

УДК 81 : 070 : 342.7

ПОЛИТИКО-ИДЕОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ СОЗДАНИЯ МЕДИАТЕКСТА

Б. Я. Мисонжников

Санкт-Петербургский государственный университет
кафедра периодической печати

Рассматриваются предпосылки создания медиатекста, и делается вывод о том, что для его эффективного продуцирования необходимы соответствующие условия не только производственно-технологического, но и политико-идеологического характера. Только в условиях зрелого гражданского общества и приоритета закона можно добиться свободы массмедиа: через свободу личности – коммуникационной свободы.

Ключевые слова: *медиатекст, свобода слова, субъект медиапроцесса, массовая коммуникация*

В последнее время всё отчетливее приходит осознание того, что журналистика является самостоятельной, достаточно сложной, относительно завершённой и вполне открытой для идентификации системой. Она вся нацелена на создание совершенно определённого и феноменологически конкретного социального продукта – медиатекста, в производстве которого участвует значительное количество профессиональных субъектов, а именно продуцентов. Это не только субъекты, обладающие литературно-профессиональным личным потенциалом и непосредственно вовлечённые в процесс текстотворчества, но и представители множества инфраструктурных подразделений, которые также участвуют в продуцировании медиатекста, о чём нам уже доводилось писать с соответствующей подробностью [5, с. 105–117]. Таким образом, во главу угла всего журналистского процесса поставлен исключительно медиатекст – письменный или бесписьменный, т. е. озвученный или выраженный не вербальными, а иконическими семиотическими комплексами, – создание которого предполагает наличие соответствующей совокупности как *производственно-технологических*, так и *политико-идеологических* предпосылок.

Подготовить медиапродукт достаточно высокого качества невозможно без должного уровня материально-технического и методологического обеспечения, причём текст, предназначенный для размещения в средствах массовой информации, в силу многих своих особенностей требует даже большего качественного уровня данного вида обеспечения, чем какой-либо иной текст, например книжный. Так, благодаря активно развивающейся полиграфической базе появилась возможность тиражировать книжные издания типографским способом уже с середины XV века, а выход в свет первых периодических печатных изданий зафиксирован только в конце XVI века, и при этом более или менее масштабный характер издательская практика в сфере газетной периодики приобрела лишь в начале XVII века.

Такой временной разрыв объясняется, на наш взгляд, тем, что газета – несравненно более сложный для системного выпуска печатный орган, содержащий оперативную информацию, в идеале мгновенно реагирующий на социально-политические, экономические и культурные события, т. е. предполагающий иной подход в организации производства, наличие специально подготовленных сотрудников, объединённых в редакционные коллективы, службы распространения. Важнейшую роль играет развитие комплекса вспомогательных средств, в том числе сугубо хозяйственного предназначения, что требует значительных и целенаправленных инфраструктуральных инвестиций. Можно утверждать, что безусловно императивным требованием для возникновения и успешного развития периодической печати является, наряду с техническими предпосылками, определённый уровень профессиональной культуры субъектов медиапроцесса, создание функциональной системы с отчётливо выраженными профессиональными приоритетами. Для формирования массмедиа как самостоятельной и эффективно развивающейся системы нужно появление особого типа главного участника данного процесса – *медийного человека*, индивида, профессионально и осознанно участвующего в процессе медийной текстуализации, обладающего способностью достаточно широкого мировидения и принципами аксиологической идентификации происходящего, определённым уровнем гражданской и гуманитарной ответственности.

Таким образом, становление массмедиа, начинающих исключительно с печатного бумажного продукта, связано со многими факторами, прежде всего с созданием совершенно новой, по сути, профессии, журналистской, или журнализма, как особой формы деятельности. Её особенность заключается в том, что она вбирает в себя существенные признаки ряда иных видов трудовой деятельности. В рамках профессиональной выделяются те профессиональные типы, которые оказываются базовыми для журнализма, и «в основном это социо-сигно-артономическая профессия, то есть предполагающая общение с людьми, знаковыми и художественными системами, которыми в журнализме являются слово, звук, цвет, статичное и движущееся изображение и т. п.» [7, с. 139].

