

## МЕДИАИНТЕРПРЕТАЦИИ СМЫСЛОВ «КУЛЬТУРНО ПОБУЖДАЮЩЕЙ СРЕДЫ»

В. А. Сидоров

Санкт-Петербургский государственный университет

Поступила в редакцию 12 января 2015 г.

**Аннотация:** в статье на основе ценностно-политического анализа функционирования медиа рассматривается коммуникативный детерминизм журналистской интерпретации смыслов жизни в публичном пространстве демократического общества. Особое внимание уделяется взаимодействию журналистики и «культурно побуждающей среды».

**Ключевые слова:** медиа, публичная сфера, интерпретации смыслов, ценности.

**Abstract:** the article examines communicative determinism of journalistic interpretation of the meaning of life in the public space of a democratic society on the basis of the value-political analysis of the functioning of media. Particular attention is paid to the interaction of journalism and «culturally motivating environment».

**Key words:** media, the public sphere, the interpretation of meanings, values.

Представление о культурно побуждающей среде в научный оборот ввел Ю. Хабермас, развивая ему же принадлежащую идею публичной сферы как общественного форума для «рационального обсуждения», основанного на принципах открытости и равенства сторон и на совместно разработанных и общепринятых критериях и стандартах. Представление о публичной сфере выглядит своеобразным идеалом информационной организации демократического общества. В связи с чем, отмечали аналитики, «понятие публичной сферы является ценностно-ориентированным» [1, 270]. «В публичной сфере, в процессе свободной от внешнего контроля дискуссии и обмена информацией вырабатывается то, что можно назвать общественным мнением. Оно представляет собой не среднее арифметическое мнений всех участников, а результат дискуссии, которая очищает его от искажений, вносимых частными интересами и ограниченностью отдельных точек зрения: исход дискуссии определяется исключительно силой аргументации, а не статусом участников» [2, web]. Участники дискуссии должны пользоваться вне статусными, общими для всех дискутирующих, во фразеологии Хабермаса, «культурными правами», потому что «потребительная стоимость равных этических свобод зависит от гарантии доступа к культурным ресурсам, из которых можно черпать, то есть приобретать, воспроизводить и обновлять, требуемые ценности» [3, 277]. Это и есть интерпретация актуальных для социума и личности смыслов, пронизанная традициями и культурными стандартами общества.

В аспекте сказанного интересна предложенная В. В. Васильковой классификация социальных коммуникаций, которую она сводит к «трем наиболее общим терминологическим кластерам: коммуникация как воздействие и манипуляция, коммуникация как взаимодействие и конвенция, коммуникация как смыслопорождение». Нам следует выделить последний кластер, и тогда «основным трендом становится изучение культурных смыслов, которые конструируются в социальной коммуникации и меняют «судьбу» социальных систем, институтов и процессов, создают социальные общности. Такие смыслы невидимы и порой сложно идентифицируемы, но именно они предстают не только способом самоописания, но и способом самопорождения общества» [4, 58, 64]. Политическую сложность идентификации смыслов наглядно продемонстрировал публицист А. Щипков, в своем интервью заявив, что в настоящее время слово, а он говорил о фашизме, может из термина превратиться в идиому, и тогда «конкретное понятие выпадает из языка. А картину реальности презентует язык. Поэтому на месте реального фашизма как явления остается белое пятно. Люди смотрят в упор и не понимают, с чем имеют дело» [5, 3].

