

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.