Процесс текстуализации в современной журналистике приобретает усложнённые формы и обнаруживает ещё более значительную зависимость от воздействующих факторов. Это происходит в связи с тем, что текстовый континуум в нынешних массмедиа воплощается в семиотических системах, репрезентированных многоаспектно и многоканально. Инструментальное обеспечение журналистики в настоящее время стало высокотехнологичным и предполагает качественную операциональную подготовку субъектов, владение не только методологией текстуализации, но и навыками в обращении со сложными профессиональными техническими комплексами. Журналист, по сути, становится киберсубъектом, и крайне важно в этих условиях не допустить утраты в нём высокого уровня гуманитарной культуры.

Являясь персонифицированной социономической профессией, журналистика особенно восприимчива к общественным условиям, и в связи с этим в ней предельно актуализированы политико-идеологические предпосылки: она, представленная исключительно субъектно, реагирует

чувствительно и тонко, порой болезненно, на общую политическую ситуацию и те идеологические предпочтения, которые в тот или иной момент доминируют в социуме. Именно политико-идеологические факторы наряду с производственно-технологическими обуславливают общее состояние журналистики в определённый момент и либо способствуют её развитию, либо тормозят его. Само собой разумеется, для гармоничного развития журналистики, помимо благоприятных производственно-технологических условий, нужны и благоприятные политико-идеологические. Последние предполагают эффективную и достаточно чётко функционирующую систему социально-государственного управления, сопряжённую с наличием и включением в действие групп концептуальных идеологем – паттернов именно идеологического содержания, обладающих аксиологическими признаками и образующими соответствующую сферу, в которой, как в питательной среде, может нормально развиваться журналистика.

Аксиосфера, будучи живой областью ценностных корреляций и пресуществлений, естественным образом возникает там, где для этого создаются адекватные условия, и один из необходимых детерминативных императивов – *свобода слова*. Это категория в высшей степени диалектическая и не данная раз и навсегда – каждый раз её приходится завоёвывать, «и только когда свобода словесного выражения мысли по поводу политических проблем полностью оказывается в области несвободы, возникающий в связи с этим в общественном сознании протест становится причиной импульса, побуждающего к размышлениям, и философским — в конечном итоге над тем, что общество осознало проблемой». Проблемой, естественно, связанной со свободой слова: проблема возникает тогда, когда данная свобода отсутствует вообще или редуцируется, будучи отчасти компенсированной такими паллиативами, как «гласность» или «плюрализм мнений», выступающими самостоятельными социальными институтами. Издавна категория свободы слова соотносилась с такими категориями, как Логос, Справедливость, Закон, призванными реализовать высокую гуманитарную миссию. Свободное слово должно было подняться над лукавством, соблазном, обольщением, корыстолюбием, «и чем больших высот достигала техника красноречия, чем изощрённее становились мастера слова, вышколенные учителями „беспринципного искусства“, софистами, тем глубже становилась пропасть между терминами, обозначающими всякого рода говорение и речения, вызывающие сиюминутные аффекты, лежащие в основе формируемого ораторами мнения, и Логосом, явившимся в результате длительной эволюции из логоса-слова в Логос-Всемирный Божественный Разум, способный установить Справедливость Законом, признанным основой человеческого общежития» [2, с. 79, 81–82].

Реализация принципов свободы слова в обществе связана со многими правовыми, моральными, этическими нормами и составляет важное проявление индивидами деонтологического начала как одной из сфер гражданской и гуманитарной ответственности. Только в условиях свободы слова возможно выражение индивидуальной и общественной воли, вовлечение индивида в общественное управление, формирование в социуме этоса как совокупности стилевых поведенческих норм, обеспечивающих уважение

человека человеком. Причём небезынтересно, что издавна «сама свобода мыслилась не как свобода желаний („надежд“), а как свобода самоуправления, как продолжение и утверждение гуманистической идеи достоинства человека» [6, с. 197]. Этот момент представляется существенным: необходимо, чтобы категория свободы не сводилась к уровню *желания* и *надежды*, а обеспечивала возможность реального социального действия – участие в решении серьезных общественных задач, включая управление. Именно такие условия необходимы для нормального развития в стране медиасистемы.