Смыслопорождающая коммуникация предстает как публичная сфера коммуникативных действий, результатом которых становится новейшая интерпретация содержания «жизненных миров» (снова термин Хабермаса!) всех участников коммуникации. Комментируя в целом теорию немецкого философа А. В. Назарчук констатирует, что «участники коммуникативного действия не могут выйти за рамки горизонта своего жизненного мира. Как интерпретаторы жизненного мира... они могут коммуницировать, истолковывать, понимать. Это место, в ко-

тором встречаются говорящий и слушатель... Ситуация представляет собой участок жизненного мира, ограниченный темой обсуждения» [6, 89]. В медийной практике установление содержательных рамок дискурса действует как неукоснительное правило корректной организации обсуждений, и очерченная Назарчуком конфигурация конкретизируется: говорящих может быть несколько, а слушающий – обобщенное множество индивидов аудитории массмедиа. При этом обобщенному слушающему отчетливо видно, насколько редко способны прислушаться друг к другу говорящие, они заняты интерпретацией, каждый по-своему, актуальных смыслов, чтобы изменить «судьбу» социальной системы.

Это положение удачно иллюстрируется практикой публикации разных мнений на одной газетной полосе – суждения по наиболее острому вопросу политики, высказанные известными авторами, настолько противоположны, что привести их к общему знаменателю затруднительно. Так, Т. Воеводина в своей оценке современных политических проблем России берет за отправное утверждение, что «сегодняшняя [вторая половина 2014 г. – В. С.] иступленная информационная война – это в значительной мере война не фактов, а мифов», и поэтому пытается выйти за их пределы, придавая тем же мифам новые смыслы. Публицисту, после сделанных в статье ценностно-политических построений, очевидно, что свое будущее Россия не должна связывать с «пенсионным настроем» Европы, «восход нам нужен, а не закат» [7, 9].

Напротив, ее оппонент Г. Старостенко, констатируя, что «Россия разворачивается к Азии. Евразийство торжествует», аргументированно уверяет, насколько роковой ошибкой видится ему этот поворот, насколько мы забыли уроки истории, и если сделанный поворот окажется неизменным, то в какой мере русскому человеку предстоит поменять свой ценностный строй. Публицист назвал «апофеозом евразийства» выкрик «пацаненка лет семи, которого в русской деревне за малую провинность отчитала старушка-соседка: «Ми вас рэзать будим!» [8, 9].

Так публицистика, воздействуя на общественное сознание, применяет доступные ей средства для изменения политического вектора страны. Перед нами две интерпретации смыслов жизни нации. Безусловно, под эти диаметрально противоположные по настрою публикации можно подвести общий знаменатель, выражаемый в ценностях беспокойства за судьбу России, желания принести ей не вред, а благо. Что и подтверждает концепцию коммуникативных практик по совместной выработке и интерпретации символов и знаков, форм межкультурной коммуникации и формированию идентичности в условиях другой культуры, способов разрешения конфликтов. Но если концепция подразумевает социальный запрос эпохи, связанный с превращением

европейских городов в гигантские поликультурные, поликонфессиональные, полиэтнические сообщества [4, 63], то современная медийная ситуация в России отвечает за выработку прогноза, в результате осуществления которого страна окажется в новой ценностной системе. Вот почему для публичной сферы медийные интерпретации смыслов российской истории и настоящего страны приобретают столь актуальный характер: «наличие надежной и адекватной информации облегчает проведение полноценного обсуждения, тогда как недостаток ее, и тем более ее тенденциозность, почти неминуемо приведут к предвзятому решению и нелепому обсуждению» [1, 227].

Журналистика, бесспорно, является частью социальной публичности, причем наиболее заметной. И также бесспорно, что формы и результаты ее функционирования неоднозначны. Отчего в медиасфере вбрасываются взаимоисключающие смыслы событий, явлений, людей. Зачастую эти смыслы обозначаются одними и теми же словами, просто по-разному трактуемыми. Вот самые понятные тому примеры из политического ряда журналистского лексикона: свобода (свобода слова, печати, самоопределения, политического выбора, сексуального поведения – любая), права человека, сепаратизм, воссоединение, аннексия, суверенитет, глобализация (экономики, культуры, информации) и т. д. Объяснять, с чем связана неодинаковость восприятия важнейших нравственных и политических ценностей, не приходится – все давно растолковано классиками философской мысли. А вот задержать свое внимание, пожалуй, на самой существенной составляющей этой неоднозначности желательно и даже необходимо.

