



УДК 070.1

DOI 10.52575/2712-7451-2022-41-3-443-453

Социальные риски либеральной модели информационного рынка в России

Киричѐк П.Н.

Московский гуманитарный университет,
Россия, 111395, г. Москва, ул. Юности, 5
E-mail: kpn54@yandex.ru

Аннотация. В теоретическом и практическом поле современного медиадискурса возникает настоятельная необходимость произвести всестороннюю экспертизу происшедших в отечественной прессе трансформаций за тридцать лет её пребывания на информационном рынке. Процесс этот в науке о журналистике идёт постоянно, но в нём наличествуют две существенные лакуны: во-первых, крайне редко речь заходит об утратах отечественной прессы в связи с переходом в стихийный рынок, и, наоборот, гораздо чаще в комплементарном духе говорится о её обретениях; во-вторых, в повестке дня медийных исследований в качестве объекта лишь в малой степени присутствует контент прессы (первичное начало), который сейчас по частотности заметно уступает её формату (вторичному началу). В данном исследовании преодолевается этот двойственный гносеологический диспаритет.

Ключевые слова: информационный рынок, либеральная модель, социальный риск, журналистика, пресса, контент, формат, медиакритика, прогресс, регресс

Для цитирования: Киричѐк П.Н. 2022. Социальные риски либеральной модели информационного рынка в России. Вопросы журналистики, педагогики и языкознания, 41(3): 443–453. DOI: 10.52575/2712-7451-2022-41-3-443-453

Social Risks of the Liberal Model of the Information Market in Russia

Peter N. Kirichyok

Moscow Humanitarian University 5 Youth St, Moscow 111395, Russia
E-mail: kpn54@yandex.ru

Abstract. In the theoretical and practical field of modern media discourse, there is an urgent need to make a comprehensive examination of the transformations that have taken place in the domestic press over the thirty years of its presence in the information market. This process in the science of journalism is ongoing, but there are two significant gaps in it: firstly, it is extremely rare to talk about the loss of the domestic press in connection with the transition to a spontaneous market, and, on the contrary, much more often in a complimentary spirit, it is said about its gains; secondly, the content of the press (primary beginning) is only to a small extent present on the agenda of media research as an object, which is now noticeably inferior in frequency to its format (secondary beginning). This article overcomes this dual epistemological disparity.

Keywords: information market, liberal model, social risk, journalism, press, content, format, media criticism, progress, regression

For citation: Kirichyok P.N. 2022. Social Risks of the Liberal Model of the Information Market in Russia. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 41(3): 443–453 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2022-41-3-443-453

Введение

Противоречивое впечатление с парадигмального уровня производит на специалиста буквально всё, идеологическое и технологическое, что наблюдается в настоящее время в информационной сфере жизнедеятельности общества: тренды и тенденции, установки и интенции, дискурсы и ракурсы, ресурсы и реверсы, кейсы и рецессии, нарративы и блогинги, контент и форматы, платформы и мессенджеры, блоги и интерфейсы, означающие новые реперные точки общего медийного процесса. В такой многослойной ситуации духовно-практического характера весьма сложным выглядит назревший в теории прессы научно-исследовательский замысел: привести эту разбросанную по всему полифоническому – печатному, аудиальному, визуальному, сетевому – пространству содержательно-формальную и структурно-функциональную чересполосицу к общему гипотетическому знаменателю, связанному с причинно-следственными свойствами быстро мутирующего в XXI веке информационного рынка.

Динамика пореформенного состояния отечественной журналистики с её спонтанными взлётами и падениями позволяет констатировать очевидное: социальный феномен с брендом «информационный рынок», считавшийся тридцать лет назад абсолютным показателем общественного прогресса (по крайней мере, в медийной сфере), перестаёт быть чем-то вроде «священной коровы», недоступной для всяческих сомнений в её сакральности, необходимости и полезности. В теоретическом (среди учёных) и прикладном (среди журналистов) дискурсах по поводу информационного рынка звучат теперь разные оценочные голоса – от привычной апологетики с перечнем «плюсов» до прямой антагонистики с подсчётом «минусов». Первый тип голосов обычно исходит от поклонников стремительно прогрессирующей технологии (формата) прессы, а второй тип голосов неизменно проистекает от поборников медленно регрессирующей её идеологии (контента).

