

В.В. Прозоров

ВЛАСТЬ И СВОБОДА ЖУРНАЛИСТИКИ



У Ч Е Б Н О Е П О С О Б И Е

ПРАВ

Мы – не рыбы, рыбы – не мы!

УГРОЗА КИТАЮ



СЕКРЕТНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ



ФЛИНТА

Валерий Владимирович Прозоров

Власть и свобода журналистики

Издательский текст

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=3165605

Власть и свобода журналистики: Флинта, Наука; М.; 2017

ISBN 978-5-9765-1071-5

Аннотация

Предлагаемое пособие посвящено природе *власти* средств массовой информации и коммуникации над громадной аудиторией и феномену *свободы* в журналистской работе. Рассматривается генетическая связь основных разновидностей современной журналистики с тремя издревле существующими литературными родами – эпосом, лирикой и драмой. Анализируются интерактивные ресурсы медийных текстов. Обсуждаются проблемы саморегулирования (внутренней свободы и умения «властвовать собой») российских СМИ. Заново написан раздел, посвященный журналистике в киберпространстве.

Для студентов и преподавателей гуманитарных факультетов и отделений вузов.

Содержание

Глава 1, вводная	4
При чем тут Бальзак?	5
Откуда берется факт	7
Во всем ли виновата журналистика?	12
Конец ознакомительного фрагмента.	14

**Валерий Владимирович
Прозоров
Власть и свобода
журналистики**

**Глава 1, вводная
Обоснование спецкурса «Власть
и свобода журналистики»**

*При чем тут Бальзак? – Откуда берется факт. –
Во всем ли виновата журналистика? – Чем призвана
заниматься **смикология**. Задачи нашего спецкурса.*

При чем тут Бальзак?

Уже озаглавив книгу, я внезапно для себя обнаружил внутреннюю рифмовку ее имени с названием известного романа Бальзака «Блеск и нищета куртизанок». Созвучие символическое. Две устойчивые метафоры давно сопровождают журналистику: **четвертая власть и вторая древнейшая профессия**. Обе включают порядковые числительные, определяющие место нашего объекта под солнцем.

Одна метафора про «блеск», про реальную и притягательную силу властного влияния, про то, что более всего влечет юных к журналистскому образованию; другая – про разращение привычной неволей, действительную «нищету», касающуюся трудно достижимой свободы, без которой, однако, не может себя в надлежащей мере осуществить журналистика.

«Люди так легко вносят вас в позорные списки и так становятся несговорчивы, когда приходится вас оттуда вычеркивать», – глубокомысленно рассуждает куртизанка Эстер, «падшая» героиня Бальзака из упомянутого выше романа – составной части «Человеческой комедии». Журналистика как род занятий повсеместно в нашем отечестве, хотя и с массой утешительных и признательных оговорок, внесена в эти негласные списки.

Понять, до какой степени справедливы (или, напротив,

чересчур пристрастны) давние и наиновейшие людские претензии к журналистике, можно, обратившись к непосредственной связи средств массовой информации и коммуникации с такими универсальными категориями, как *власть и свобода...*

Испокон века власть и свобода глядят друг на друга косо и подозрительно. Гармоничными их отношения могут остаться лишь в творческом акте. Внутренняя свобода мастера напрямую соотносится с открывающимся ему пронзительным пониманием природы творчества, алгоритмов ремесла. Внутренняя свобода сообщает мастеру полноту счастливого ощущения власти в избранной сфере деятельности. Власти над богатым разнообразием трудно поддающегося превращениям рабочего материала. Власти над вероятным и благодарным потребителем созданного.

Магия свободы обусловлена самовластием творца, право имеющего. Свобода обладает свойством снимать, обходить и преодолевать запреты. Свобода упоительна и в какие-то моменты самодостаточна. Между тем без способности «властвовать собой» свобода чаще всего опасна.

Речь у нас пойдет о пользе сочетания свободы и власти в профессионально-журналистском творчестве и в его восприятии, о древней, как мир, природе властного потенциала современных СМИ.