Любая интерпретация свободы / или иной ценности выражается с обязательной претензией на истинность. Это нормативное установление процесса целеполагания интерпретатора. Философией истинность также признается нормативной ценностью [9, 12]. Следовательно, каковы бы ни были мотивы субъекта, интерпретирующего смысл свободы, результат его понимания может быть верифицирован в системе научных представлений. При этом в журналистике нормативная ценность истинности дополняется описательной характеристикой ее познания, которая позволяет разобраться, насколько истинно предъявленное публичной сфере.

Припоминается однажды сказанное аналитиком политических движений и партий: «Если одно и то же идейно определяющее понятие используют разные политические силы, их теоретики и журналисты, то это значит, что максимум одна политическая сила вкладывает в это слово его истинное значение, все остальные – произвольное. Они, – добавил политолог, – «красятся», а те, кто слушает их, сквозь наведенную маскировку уже не способны разглядеть

подлинную сущность». И назвал прием, позволяющий произвольно интерпретировать вроде бы устоявшееся ценностное представление, – расчленение его смысла.

Ценность дробится на составляющие. И поначалу почти ничего не происходит – части целого в наличии, их сумма все та же. Изменения начинаются потом: среди частей целого новый порядок сочетания, другая иерархия, некоторые элементы выпадают, в результате представление о целом искажается. Так выглядит принципиальная схема постоянно применяемого механизма дробления. Вот и пример. «Сегодня фальсифицируется главный критерий развития общества – свобода», пишет автор «Литературной газеты». И указывает, что «в новой [неолиберальной] трактовке исчезла такая обязательная составляющая понятия «свобода», как ответственность человека перед другими... Сегодня наше внимание искусственно сосредоточили на «свободе» различий». А далее, «под воздействием СМИ происходит отрицание традиционных ценностей... «Вечные» ценности объявляются тоталитарными и параноидальными идеями, которые якобы препятствуют свободному развитию и творческой реализации личности» [10, 9]. Публицист во многом прав, и все же будет верхом наивности ожидать от критикуемых им коллег неукоснительного, прямо по учебнику философии, соблюдения наставлений о научности познания и соответствующего предъявления его результатов обществу. Даже в самой философии применительно к идеологии познания постулируется, что «прямое отождествление идеалов научности и реальных образцов знания недопустимо» [9, 16]. Тем более в нашем случае, когда говорим о политизированных аспектах функционирования медиа.

В медийной среде слов много, их значений / этикеток еще больше. Но если взглядеться в них пристальней, то окажется, что список составляющих ценностной основы этих и любых других употребляемых в прессе этикеток весьма лаконичен и сводится к обозначению витальных ценностей жизни и ее продолжения, социальных ценностей семьи и родства, ценностей самостояния и независимости личности. Конечно, ценностная база одна и та же для всех (найдите того, кто от нее откажется!), однако искушение «подкраситься» правдой непреодолимо, отчего одни и те же ценностные суждения – что на печатной полосе, что в эфире – выступают в совершенно разных интерпретациях. Смысл ценности может как искажаться / дробиться / скукоживаться, так и расширяться / обогащаться в своем понимании. Заметная теперь уже каждому наблюдателю неоднозначность в медийном понимании основополагающих ценностей жизненного мира нашего современника стала одной из причин возникновения *аксиологии журналистики*. Новая научная дисциплина

возникла в качестве одного из теоретических ответов, адекватных принципиально усложнившейся коммуникативной ситуации XXI века.

