

УДК 007 : 304 : 001

СУЧАСНА ЖУРНАЛІСТИКА І КУЛЬТУРА: СПІЛЬНІСТЬ ГЕНЕЗИСУ

Людмила Мар'їна

*Санкт-Петербурзький державний університет,
Університетська набережна, 7-9, 199034, Санкт-Петербург, Росія,
e-mail: pr.dept@jf.pu.ru*

У сучасній соціокультурній системі пріоритетні позиції ЗМІ, а журналістська діяльність зумовлює динаміку культури й одночасно є її продуктом. Сьогодні ЗМІ як джерело формування культури стереотипів — могутній агент соціалізації.

Дослідження соціокультурної системи дають змогу побачити спільність генезису журналістики і культури як явищ духовного життя суспільства. Духовні цінності, які створюють журналісти, — продукт соціокультурного середовища й одночасно його перетворювач, який трансформує ціннісний потенціал соціуму.

Ключові слова: агенти соціалізації, віртуальне мистецтво, культурна соціалізація, модель соціалізації, соціокультурна динаміка, творча самореалізація.

Журналистика, освещающая проблемы культуры, быть может, как никакая другая профессиональная деятельность, имеет возможности способствовать совершенствованию взаимоотношений человека и социума, развивать творческую, самостоятельную и самостоятельную личность. Вся современная история окрашена взаимодействием массовой и классической культур. Произведения массовой культуры обращены прежде всего к чувствам, эмоциям читателя и зрителя. Телевидение, кино, видеоклипы, видеодиски — главные носители информации и массовой культуры. В этой соціокультурной системе “культура журналиста — категория..., позволяющая оценить статус журналиста, уровень и методы реализации его творческих потенций в определенной исторической и соціокультурной среде” (1, с.18).

Методология журналистского труда, технологии современных СМИ формируются под воздействием соціокультурного пространства, одновременно видоизменяя ее. Нельзя недооценить, например, роль СМИ в формировании этнических стереотипов, которые отражают представления, возникшие в результате воспитания, образования, восприятия различных видов искусства, усвоения информации, почерпнутой из средств массовой коммуникации. Чем выше развита культура мышления, тем меньше человек склонен оперировать стереотипами. В практике международных отношений возрастает гуманитарный фактор. Мотивами к сотрудничеству все чаще становятся культурные потребности. СМИ участвуют в социализации личности, способствуют формиро-

ванию установок, ценностных ориентаций, приобщают к социальному опыту, культуре (2, с. 51).

Культурную социализацию осуществляют социальные институты, которые представляют собой систему общественных взаимодействий социальных структур, призванных удовлетворять потребности людей. В этой социокультурной системе приоритетны позиции СМИ, журналистики как сферы духовной деятельности, ведущего фактора культурной модернизации. Этот термин выражает понимание изменения культуры в плане ее приобщения к господствующим в мире образцам и ценностям. В век информационных технологий культурная модернизация — это развитие кинематографии, телевидения, науки и техники, новых социальных институтов культуры.

Сегодня СМИ выступают ведущим агентом социализации, а журналист включает индивида в различные сферы общественной жизни.

Социальные отношения, конкретизирующиеся в социальной политике, имеют и политическое содержание. Учитывая это обстоятельство, необходимо рассматривать социализацию как процесс передачи индивиду информации, знаний, приобщения его к существующим ценностям и ориентирам, усвоения им социального опыта, норм и ролей, навыков и умений посредством вхождения в систему сформированных общественных отношений; с другой стороны, это не просто воспроизводство, но и дальнейшее развитие индивидом существующей системы общественных отношений за счет его активной деятельности в процессе включения в социально-политическую и социокультурную среду.

Сегодня особенности социализации в России состоят в том, что старые, устоявшиеся ценности в большей части не воспринимаются новым поколением, именно как ценности, нормы. С другой стороны, новые ценности также не могут окончательно быть восприняты ввиду того, что они еще не превратились в истинные ценности, нормы. Профессор В.А. Сидоров считает, что “журналистика, являясь важнейшим звеном духовной жизни человека, выступает в качестве общественно значимой ценности. ...Ценность журналистики производна от культуры и взаимодействует с культурой журналиста” (3, с. 31-32).

Исследования социокультурной системы позволяют увидеть общность генезиса журналистики и культуры как явлений духовной жизни общества. Духовные ценности, создаваемые журналистами, — продукт культурной среды и одновременно ее преобразователь, который трансформирует ценностный потенциал социальной системы.

