

УДК 007:

СУЧАСНА ЖУРНАЛІСТИКА І КУЛЬТУРА: СПІЛЬНІСТЬ ГЕНЕЗИСУ

Людмила Мар'їна

Санкт-Петербурзький державний університет

Університетська наб., 7-9,

Санкт-Петербург, 199034, Росія

Журналістика, що висвітлює проблеми культури, можливо як жодна інша професійна діяльність, має можливості сприяти вдосконаленню взаємовідносин людини і соціуму, розвивати творчу, самодіяльну і самостійну особистість. Вся сучасна історія забарвлена взаємодією масової і класичної культур. Твори масової культури звернені насамперед до почуттів, емоцій читача і глядача. Телебачення, кіно, відеокліпи, відеодиски – головні носії інформації і масової культури. В цій соціокультурній системі «культура журналіста – категорія ...», що дозволяє оцінити статус журналіста, рівень і методи реалізації його творчих потенціалів в певному історичному та соціокультурному середовищі» [1, с. 18].

Методологія журналістського праці, технології сучасних ЗМІ формуються під впливом соціокультурного простору, одночасно видозмінюючи його. Не можна недооцінити, наприклад, роль ЗМІ у формуванні етнічних стереотипів які відображають уявлення, що виникли в результаті виховання, освіти, сприйняття різних видів мистецтва, засвоєння інформації, почерпнутих із засобів масової комунікації. Чим вище розвинена культура мислення, тим менше людина схильна оперувати стереотипами. У практиці міжнародних відносин зростає гуманітарний чинник. Мотивами співпраці все частіше стають культурні потреби. ЗМІ беруть участь у соціалізації особистості, сприяють формуванню установок, ціннісних орієнтацій, долучають до соціального досвіду, культури (2, с.51).

Культурну соціалізацію здійснюють соціальні інститути, які є системою суспільних взаємодій соціальних структур, що покликані задовольняти потреби людей. У цій соціокультурній системі пріоритетними є позиції ЗМІ, журналістики як сфери духовної діяльності, провідного чинника культурної модернізації. Цей термін виражає розуміння зміни культури в плані її прилучення до панівних у світі зразків та цінностей. У століття інформаційних технологій культурна модернізація – це розвиток кінематографії, телебачення, науки і техніки, нових соціальних інститутів культури.

Сьогодні ЗМІ виступають провідним агентом соціалізації, а журналіст включає індивіда в різні сфери суспільного життя.

Соціальні відносини, що конкретизуються в соціальній політиці, мають

і політичний зміст. Враховуючи цю обставину, необхідно розглядати соціалізацію як процес передачі індивіду інформації, знань, залучення його до існуючих цінностей та орієнтирів, засвоєння ним соціального досвіду, норм і ролей, навичок й умінь з допомогою входження в систему сформованих суспільних відносин, з іншого боку, це не просто відтворення, а й подальший розвиток індивідом існуючої системи суспільних відносин за рахунок його активної діяльності в процесі включення в соціально-політичне та соціокультурне середовище.

Сьогодні особливості соціалізації в Росії полягають у тому, що старі, усталені цінності в переважно не сприймаються новим поколінням, саме як цінності, норми. З іншого боку, нові цінності також не можуть остаточно бути сприйняті з огляду на те, що вони ще не перетворилися на справжні цінності та норми. Професор В.А. Сидоров вважає, що «журналістика, будучи найважливішою ланкою духовного життя людини, виступає як суспільно значуща цінність. ... Цінність журналістики похідна від культури та взаємодіє з культурою журналіста» (3, с.31 - 32).

Дослідження соціокультурної системи дозволяють побачити спільність генезису журналістики та культури як явищ духовного життя суспільства. Духовні цінності, що створюються журналістами, – продукт культурного середовища і одночасно її трансформатор, який перетворює ціннісний потенціал соціальної системи.