В постсоветский период в России были созданы важные предпосылки для законодательного утверждения принципов свободы слова. Однако возможности во многом оказались упущенными, произошёл глубокий системный сбой, и «в настоящее время законодательство о средствах массовой информации переживает кризис, который проявляется, прежде всего, в его игнорировании – со стороны правоприменителя – и в разрушении его цельности – со стороны законодателя» [8, с. 597]. Кризис усугубился и в связи с социальной апатией и правовой неподготовленностью аудитории. Для сравнения можно привести такой факт, взятый из выступления И. М. Дзялошинского на конференции «Актуальные проблемы законодательного обеспечения доступа к информации»: относительно недавно обнаружилось, что около 80 % американских провинциальных жителей «понятия не имели о своих информационных правах», и там незамедлительно «была принята специальная программа, которая обошлась порядка в полтора миллиона долларов, по просвещению американцев об их информационных правах. Понятно, что у нас не то что полутора миллионов нет, у нас и рубля на это никто не даст» [1, с. 353].

Отмеченная здесь кризисная ситуация не меняется в последние годы и, пожалуй, единственным прогрессом в данной области – а она объединяет аспекты политики, социологии, правоведения, медиологии и многие другие – можно назвать стремление аналитиков осмыслить происходящее, всесторонне его идентифицировать и сделать определённые выводы. То есть в этом случае теория, несомненно, ушла вперёд, а практика остаётся фактически в неизменном состоянии, а по многим направлениям отмечается и явный регресс. Политико-идеологическое обеспечение функционирования российского медиакомплекса остаётся крайне неэффективным, причём наиболее уязвимой стороной указанного обеспечения является сторона главным образом политическая, которая реализуется в государственно-правовом и социально-экономическом аспектах.

Прежде всего, предпринята попытка установить идентичность предмета изучения, поскольку в современных условиях для выражения своего мнения индивид нуждается в сложных и дорогостоящих технических средствах: свобода слова может быть дана, а вот материально-инструментальных условий для её реализации может и не оказаться. В этом случае имеется основание вести речь о свободе массмедиа как носителей гуманитарного бесцензурного текста. Данная формула удобна для применения как рабочий вариант, в котором подразумевается безусловное участие субъекта медиадействия – индивида, претендующего на авторство текста, не подлежащего цензуре. Это продюцент в цепи также иных продюцентом, и все

они должны обладать свободой выражения своего мнения и доступом к материальным медиаресурсам. Иначе говоря, первостепенное значение обретает свобода личности, наделённой материальной возможностью выступать в роли субъекта, продуцирующего медиатекст.

Фундаментальное исследование, проведённое С. Г. Корконосенко, М. Е. Кудрявцевой и П. А. Слуцким, обнаруживает внимание к аспектам свободы именно личности, которая является субъектом, действующим в пространстве массовой коммуникации. Выдвигаются гипотезы, и в них даётся заключение о том, что «свобода личности и массовая коммуникация находятся в нераздельном феноменологическом единстве» [4, с. 9], и что «свобода личности в массовой коммуникации представляет собой ценность высокого порядка» [4, с. 13]. Вместе с тем, признаётся сложность и неоднородность продуцирующего субъекта: «В создании эффекта вещания наравне с авторами участвует читатель, зритель, слушатель, с его особым способом восприятия материала, индивидуальной психической организацией, субъективным взглядом на жизнь, наконец — с определённым уровнем грамотности и общей культуры» [4, с. 23]. Приоритет личности в проблематике свободы выражения мнения, таким образом, очевиден. Но это не просто личность как некая абстрактная величина. Это, прежде всего, личность, вовлечённая в социальные и даже имущественные отношения.