В XX веке в искусстве мы наблюдаем появление новых художественных направлений, аналога которым нельзя найти в предшествующих культурах. Это авангард, модернизм и постмодернизм. Возник ряд новых видов искусств. Их появление связано как раз с достижениями новейшей техники и технологии. Это фотография, кино, дизайн, телевидение, видеоклип оснащенные супертехническими достижениями шоу. В наступившем тысячелетии заявили свои права на то, чтобы реально войти в художественную культуру, компьютерные и сетевые арт-проекты, “сетевое искусство” (net-art). Виртуальное искусство сейчас находится, конечно, в зачаточном состоянии. Но фото, видеополиэкраны, многоканальная звукозапись, лазерная светотехника, компьютерная поддержка, проектирование, моделирование, анимация уже сегодня позволяют создавать новые произведения, которые выходят за рамки прежних изящных искусств. Речь идет, к примеру, о появлении инсталляций, хэппенингов, перформансов.

Эти произведения искусства становятся достоянием общественности благодаря телевидению, прессе, радио.

Таким образом, журналист помогает понять язык культуры, ее семиотику. А СМИ и журналистская деятельность, в частности, обуславливают динамику культуры и одновременно являются ее продуктом. Сегодня СМИ как источник формирования культурных стереотипов — мощный агент социализации.

Культурологический аспект освоения действительности журналистом есть результат духовного общения, основу которого составляет культура “как живое, функционирующее и развивающееся целое: форма ее бытия — качества человека, которые не врожденны ему, а благоприобретены в ходе его жизни; и способы человеческой деятельности, в которых реализуются названные качества человека; третья модальность культуры — опредмеченные плоды этой деятельности, “вторая природа”, создаваемая им как искусственная среда его обитания — материальная, духовная и художественная” (4, с.50).

Если говорить о морфологии культуры, то в ней выделяются два уровня: обыденная массовая культура (характер общения, обычаи, развлечения, предпочтения быта, гастрономии) и культура специализированная. Это профессиональная, хозяйственная, политическая, правовая, религиозная, философская, художественная, научная культуры и профессиональная сфера рекреации (культура отдыха и поддержания здоровья). Специфические области — образование, СМИ и учреждения культуры (библиотеки, театры, филармонии, музеи) — обеспечивают связь между всеми сферами культуры. В повседневном бытовании обозначают такие границы: моральная, гуманитарная и техническая культуры. Общекультурные процессы (их помогает исследовать философия культуры); стиль жизни общества, нравы; состояние концертных организаций, книжных магазинов, театров, кинотеатров и других сетей культуры; развитие общего, художественного, музыкального образования — все это входит в круг культурной проблематики печати и телевидения.

В XX веке в научных представлениях о культуре окончательно исчезает налет романтизма, придававший ей значение уникальности, творческого порыва, высокой духовности, освобождение от бремени повседневности. Французский философ Жан Поль Сартр (1905-1980) отмечал, что культура никого и ничего не спасает и не оправдывает. Но она дело рук человека, в ней он ищет свое отражение, в ней узнает себя, только в этом критическом зеркале он может увидеть свое лицо.

Журналистика как часть духовной культуры играет в ней две роли. Она является производителем духовных ценностей и продуктом духовной культуры одновременно. Она создает ценности, формирует общественное мнение. К материальной культуре имеет отношение ее носитель — газета, журнал, видеокассета, диск.

В настоящее время можно заметить все большую виртуализацию культуры мегаполиса. Новые технологии играют заметную роль, и облегчают подготовку и организацию культурных мероприятий. Также при помощи Интернета и цифровых технологий стало гораздо легче информировать город о событиях культурной жизни, а также заниматься вопросами PR. Журналист должен владеть этими технологиями и эффективно использовать в своей деятельности.

Практически у каждого учреждения культуры есть свой Интернет-сайт, а у некоторых, еще и группы в социальных сетях, созданные с целью постоянно получать обратную связь от горожан.