У ХХ столітті в мистецтві ми спостерігаємо появу нових художніх напрямків, аналогу яким не можна знайти в попередніх культурах. Це авангард, модернізм та постмодернізм. Виник ряд нових видів мистецтв. Їх поява пов'язана якраз з досягненнями новітньої техніки і технології. Це фотографія, кіно, дизайн, телебачення, відеокліп оснащені супертехнічними досягненнями шоу. У новому тисячолітті заявили свої права на те, щоб реально увійти в художню культуру, комп'ютерні та мережеві арт-проекти, «мережеве мистецтво» (net-art). Віртуальне мистецтво зараз знаходиться, звичайно, в зародковому стані. Але фото, відеополіекрани, багатоканальний звукозапис, лазерна світлотехніка, комп'ютерна підтримка, проектування, моделювання, анімація вже сьогодні дозволяють створювати нові твори, які виходять за рамки колишніх витончених мистецтв. Йдеться, наприклад, про появу інсталяцій, хепенінгів, перформансів. Ці твори мистецтва стають надбанням громадськості завдяки телебаченню, пресі, радіо.

Таким чином, журналіст допомагає зрозуміти мову культури, її семіотику. А ЗМІ та журналістська діяльність, зокрема, обумовлюють динаміку культури і одночасно є її продуктом. Сьогодні ЗМІ як джерело формування культурних стереотипів – потужний агент соціалізації.

Культурологічний аспект освоєння дійсності журналістом є результатом духовного спілкування, основу якого складає культура «як живе, функціонуюче і прогресуюче ціле: форма її буття – якості людини, які не вроджені, а набуті в ході життя; і способи людської діяльності, в яких реалізуються названі якості людини; третя модальність культури – плоди цієї діяльності, «друга природа», яку вона створює, як штучне середовище проживання – матеріальна, духовна та художня» (4, с.50).

Якщо говорити про морфологію культури, то в ній виділяються два рівні: буденна масова культура (характер спілкування, звичаї, розваги, переваги

побуту, гастрономії) та культура спеціалізована. Це професійна, господарська, політична, правова, релігійна, філософська, художня, наукова культури і професійна сфера рекреації (культура відпочинку і підтримки здоров'я). Специфічні сфери – освіта, ЗМІ та заклади культури (бібліотеки, театри, філармонії, музеї) – забезпечують зв'язок між всіма сферами культури. Позначають такі кордони: моральна, гуманітарна та технічна культури. Загальнокультурні процеси (їх допомагає досліджувати філософія культури); стиль життя суспільства, звичаї; стан концертних організацій, книгарень, театрів, кінотеатрів та інших мереж культури; розвиток загальної, художньої, музичної освіти – все це входить в коло культурної проблематики преси та телебачення.

У XX столітті в наукових уявленнях про культуру остаточно зникає наліт романтизму, що надавав їй значення унікальності, творчого пориву, високої духовності, звільнення від тягаря повсякденності. Французький філософ Жан Поль Сартр (1905-1980) зазначав, що культура нікого і нічого не рятує і не виправдовує. Але вона справа рук людини, в ній вона шукає своє відображення, в ній впізнає себе, тільки в цьому критичному дзеркалі вона може побачити своє обличчя.

Журналістика, як частина духовної культури, грає в ній дві ролі. Вона є виробником духовних цінностей і продуктом духовної культури одночасно. Вона створює цінності, формує громадську думку. До матеріальної культури має відношення її носій – газета, журнал, відеокасета, диск.

Сьогодні можна помітити наростаючу віртуалізацію культури мегаполісу. Нові технології відіграють помітну роль, і полегшують підготовку та організацію культурних заходів. Також за допомогою Інтернету та цифрових технологій стало набагато легше інформувати місто про події культурного життя, а також займатися питаннями PR. Журналіст повинен володіти цими технологіями і ефективно використовувати їх у своїй діяльності.

Практично у кожного закладу культури є свій Інтернет-сайт, а у деяких, ще й групи в соціальних мережах, створені з метою постійно отримувати зворотний зв'язок від городян.