«Ещё четверть века назад вопрос об общественных ценностях был предметом лишь академической элиты, – читаем в газетной аннотации научной монографии, – саму же аксиологию (науку о ценностях) называли «скучным» разделом философии. Сегодня эта проблема буквально ворвалась в широкое массовое сознание. К ней приковано внимание не только ученых из всех областей науки, но и деятелей литературы, искусства, журналистов, представителей церковных кругов, бизнеса, чиновников различных звеньев государственного и общественного управления» [11, 3]. И не только к ценностям как таковым, но и к особенностям их понимания. Ценности придают смысл человеческой жизни... *Ценность – лично окрашенное отношение к миру, возникающее не только на основе знания и информации, но и собственного жизненного опыта человека*» [12, 218, 220].

К месту припомнить и глубокое замечание А. Ф. Лосева о том, что «ценности человеческой культуры есть сгустки человеческих отношений данного времени и данного места» [13, 194]. Вот кстати и возможное объяснение противоречивости журналистского восприятия мира. «Самое примечательное, вопрос о ценностях, ценностно-смысловых ориентирах стал весьма важным для «простых» людей «из толпы»... Ценностное восприятие окружающей действительности, оценочные суждения широких народных масс приобретают характер закономерности. Видимо, в российском обществе возникает новая духовно-нравственная, социокультурная и политическая ситуация, требующая соответствующих ответов и решений» [11, 3]. Естественно, что при этом люди вступают в самые разнообразные коммуникации – требуется общение, необходима консолидация вокруг однозначно воспринимаемыми большинством ценностями. Однако есть и другие объяснения.

Скажем, Ф. Гиренок уверяет, что «мы вступаем в коммуникацию для того, чтобы избежать встречи с самими собой, чтобы скрыть от себя свою пустоту... Коммуницируют в отсутствии смысла, тогда как в присутствии смысла люди молчат» [14, 11]. Если так, то в коммуникации нет другого смысла, кроме смысла лгать. «Ложь, – пишет Гиренок, – условие коммуникации с другим,... отчего любая истина некоммуникативна». Не менее парадоксальные суждения можно найти и у Хабермаса: «Янус двулик: просвещение оборачивается надзором, информация – рекламой, воспитание – манипулированием» [Цит. по: 1, 226]. Попробуем не согласиться с авторитетами, по крайней мере применительно к журналистике, в которой мы не только ищем смыслы жизни, но и постоянно интерпретируем их.

Сегодня вопрос публичной (в каналах массовых коммуникаций) интерпретации смыслов событий, социально значимых фактов и явлений, поведения людей следует отнести к числу сложнейших в области теории журналистики и массовых коммуникаций, и в нем следует выделить два аспекта. Во-первых, мы говорим о медийном конструировании картины мира, предъявляемой совокупными масс-медиа обществу в целом, и эта картина является результатом интеллектуального освоения мира журналистами; во-вторых, интеллектуальное освоение социально детерминировано, отчего понимание / интерпретация смыслов жизни никогда не могут быть едиными для всех причастных к журналистике. Это обстоятельство сопряжено, прежде всего, с активной ролью субъекта в познавательном процессе – в формулировании знания, в определении путей и методов изучения жизни, оценке его результатов. Так что чрезвычайно важна роль познающего субъекта. И это согласуется с парадигмой гуманитарного идеала научности. В этой концепции дается широкая трактовка субъекта познания, под которым понимается не только носитель «разума», но человек во всем богатстве его способностей и возможностей, со всеми его чувствами, желаниями и интересами. Это активный субъект, который «не только познает мир, но и дает оценку всему добытому в результате познавательного процесса» [9, 22]. Конечно, речь не столько о внутренней, невидимой миру оценке, сколько о публично выраженной, связанной с ценностным строем социума.

В публичности оценки реализуется «взаимность коммуникации: наличие ответа и ответственности» [6, 222]. В журналистике публичность оценки следует рассматривать еще шире – не только оценка познания, но и глубина понимания, влекущая за собой необходимость социального вмешательства. Без журналистского желания изменить определенным образом понимаемый мир нет востребованного обществом журналистики, так как «гуманитарное познание по своей сути является принципиально не замкнутым, открытым по отношению к социально-культурным воздействиям» [9, 27].