Откуда берется факт

Нас будет занимать многозначный смысл непрестанно тиражируемой, от постоянного употребления давно уже стершейся и бесконечно усталой метафоры *власть СМИ*. Нас будет интересовать реальная осязаемость этой власти и с точки зрения производителей медиaproдукции – журналистов, и с точки зрения ее вероятных получателей – читателей, зрителей, слушателей, пользователей, критиков-профессионалов, педагогов в сфере медиаобразования.

Подобный бифокальный взгляд на властную энергию СМИ-продукта позволяет сосредоточиться на таких слабо пока отрефлексированных областях медианауки, как журналистская поэтика, журналистская критика и медиаграмотность. Современные СМИ по-хозяйски расположились на обширных просторах политики, экономики, культуры, общественной жизни. Вот почему печать, электронные СМИ, а теперь и сетевая журналистика¹ – предмет пристальной опе-

¹ Многозначные, исторически развивающиеся понятия «журналистика», «средства массовой информации», «средства массовой коммуникации», «средства массовой информации и коммуникации», «массмедиа», «пресса», несмотря на известное их несходство, мы уговариваемся чаще всего употреблять на правах синонимов, т. е. слов-понятий, совпадающих в основных значениях при сохранении различий в смысловых оттенках (ср.: Ворошилов В.В. Журналистика: учебник. 3-е изд. СПб., 2001. С. 7–9). Более или менее отчетливое несовпадение здесь – у понятий «информация» и «коммуникация»: в простодушно-прозрачном и вполне корректном истолковании информация – сама по себе ском-

ки, контроля, неусыпного и пристрастного внимания законодательной, исполнительной и судебной структур.

Первым трем властям очень хочется иметь *СМИ*рные масс-медиа. Для непослушных наготове стесняющие свободные телодвижения *СМИ*рительные одежды. Журналистику в наше время обхаживают и одновременно презируют и ненавидят. С ней судятся и расправляются. Ее прилюдно и тайком наказывают. Самых неуживчивых представителей опасного ремесла хладнокровно отстреливают. В отношении к журналистике одна только привилегия отнята: с ней не могут не считаться.

Журналистику как только не величают: продажной и грязной, рептильной, отважной, преступной и гнусной, честной, бесстрашной... Характеризуют всеми цветами радуги... Под сомнение ставят лишь определения, более чем желанные для самой журналистики: *независимая и свободная*².

Журналистика (газета, журнал, радио, телевидение, но-
понованная вестъ (сведение, сообщение) о чем- или о ком-либо; коммуникация – определенным образом организованная передача весты, путь сообщения, обратная связь – процесс диалогического общения.

² О реальном соотношении свободы и власти журналистики в России, о вероятных тревожных перспективах трансформации российских *СМИ*, об иллюзии независимости современной журналистики и о многих других актуальных вопросах массмедийной теории и практики см. статьи И.М. Дзялошинского, М.Ф. Ненашева, Е.Л. Варгановой, А.А. Тертычного и др. Авторы в журнале: Журналист. Социальные коммуникации. М., 2011. № 1. Ср. грустное и четко сформулированное заключение: в условиях национального проекта, реализуемого у нас в настоящее время, *СМИ* в массе своей «не могут быть свободными, честными и объективными» (там же. С. 35).

вейшие сетевые версии) обладает действительной властью над душами и умами массовых потребителей. Мало того, она создает завораживающую иллюзию сиюминутного и калейдоскопического соучастия каждого потребителя СМИ в делах планеты. Сама планета наша давно уже стала, в духе шекспировской метафоры, «новым глобальным театром» (Герберт Маршалл Маклюэн – М. McLuhan), где каждый в нескончаемом информационном процессе-потоке играет свою роль – зрителя, актера, продюсера, режиссера – ведущего или ведомого. «Глобальная деревня, описанная Маршаллом Маклюэном еще в 1960-е, уже построена»³.

Бесконечное озорство игровых и ролевых превращений заключено в самой природе современных СМИ. Журналистика исполняет сегодня многие из обязанностей, которые совсем еще недавно, в эру Гутенберга, приходились на долю «художественной литературы», «изящной словесности», «поэзии», «искусства слова», «театра» и т. п. Телевидение, например, давно уже стало для нас «предметом первой необходимости» (Владимир Саппак), все заметнее уступая, однако, свое место Интернету.