В 2005 році Російський Музей розробив програму, яка була названа «Віртуальний світ Російського Музею». Суть полягала в тому, щоб розробити такий сайт, де можна було б віртуально пройтись по залах і навіть наблизитися до картин. Це планувалося здійснити за допомогою декількох сотень відеокамер. З появою цифрових технологій значно збільшився асортимент так званих «відеоеккурсій», фільмів про пам'ятки. Наприклад, виставка «Пригоди Чорного квадрата». Цей проект допоміг простежити лінію життя твору створеного Казимиром Малевичем в мистецтві XX століття – на рівні ідеї, форми, знаку, мотиву, символічного предмету. До експозиції увійшли роботи самого Малевича, його сучасників і учнів, твори актуальних художників, у творчості яких, в тому чи іншому вигляді, відчутно присутність «Чорного квадрата». У липні 2006 року в Російському Музеї була організована виставка Павла Філонова «Очевидець незримого». Саме тоді російський авангард став дуже популярним в середовищі арт-бізнесу та колекціонування, що було дуже на руку організаторам. Куратори ретельно опрацювали інтер'єр залу для виставки. Їм здалося, що на картинах краще буде сконцентровано увагу, якщо зал обтягнути чорною тканиною, а полотна підсвітити. Перегляд картин

супроводжувався музикою, яка дозволяла почути картини Філонова, а не тільки побачити. У пресі ця подія висвітлювалося дуже активно. Про виставку написали всі видання міста, які хоч якось висвітлюють питання культури – це і спеціалізовані журнали та інформаційні агентства, і газети, і суспільно-політичні тижневики. Виставкові зали Петербурга і Москви сильно відрізняються з організації простору, але абсолютно однаково організовані в адміністративному управлінні. Для Москви характерна модернізація при організації просторів. Наприклад, центр сучасного мистецтва «Гараж» Дарії Жукової має найбільшу площу серед сучасних виставкових центрів у світі. Московські галеристи раніше від петербурзьких перейняли ідею лофт – промислового приміщення, переробленого під виставкові зали. Першим подібним місцем у Росії став «Винзавод» в Москві. Ермітаж в останні роки дуже полюбив робити виставки на тему інших культур. Всі пам'ятають такі експозиції як «Олександр: Шлях на Схід», «У палацах і шатрах». Таким чином, музей виконує роль провідника в міжкультурній комунікації, допомагає європейцям дізнатися про Схід не тільки з книг, але і розглянути предмети докладніше. Також це важливо для міжнародної співпраці. Жодне з видань Петербурга напевно не відмовиться від співпраці з Ермітажем і підготує матеріал про підготовлювану виставку, обов'язково зробивши акцент на діалозі культур. Існує кілька знакових місць, які досить давно стали символами Петербурга, і у жителя будь-якої точки світу, який знає про існування такого міста, з Петербургом будуть асоціюватися саме вони. Антропология міста, доля і символи Петербурга – все це вабить туристів з усього світу щороку. Місто як культурна метафора – це цікава тема, яку часто висвітлюють журналісти, створюючи тексти про Петербург. Отже, символами Петербургу можна вважати: Мідний Вершник, Зимовий Палац, Петропавловську Фортеця, Літній сад, Ростральні колони, Ісаакієвський собор, крейсер «Аврора». Багато журналістів на цих символах будують метафоричність свого авторського стилю, використовують назви символів Петербургу в образних порівняннях, цитують петербурзьких класиків. Особливо люблять цей прийом старі міські газети, засновані досить давно, – «Смена», «Вечерний Петербург».

Журналістика в Росії разом з громадськими об'єднаннями – головна рушійна сила у справі збереження культурної спадщини. Журналісти Петербургу завжди відстоювали і відстоюють культурні цінності міста, його культурну і природну спадщину. Міжкультурна комунікація сьогодні одна з головних тем ЗМІ (5, с.7). Особливо це характерно для Петербургу – найнаближенішого до Європи міста в нашій країні. Варто лише поглянути скільки в нашому місті почало виходити видань для іноземців та іноземними мовами. Варто згадати «SaintPetersburgTimes» і його аналог німецькою мовою журнал «Where», а також те, що більшість журналів міста випускається в білінгвальному вигляді. Петербург добре веде діалог культур з іншими країнами, не втрачаючи своєї концептосфери. Проходить безліч заходів: Тиждень Німеччини в Петербурзі, Тиждень французького кіно – всі ці заходи нам знайомі, ми відвідуємо їх. Це показник високого рівня дипломатії та здатності вести діалог з іншими культурами. У Петербурзі часто бувають не тільки європейці, а й туристи з Китаю і Японії. У журналістській творчості Петербург як правило ідентичний, самотній. Це всіма впізнаваний образ. При висвітленні культурних подій міста ЗМІ часто користуються тими ціннісними