Ю. Хабермас в одной из своих работ признается, что его всю жизнь занимала публичность как пространство *разумного* (Выделено мною. – В. С.) коммуникативного межчеловеческого обхождения, а понятийная триада «публичность – дискурс – разум» фактически господствовала в его научной работе и его политической жизни [3, 16]. Знаменитый философ ведет к утверждению всего межчеловеческого – публичного. И в первую очередь говорит о политике, о политическом дискурсе в условиях публичности. Именно в этом видится ему квинтэссенция публичности разума, поскольку в политике сконцентрировано важнейшее, что возникает между людьми. Политика – это не просто публичное вы-

ражение собственной позиции, это еще умение выслушать оппонента, вступить с ним в диалог. Следовательно, «хрупкая общность между гражданами, которые уже не могут знать друг друга лично, может устанавливаться и репродуцироваться лишь с помощью процесса формирования общественного мнения и общественной воли» [3, 24].

Естественно, с идеей равноправной и не доводящей до конфликта дискуссии в демократическом обществе согласиться хочется. Однако в реалиях масс-медиа и журналистских интерпретаций политики картина усложняется. Скажем, в вопросе о толерантности, не очень ясное представление о которой давно обосновалось в студенческих учебниках и где она интерпретируется как основа для равноправного диалога в публичной сфере. Но по этому вопросу давно нет согласия ни в науке, ни в медиа. Так, вопреки постулатам плюрализма постоянный автор колонки мнений «Литературной газеты» громит устоявшееся представление о толерантности: «Толерантность – это отключение социального иммунитета прогрессивного человечества... Это средство превращения народа в социальную пыль» [15, 2].

Читаешь статью, и припоминаешь не Хабермаса, а К. Манхейма, который утверждал, что цель вступившего в политическую дискуссию «не только доказать свою правоту, но и подорвать корни социального и интеллектуального существования оппонента... В политическом конфликте, который с самого начала является рационализированной формой борьбы за социальное господство, удар направляется против социального статуса оппонента, его общественного престижа и уверенности в себе» [16, 39]. В наши дни М. Кастельс уверяет, что «политическая демократия необратимо подменяется информационной политикой, которая благодаря... медиа стала глобальной, неуважительной и сосредоточенной на скандале» [цит. по: 1, 146].

Правда, Манхейм настолько не абсолютизировал различие позиций дискутирующих, чтобы пренебрегать позицией оппонента, напротив считал, что «политическая жизнь с ее полярными типами мышления как бы сама в ходе своего становления производит коррекцию, уменьшая слишком резкое преувеличение одной концепции данными другой. Уже по одному этому в каждой конкретной ситуации совершенно необходимо принимать во внимание по возможности всю совокупность взглядов» [16, 147].

Теперь уместно отметить, что Хабермас вводит в научный оборот примечательное для теории журналистики понятие культурно побуждающей среды, которую можно воспринимать как разветвленную ризому непрерывно изменяющихся и нарождающихся коммуникаций, в которых одновременно осуществляются понимание жизни и ее до-

ступная всем интерпретация. Здесь происходит «момент жизненной борьбы, самовыражения человека»; здесь реализуется диалогизм, представляющий собой «не просто ту часть мира, где ведутся диалоги... а тот формат познания, в котором **постигается человек**» [6, 241, 244]. Журналистское понимание мира, медийная интерпретация чего-либо из событийного ряда, конечно, есть продукт культурного освоения мира – обобществленный продукт. Сущность культуры в том, что освоение мира / «возделывание почвы» у людей происходит сообща. В одиночку культура не возникает, не закрепляется в опыте и традициях. То же следует сказать и о журналистике. И, опираясь на Манхейма, добавить, что за ней особая миссия: «в каждом обществе есть социальные группы, главная задача которых заключается в том, чтобы создавать для данного общества интерпретацию мира» [16, 15]. Журналисты из их числа.