Текст СМИ не только повествует о случившемся (или случаемся), но в первую очередь усердно, старательно лепит сам новостной **факт**, окрашивая его в привлекательные для массового заглывания вкусовые цвета.

³ Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. СПб., 2003. С. 39.

Любой факт, выбранный журналистом, редакцией или агентством из общих и нескончаемых информационных потоков, уже самим *фактом выбора* и предпочтения наделяется определенным (часто – очень существенным) интерпретационным смыслом. Пребывавший до того момента в тени факт тут же обретает особую событийную функцию: пусть и на короткое время, но он подчеркивается, ставится в центр внимания, осматривается с разных сторон; другие факты из того же и многих иных одновременно льющихся потоков оказываются на отчетливой периферии, покорно безмолвствуют.

Меченый факт сам по себе уже ценностно выпечен, основательно определен и выпячен: он с нами, он – в нас, он – в общем кругозоре (при любом к нему отношении). И тем более мне, зрителю, читателю и слушателю, важно, чтобы журналист, во-первых, отбирал факты осмысленно и честно и, во-вторых, не спешил навязывать свои мысли-мнения по поводу увиденного и услышанного, но по возможности беспристрастно и многосторонне являл бы случившееся событие, чтобы дал мне хотя бы крохотный шанс самому относительно свободно разобраться в происходящем. Потребуется *его* соучастие – подключусь к проблемно-аналитическим разборам и подсказкам. И в том, и в другом случае – *я сам...*

Не стойте только над душой,
Над ухом не дышите.

Во всем ли виновата журналистика?

Мир окружающей нас и проникающей в нас реальности и мир СМИ давно уже взаимообратимы. Отсюда невероятная, далеко еще не осмысленная, хотя и постоянно декларируемая ответственность СМИ за все, что происходит в разноголосом сообществе ее немереной и ей (жадно, трепетно, чутко, отзывчиво; нехотя, небрежно, снисходительно, недоверчиво) внимающей аудитории. В осознании меры этой ответственности – сила журналистики.

Известно, что явные или тайные объятия с властью и бизнесом – верный знак профессионального бездорожья. Не случайно журналистов (кто с ненавистью, а кто и с полным расположением и пониманием их действительно благородной роли) называют цепными псами (а стало быть, заступниками, защитниками, слугами и верными друзьями) общества. Очень часто, однако, мы замечаем, как (продолжим расхожую метафору) сотрудники СМИ скулят, рычат, огрызаются, залившимся лаем оглашают округу, выступая при этом не от общественного имени, но по заказу своих непосредственных власть имеющих хозяев. Говорят, над ними довлеет проклятый пиар (PR). Истинный, нормальный – честный – пиар («связи с общественностью») в этом не повинен: он нужен, чтобы сущее в этом информационно взбалаченном и перенасыщенном мире оказалось реально зри-

мым, видимым и замеченным.

На деле прикормленная медиауслуга – это и не журналистика, и не пиар. Вернее сказать: это подлая и черная журналистика и одновременно гадкий и грязный пиар... «Во всем виновата журналистика!» – такое с виду нехитрое умозаключение часто используется (далеко не всегда в целях исключительно спекулятивных) политиками разной ориентации, представителями властных структур и массовыми потребителями журналистской продукции. Общественные грозы, беды, волнения – всему виной проклятая журналистика. Масштабные жизненные неурядицы, социальные и даже природные катаклизмы, несправедливые действия противоборствующих сил на земле – все это журналисты раздувают, из тихо жужжащих мух лихо сотворяя нелепых слонов и жирных уток...

Знаменательна распространившаяся в современном российском обществе речевая практика многочисленных (преимущественно порицательных) эмоциональных оценок и характеристик, которыми отечественные средства массовой информации и коммуникации и их продукция награждаются в самой печати и которые охотно поддерживаются многоголосой аудиторией читателей, слушателей, зрителей.

Как показывают наши наблюдения над многочисленными и *привычными* отзывами последних лет о журналистской работе, широкое (в самой прессе и в распространенных устных высказываниях) хождение среди **глаголов**

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.