В 2005 году Русский Музей разработал программу, которая была названа “Виртуальный мир Русского Музея”. Суть заключалась в том, чтобы разработать такой сайт, где можно было бы виртуально пройти по залам и даже приближаться к картинам. Это планировалось осуществить с помощью нескольких сотен видеокамер. С появлением цифровых технологий значительно увеличился ассортимент так называемых “видеоэкскурсий”, фильмов о достопримечательностях. Например, выставка “Приключения Черного квадрата”. Данный проект помог проследить линию жизни созданного Казимиром Малевичем произведения в искусстве XX века — на уровне идеи, формы, знака, мотива, символического предмета. В экспозицию вошли работы самого Малевича, его современников и учеников, произведения актуальных художников, в творчестве которых в том или ином виде ощутимо присутствие “Черного квадрата”. В июле 2006 года в Русском Музее была организована выставка Павла Филонова “Очевидец незримого”. Как раз тогда русский авангард стал очень популярным в среде арт-бизнеса и коллекционирования, что было очень на руку организаторам. Кураторы тщательно проработали интерьер зала для выставки. Им показалось, что на картинах лучше будет сконцентрировано внимание, если зал обтянуть черной тканью, а полотна подсветить. Просмотр картин сопровождался музыкой, которая, позволяла услышать картины Филонова, а не только увидеть. В прессе это событие освещалось очень активно. О выставке написали все издания города, которые хоть как-то освещают вопросы культуры — это и специализированные журналы, и информационные агентства, и газеты, и общественно-политические еженедельники. Выставочные залы Петербурга и Москвы сильно отличаются по организации пространства, но абсолютно одинаково организованы по административному управлению. Для Москвы характерна модернизация при организации пространств. Например, центр современного искусства “Гараж” Дарьи Жуковой имеет самую большую площадь среди современных выставочных центров в мире. Московские галеристы раньше петербургских переняли идею лофта — промышленного помещения, переделанного под выставочные залы. Первым подобным местом в России стал “Винзавод” в Москве. Эрмитаж в последние годы очень полюбил делать выставки на тему других культур. Все помнят такие экспозиции как “Александр: Путь на Восток”, “Во дворцах и шатрах”. Таким образом, музей выполняет роль проводника в межкультурной коммуникации, помогает европейцам узнать о Востоке не только из книг, но и рассмотреть предметы более подробно. Также это важно для международного сотрудничества. Ни одно из изданий Петербурга наверняка не откажется от сотрудничества с Эрмитажем и подготовит материал о готовящейся выставке, обязательно сделав акцент на диалоге культур. Существует несколько знаковых мест, которые достаточно давно стали символами Петербурга, и у жителя любой точки мира, который знает о существовании такого города, с Петербургом будут ассоциироваться именно они. Антропология города, судьба и символы Петербурга — все это влечет туристов со всего мира ежегодно. Город как культурная метафора — это интересная тема, которую часто освещают журналисты, создавая тексты о Петербурге. Итак, символами Петербурга можно считать многое: Медный Всадник, Зимний Дворец, Петропав-

ловскую Крепость, Летний сад, Ростральные колонны, Исаакиевский собор, крейсер “Аврора”. Многие журналисты на этих символах строят метафоричность своего авторского стиля, используют названия символов Петербурга в образных сравнениях, цитируют петербургских классиков. Особенно любят этот прием старые городские газеты, основанные достаточно давно, — “Смена”, “Вечерний Петербург”.

Журналистика в России наряду с общественными объединениями — главная движущая сила в деле сохранения культурного наследия. Журналисты Петербурга всегда отстаивали и отстаивают культурные ценности города, его культурное и природное наследие. Межкультурная коммуникация в настоящее время одна из главных тем СМИ (5, с.7). Особенно это характерно для Петербурга — наиболее приближенного к Европе города нашей страны. Стоит только взглянуть, сколько стало выходить в нашем городе изданий для иностранцев и на иностранных языках. Достаточно вспомнить “Saint Petersburg Times” и его аналог на немецком языке, журнал “Where”, а также то, что большинство журналов города выпускается в билингвальном виде. Петербург хорошо ведет диалог культур с другими странами, не теряя своей концептосферы. Проходит множество мероприятий: Неделя Германии в Петербурге, Неделя французского кино — все эти мероприятия нам знакомы, мы посещаем их. Это показатель высокого уровня дипломатии и способности вести диалог с другими культурами. В Петербурге часто бывают не только европейцы, но и туристы из Китая и Японии. В журналистском творчестве Петербург как правило идентичен, самобытен. Это всеми узнаваемый образ. При освещении культурных событий города СМИ часто пользуются теми ценностными ориентирами, которые влекут горожан в учреждения культуры — удовлетворение потребностей в знании, развлечении, общении.