орієнтирами, які тягнуть городян до закладів культури – задоволення потреб у знанні, розвазі, спілкуванні.

Сучасна журналістика – це складова духовного виробництва, в якому саме культура виступає універсальним способом творчої реалізації журналіста, PR- фахівця через створену духовну цінність. Для журналіста культура – це універсальний спосіб творчої самореалізації через сенс, прагнення розкрити і затвердити зміст людського життя в співвіднесеності його зі змістом сущого. Сенс не завжди усвідомлюється людиною, і не всякий сенс виражається раціонально, він може стати загальнозначущим, об'єднуючи людей, виступаючи основою їхніх думок та почуттів. У цьому контексті культура постає перед людиною як значеннєвий світ, який надихає людей, згуртовує їх у співтовариство (націю, релігійну або професійну групу). Якщо в повсякденній свідомості культура виступає як збірний образ, що поєднує мистецтво, релігію, науку та інші види духовної діяльності, то культурологія журналістики, в системі культурологічного наукового пізнання, використовує поняття культури для розкриття сутності журналістського буття, як реалізацію творчості і специфічного впливу на масову свідомість. Культура – це соціальна система функціональних форм діяльності, закріпилися в суспільній практиці і свідомості. Носієм і суб'єктом культури є людина. Культурне багатство особистості залежить від включення цінностей в особисту діяльність. Цінності культури перетворюються на акти поведінки суб'єкта – культура живе в особистісній поведінці людини.

Сьогодні актуальною є проблема формування культурної компетентності особистості. Значну роль у цьому процесі відіграють ЗМІ. Соціокультурне знання, сконцентроване не стільки на об'єкті, предметі та технології соціальної практики пізнання, скільки на її суб'єкті, досліджує мотиваційні, соціально-організаційні, регулятивні, інформаційно-комунікативні, інноваційно-творчі аспекти, а також оціночні критерії його діяльності, що в цілому акумулюється в сукупному соціальному досвіді людей, що становить основу їхньої культури. У цьому процесі пріоритетні позиції журналістської діяльності та ЗМІ.

Саме журналістика вирішує завдання підвищення рівня культури, збереження духовних цінностей, формування умов для вільного розвитку особистості. У складному і динамічному сучасному житті ЗМІ покликані зберігати і передавати майбутнім поколінням вічні цінності: справедливість, благородство, честь, гідність, гуманізм. Журналістська діяльність створює в суспільстві умови, які можуть в різній мірі як відповідати, так і не відповідати перетворенню цінностей культури в акти поведінки особистості.

Список використаної літератури

1. Сидоров В. А. Политическая культура журналиста. СПб., 2010. С. 18.
2. Социология журналистики: учебное пособие для студентов вузов. М., 2004. с.51.
3. Сидоров В. А. Политическая культура журналиста. СПб., 2010. С. 31-32.
4. Каган М. С. Введение в историю мировой культуры. СПб, 2003. С. 50.
5. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации. ч. 1 СПб., 2005 С. 7.

MODERN JOURNALISM AND CULTURE: GENERALITY OF GENESIS

Lyudmila Marina

*Saint-Petersburg State University
University wh., 7-9, Saint-Peterburg, 199034, Russia*

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.

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

СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И КУЛЬТУРА: ОБЩНОСТЬ ГЕНЕЗИСА

Людмила Марьяна

*Санкт-Петербургский государственный университет
Университетская наб., 7-9, Санкт-Петербург, 199034, Россия*

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 надіслана до редколегії 23.12.11

Прийнята до друку 10.01.12