Для журналистов понимание мира неотделимо от непрерывного обсуждения социально значимых проблем / диалога с обществом и его представителями «в публичном пространстве культурно побуждающей среды». В данном случае уместно вспомнить о журналистике как служении обществу, потому что, говоря словами Хабермаса, «этос слуги общества в наилучшей степени может обеспечить функционирование публичной сферы» [Цит. по: 1, 224]. При этом «о культуре рационального обсуждения можно говорить в том случае, когда коммуникация основана на нормах критической дискуссии и этике дискурса, в соответствии с которыми участники дискуссии учитывают разные мнения, извлекают из этого определенный опыт, а если их интересы противоречат друг другу, то находят какие-то формы взаимопонимания и компромисса» [17, 243].

Так что публичный диалог в демократическом обществе понимается нами в качестве обязательного элемента «культурно побуждающей среды» интерпретации ценностей / смыслов. А реализуемая журналистикой «политическая публичность», с одной стороны, обеспечивает демократию, с другой – сама журналистика только и возможна в диалоговом режиме.

*Санкт-Петербургский государственный университет  
Сидоров В. А., профессор кафедры теории журналистики  
и массовых коммуникаций  
E-mail: vsidorov47@gmail.com*

## ЛИТЕРАТУРА

1. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер. – М., 2004.
2. Трахтенберг А. Д. Рунет как «публичная сфера»: хабермасианский идеал и реальность / А. Трахтенберг // ПОЛИТЕКС [Электронный ресурс]. – (<http://www.politex.info/content/view/232/>)
3. Хабермас Ю. Между натурализмом и религией. Философские статьи / Ю. Хабермас. – М., 2011.
4. Василькова В. В. Коммуникативные измерения «текущей современности»: манипуляция, конвенция, смыслопорождение / В. В. Василькова // Ценностные миры современного человечества : Дни философии в Санкт-Петербурге – 2011 : Сб. статей. – СПб., 2012.
5. Щипков А. «Интеллигент не может быть либералом» [Интервью. Беседовал Дмитрий Макаров] / А. Щипков // Лит. газета. – 2014. – № 50.
6. Назарчук А. В. Теория коммуникации в современной философии / А. В. Назарчук. – М., 2009.
7. Воеводина Т. Пионеры и пенсионеры : С кем нам сегодня по пути, если мы хотим двигаться вперед? / Т. Воеводина // Лит. газета. – 2014. – № 48.
8. Старостенко Г. Поворот переверотом / Г. Старостенко // Лит. газета. – 2014. – № 48.
9. Кезин А. В. Наука в зеркале философии / А. В. Кезин. – М., 1990.
10. Чалдымов Н. Путь Каина [Беседу вел В. Сухомлинов] / Н. Чалдымов // Лит. газета. – 2014. – № 46.
11. Макаров Д. И опыт, сын ошибок трудных / Д. Макаров // Лит. газета. – 2014. – № 51–52; Аннотация монографии : Владимир Сапрыкин. Ценности социализма. – М., 2014. – 480 с.
12. Гуревич П. С. Философия культуры. Монография / П. С. Гуревич, Н. Н. Палеева. – М., 2014.
13. Лосев А. Ф. Проблема символа и реалистическое искусство / А. Ф. Лосев. – М., 1976.
14. Гиренок Ф. О коммуникативном повороте гуманитарных наук / Ф. Гиренок // Лит. газета. – 2012. – № 30.
15. Воеводина Т. Священная корова толерантности / Т. Воеводина // Лит. газета. – 2014. – № 11.
16. Манхейм К. Диагноз нашего времени / К. Манхейм. – М., 1994.
17. Фарман И. П. Коммуникативная парадигма в социальном познании / И. П. Фарман // Наука глазами гуманитария. – М., 2005.

*St-Petersburg State University  
Sidorov V. A., Professor of the Journalism and Mass  
Communications Theory Department  
E-mail: vsidorov47@gmail.com*