Чья точка зрения со временем возьмёт верх? – вопрос остаётся открытым для истории. Но то, что сейчас как в теории, так и на практике журналистики за «деревьями» процветающей технологии прессы большинство специалистов не видят «леса» увядающей её идеологии, является фактом нашей медийной биографии. И фактом тревожным, в чьих причинах и следствиях нужно основательно разобраться с помощью методов именной науки о журналистике под названием «медиалогия» и внести необходимые корректировки в модусы информационной политики со стороны органов власти, творческих коллективов, профессиональных ассоциаций. Речь здесь идёт – ни много ни мало – о здоровом или «нитратном» качестве получаемой большинством населения страны духовной пищи в виде массовой информации, от регулярного потребления которой прямо зависит уровень сознания и поведения людей в связи с решением капитальной проблемы формирования в России гражданского общества.

Теоретическое обоснование

Любое социально значимое явление требует аксиологического мониторинга в периметре именного прогресса или регресса. Прошедшая испытание стихийным рынком российская журналистика не является исключением из этого правила. При определении качественного уровня и парадигмы развития российской журналистики в условиях глобализации мира и модернизации страны учитывается прямая и косвенная зависимость информационно-вещательной деятельности от общего состояния духовной сферы социального воспроизводства, для чего используется системный метод. С его помощью выявляется сложившийся в стране параллелизм кризиса гуманитарных профилей бытия – культуры, науки, образования, воспитания – и кризиса журналистики, что обусловливается неадекватностью рыночного модуса существования и функционирования для производящих «идеи» структур общества. В системном виде характеризуется процесс установления в границах рыночных отношений генерального тренда развития отечественной прессы под флагом либерального

экономикоцентризма, некритически заимствованного из американско-европейского опыта работы печатных, электронных, сетевых средств массовой информации.

Произошедшие в последние тридцать лет изменения в журналистике, связанные с трансформациями её контента и формата, информации и коммуникации, семантики и стилистики, авторской и корпоративной линии поведения рассматриваются в рамках структурно-функционального метода. С его помощью выявляются типичные для сегодняшней прессы регрессивные моменты содержательно-формальной эволюции журналистских произведений, обусловленные неблагоприятными для креативного процесса их создания экономическими и политическими обстоятельствами общественного жизнеустройства на рыночных основаниях. Зафиксированные в ходе медиакритического анализа проблемно-тематические и семантико-стилистические «потери» отечественной журналистики, случившиеся под давлением стихийных рыночных механизмов, сопровождаются доказательными иллюстрациями из газетных публикаций.

Затянувшийся на три десятка лет кризис российской журналистики объясняется тотальным отступлением её структур и служителей от миссии (предназначения) прессы, соответствующей менталитету Русского суперэтноса в евразийском измерении, что выясняется с помощью сравнительно-исторического метода. Он позволяет совместить в одной научно-исследовательской плоскости несколько периодов в истории отечественной журналистики и увязать наибольшие её успехи с приверженностью к нерыночным условиям существования и функционирования. Увы, сделанный журналистами в начале 1990-х гг. выбор в пользу чужеродного (американско-европейского) миссионерского модуса публичного слова, кадра, звука приводит в конечном счёте к резкому снижению социально-креативного и нравственно-психологического потенциала отечественной прессы и к утрате Россией прежнего статуса духовного полюса мира.

Либеральная квазиреформа системы социального воспроизводства

Когда в начале 1990 годов пришедшая к власти элита стала реформировать российское (ещё под советским брендом) общество по западным либеральным лекалам, то в качестве главного инструмента преобразования она решительно использовала комплекс рыночных механизмов, включённых в режиме шоковой терапии. Тогда крутым реформаторам (а-ля Гайдар-Чубайс-Бурбулис) вожделенный рынок как первейший двигатель прогресса с его «статором» – сакральной частной собственностью и «ротором» – волшебной палочкой стихийной регуляции (саморегуляции) общественной жизни казался безусловной панацеей от всех привычным бед и узких мест, возникавших в модусе отечественного бытия, который заметно стагнировал в застойный период.