Современная журналистика — это составляющая духовного производства, в котором именно культура выступает универсальным способом творческой реализации журналиста, PR-специалиста через созданную духовную ценность. Для журналиста культура — это универсальный способ творческой самореализации через смысл, стремление вскрыть и утвердить смысл человеческой жизни в соотнесенности его со смыслом сущего. Смысл не всегда осознается человеком, и не всякий смысл выражается рационально, он может стать общезначимым, объединяя людей, выступая основой их мыслей и чувств. В этом контексте культура предстает перед человеком как смысловой мир, который вдохновляет людей, сплачивает их в некоторое сообщество (нацию, религиозную или профессиональную группу). Если в обыденном сознании культура выступает как собирательный образ, объединяющий искусство, религию, науку и другие виды духовной деятельности, то культурология журналистики в системе культурологического научного познания использует понятие культуры, для раскрытия сущности журналистского бытия, как реализацию творчества и специфического воздействия на массовое сознание. Культура — это социальная система функциональных форм деятельности, закрепившихся в общественной практике и сознании. Носителем и субъектом культуры является человек. Культурное богатство личности зависит от включения ценностей в личную деятельность. Ценности культуры превращаются в акты поведения субъекта — культура живет в личностном поведении человека.

Сегодня актуальна проблема формирования культурной компетентности личности. Значительную роль в этом процессе играют СМИ. Социокультурное знание, сконцентрированное не столько на объекте, предмете и технологии социальной практики познания, сколько на ее субъекте, исследует мотивационные, социально-организационные, регулятивные, информационно-коммуникативные, инновативно-творческие аспекты, а также оценочные критерии его деятельности, что в целом аккумулируется в совокупном социальном опыте людей, составляющем основу их культуры. В этом процессе приоритетны позиции журналистской деятельности и СМИ.

Именно журналистика решает задачи повышения уровня культуры, сохранения духовных ценностей, формирования условий для свободного развития личности. В сложной и динамичной современной жизни СМИ призваны сохранять и передавать будущим поколениям вечные ценности: справедливость, благородство, честь, достоинство, гуманизм. Журналистская деятельность создает в обществе условия, которые могут в различной степени как соответствовать, так и не соответствовать превращению ценностей культуры в акты поведения личности.

-
1. *Сидоров В. А.* Политическая культура журналиста / В. А. Сидоров. — СПб., 2010.
 2. Социология журналистики: учеб. пособие для студентов вузов. — М., 2004.
 3. *Каган М. С.* Введение в историю мировой культуры / М. С. Каган. — СПб, 2003.
 4. *Гавра Д. П.* Основы теории коммуникации / Д. П. Гавра. — СПб., 2005. — Ч. 1.

MODERN JOURNALISM AND CULTURE: COMMUNITY OF GENESIS

Liudmyla Marjina

St. Petersburg State University,
University Embankment, 7-9, 199034, St. Petersburg, Russia

E-mail: pr.dept@if.pu.ru

Position of media is priority in modern sociocultural system while journalistic occupation is a consequence of culture and a strong element which make conditional its evolution. Nowadays media as a source of culture stereotypes is a powerful agent of socialization. All cultural system researches let us see generality of journalism and culture genesis as phenomena of cultural life of society. Intellectual values which are created by journalists are also product of sociocultural environment and its reformer at the same time.

Key words: Agency of socialization, virtual Art, cultural socialization, patterns of socialization, sociocultural evolution, creative self-actualization.

**СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И КУЛЬТУРА:
ОБЩНОСТЬ ГЕНЕЗИСА****Людмила Марьина**Санкт-Петербургский государственный университет,
Университетская наб., 7-9, 199034, Санкт-Петербург, Россия**E-mail:** pr.dept@jf.pu.ru

В современной социокультурной системе приоритетны позиции СМИ, а журналистская деятельность обуславливает динамику культуры и одновременно является ее продуктом. Сегодня СМИ как источник формирования культурных стереотипов — мощный агент социализации.

Исследования социокультурной системы позволяют увидеть общность генезиса журналистики и культуры как явлений духовной жизни общества. Духовные ценности, создаваемые журналистами, — продукт социокультурной среды и одновременно ее преобразователь, который трансформирует ценностный потенциал социума.

Ключевые слова: агенты социализации, виртуальное искусство, культурная социализация, модель социализации, социокультурная динамика, творческая самореализация.

Стаття надійшла до редколегії 01.09.2011

Прийнята до друку 26.09.2011