Вообще материальный аспект в идентификации таких, казалось бы, отвлечённо-идеальных и теоретико-философских категорий, как свобода, в свете медийных реальных процессов обретает особое значение и предстаёт как предметно вполне оформившийся и конкретный феномен. Закономерным и оправданным является включение в совокупность понятий, отражающих медиaproцесс, понятие собственника. Это даёт возможность «развить гипотезу, согласно которой права собственности являются ключевым фактором для понимания природы и ограничений свободы человека вообще и коммуникационной свободы в частности» [3, с. 50–51]. Аргумент в пользу данного положения звучит весьма убедительно: «Если государство, как, например, в сегодняшней России, в состоянии произвольно лишать человека собственности, оно тем самым обрекает его на полную зависимость от себя, делая его свободу пустым звуком» [3, с. 58–59]. Свобода, таким образом, должна наполняться конкретным содержанием, обретать статус решающего социального элемента.

Политико-идеологические предпосылки функционирования медиасистемы могут и должны обеспечить личности свободу выражения своего мнения и свободу доступа к медийным ресурсам. Это возможно лишь в условиях зрелого гражданского общества и приоритета закона, чего современному обществу еще не хватает, но основу решения этой задачи на теоретическом уровне формировать необходимо.

Список литературы

1. Актуальные проблемы обеспечения доступа к информации [Текст] ; ред.-сост. А. Г. Рихтер. – М. : Институт проблем информационного права, 2004. – 456 с.
2. Брестовицкая, Н. М. Свобода слова: истоки и эволюция проблемы [Текст] / Н. М. Брестовицкая. – Саранск : Изд-во Мордовск. ун-та, 2005. – 264 с.

3. Корконосенко, С. Г., Кудрявцева, М. Е., Слуцкий, П. А. Коммуникационная свобода личности: субъекты и гарантии [Текст] / С. Г. Корконосенко, М. Е. Кудрявцева и П. А. Слуцкий. – СПб. : Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2012. – 192 с.
4. Корконосенко, С. Г., Кудрявцева, М. Е., Слуцкий, П. А. Свобода личности в массовой коммуникации [Текст] / С. Г. Корконосенко, М. Е. Кудрявцева, П. А. Слуцкий. – СПб. : Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2010. – 308 с.
5. Мисонжников, Б. Я. Понятие продуцента в системе текстовой прагматики [Текст] / Б. Я. Мисонжников // Гуманитарные исследования : мат. междунар. науч. интернет-конф. «Актуальные проблемы журналистиковедения, литературоведения, книговедения и смежных областей знания» (2010 год, Краснодар) ; редкол. : О. Т. Паламарчук, В. И. Чердниченко, Н. И. Щербакова. – Краснодар : КСЭИ ; Парабеллум, 2010. – С. 105–117.
6. Орнатская, Л. А. Культура и перспективы развития гражданского общества [Текст] / Л. А. Орнатская // Стратегии формирования гражданского общества в России : мат. Второго рос. науч.-обществ. форума «Гражданское общество в России как демократический проект» (21–23 февраля 2002 года, Санкт-Петербург) ; под ред. В. Г. Марахова. – СПб. : Изд-во НИИХ СПбГУ, 2002. – С. 193–199.
7. Свитич, Л. Г. Феномен журнализма [Текст] / Л. Г. Свитич. – М. : Ф-т журналистики МГУ ; изд-во ИКАР, 2000. – 252 с.
8. Средства массовой информации и правовые вопросы защиты чести и достоинства ; под ред. Г. В. Винокурова, А. Г. Рихтера, В. В. Чернышова. – М. : Институт проблем информационного права, 2004. – 608 с.

POLITICAL AND IDEOLOGICAL PRECONDITIONS OF CREATION OF THE MEDIA TEXT

B. Ya. Misonzhnikov

St. Petersburg State University

The department of periodicals chair

Preconditions of creation of the media text are considered, and the conclusion that the corresponding conditions are necessary for its effective producing not only production and technological, but also political and ideological character is drawn. Only in the conditions of mature civil society and a priority of the law mass media can get liberty: through a personal freedom – communication freedom.

Key words: *media text, freedom of speech, subject of media process, mass communication.*

Об авторах:

МИСОНЖНИКОВ Борис Яковлевич – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати Санкт-Петербургского государственного университета (199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7-9), e-mail: boris.misonzhnikov@gmail.com