Расчислившие под себя сферу государственного управления новые «верхи» России с помощью возникших в кремлёвских апартаментах американских советников внедрили с позиции силы стихийный рынок как тотальный определитель общественного бытия и массового сознания во всех без разбора сегментах системы социального воспроизводства, хотя на этот счёт были серьёзные предостережения от авторитетных специалистов – например, от лауреата Нобелевской премии по экономике Дж. Стиглица: «Я рассматриваю рыночный механизм как мощный инструмент создания благ, ещё не достигший потолка своих возможностей, но в процессе своего развития обрекший часть человечества на отставание и фактически даже ухудшивший положение некоторой его части» [Стиглиц, 2005, с. 334]. Иного не дано: у стихийного, или слепого, рынка лишь две заботы – прибыль производителя и желудок потребителя, и ничего больше он признавать не хочет, тем более каких-то гуманистических сантиментов.

Помимо этого, об одном, самом важном, сверхрешительные квазиреформаторы не подумали: оказывается, по своей сущности рынок, но только регулируемый государством, может приносить пользу обществу, причём его большинству, а не меньшинству, лишь в

пределах отраслей экономики, торговли и обслуживания населения, иными словами: при производстве «вещей» и оказании услуг в рамках отношений «сделай – купи – продай». А духовной сфере общества – науке, культуре, искусству, религии, образованию, воспитанию, иными словами: при производстве «идей» и формировании всесторонне развитой личности, рынок наносит непоправимый вред, связанный с неизбежным ухудшением «погоды человека» (термин из американской социологии), о чём предупреждал К. Маркс:

«Капиталистическое производство враждебно известным отраслям духовного производства, например, искусству и поэзии» [Маркс, 1962, с. 280].

В самом деле, в недрах капиталистического жизнеустройства постоянно воспроизводятся ценностные фундаментальные основания, заложенные в природе общественного строя с частнособственническим модусом бытия и адекватным типом потребительского сознания, вполне способные опустить духовную сферу – науку, культуру, искусство, образование, воспитание – из точки апогея в точку перигея. На примере постсоветской России всему миру даётся назидательный урок: как только в периметре духовной сферы социального воспроизводства запускаются механизмы либерального фундаментализма с его рыночным чистоганом в качестве стихийно действующего регулятивного элемента, так она сразу начинает загнивать на корню. И тем самым как бы подтверждает невольно выбранное нашей страной понижающее её рейтинг местонахождение в стане «догоняющей» золотой миллиард человечества цивилизации.

Если говорить в деталях, то под давлением рыночных механизмов в стране происходят существенные трансформации негативного свойства, которые воочию свидетельствуют о постепенной утрате Россией прежнего статуса духовного полюса мира: художественная литература вырождается в бульварную беллетристику с искусными ворами и ночными бабочками, кинематограф снижается до уровня криминальных сериалов с честными и продажными «ментами», театр уходит в постановку произведений классики с сексуальным душком, образование превращается в натаскивание молодёжи на единый госэкзамен и вузовский диплом, наука переходит в самовыживание с помощью коммерции, спорт мутирует в добычу побед любой ценой (за счёт допинга). И везде правят бал деньги, деньги, деньги, которые никогда, особенно не праведные, полученные эксплуататорским путём, не представляли абсолютной ценности для евразийского менталитета.

Для такой уникальной страны с её историко-культурной «великостью», какой является Россия в лоне евразийской цивилизации, отступление от примата духовного начала в повседневной жизни фактически оборачивается значительным по масштабам и последствиям всеобщим – политическим, экономическим, культурным – реверсом. А первоотлчком к его появлению и инерционному продолжению с неизменной утратой прежних достижений является рискованный во всех смыслах отказ нынешней элиты и массы от реформирования страны с учётом национального менталитета, требующего жить своим, а не заёмным у англосаксов умом, на что указывает В.И. Толстых: «Ведь что такое Россия? Это и земля, пространство, может быть, самое необычное, разнообразное и разноликое на всём земном шаре; и государство, которое не всегда справедливо и благодарно относится к тем, кто ему служит, а не прислуживает; и великая культура, на редкость точно и глубоко выразившая дух породившего её народа-нации, и многое-многое другое, что входит в богатое словосочетание Русский Мир» [Толстых, 2009, с. 170].

Если прибавить к извечному поиску россиянами ментальной идентичности, характерной для их труда, быта, досуга, невиданную в мире по масштабам территорию (от холодных льдов до горячих песков), невиданную в природе разность земель (от дремучих лесов до топких болот), невиданную в климате полярность летне-зимних температур (от плюс пятидесяти до минус пятидесяти), то можно уяснить на всю, как говорят в народе, оставшуюся жизнь: в России всяческие попытки радикального реформирования по «чужим» для народного архетипа либеральным калькам изначально несут в себе огромный риск цивилизационного отката. Оказывается, целая нация вполне может из реального со-

циализма (с утратой крупных его достижений) перескочить в олигархический феодализм (с «обретением» ещё больших потерь), или иначе: сделать многомерный шаг по исторической спирали развития не вверх, а вниз.

В итоге резонно встаёт коренной вопрос, давно заданный А.И. Герценом: «Почему же русский народ, самобытно развившийся, при совершенно других условиях, чем западные государства, с иными началами в быте, должен пережить европейские зады?» [Герцен, 1958, с. 535]. Увы, наступив второй раз в своей истории на капиталистические грабли, сегодняшняя Россия с её политическими структурами и социальными институтами либерального свойства занялась в рамках понижающего вектора социализации граждан конвейерной возгонкой новой «массы» с её ценностным ядром в лице человека-обывателя, падкого на сенсации, неуравновешенного, подверженного метаниям и житейским соблазнам, для которого питательной почвой представляется насаждаемый во всех нишах общества рыночный экономикоцентризм в его назойливых вещественно-меркантильных про- явлениях.

Негативный опыт реформации постсоветского бытия, причём не только российский, но и остальной «снговский», наглядно демонстрирует, что одномерный «рыночный» человек как объект, субъект и продукт социального воспроизводства на информационно-коммуникационном этапе развития общества становится анахронизмом. По прогнозу А.С. Панарина, «общая цивилизационная перспектива указывает нам на постэкономического человека – личность, в системе приоритетов которой на первое место выходят ценности культуры, духа, творческой самореализации, качества жизни. Симптомы присутствия постэкономического человека в России ощущались уже давно и, возможно, значительно сильнее, чем на Западе» [Панарин, 1996, с. 421]. Отсюда вывод: ближайшее будущее в XXI веке будет принадлежать универсально образованной и воспитанной личности, которая как нельзя больше соответствует социально-нравственным реалиям постиндустриального общества.

Журналистика в плену экономикоцентризма

Журналистика не осталась в стороне от общего регресса духовной сферы России, хотя и обладала до либеральных реформ одним из лучших в мире публицистических контентов, что открыто признавали многие зарубежные мэтры пера, камеры, микрофона. Отказ от своей (евразийской) философии журнализма случился спонтанным образом, без тщательной калькуляции «плюсов» и «минусов», сложившейся к рубежу 90-х годов отечественной медийной системы и её информационно-коммуникационной специфики в социокультурном измерении. Он был не оправданным ни в транспективе, ни, тем более, в перспективе развития – как заметил А. Моль, «благодаря общественной собственности на такие важнейшие средства массовой коммуникации, как газеты, радио, телевидение, в демократическом обществе практическое применение учения о динамике культуры может оказаться более осуществимым, чем в капиталистическом, где обуреваемые жаждой наживы частные фирмы, монополизировавшие поставку элементов культуры, прибегают, как правило, к политике самого близкого прицела, стремясь дать публике то, что ей приходится больше всего по вкусу в данный момент, в ущерб динамике культуры, создающей новое» [Моль, 2008, с. 26].

Изначально заданная высоконравственная атмосфера в прессе советского образца с её благородными целями – «улучшения жизни и свершения добра» – вербально-визуальными средствами три с лишним десятка лет в системно-непрерывном варианте также отравлялась профитным ядом коммерции. Это инфიცирование явилось неизбежным следствием внутренне присущего капитализму гена экономикоцентризма, диктующего свои правила не только политике, но и культуре. В современных условиях даже «специализированные периодические издания в сфере культуры осуществляют свою деятельность



в условиях рыночной конкуренции и должны соблюдать общепринятые правила и форматы ведения коммерческой деятельности» [Зинин, Полонский, 2020, с. 53]. Конечно, это данность, которую журналистам нужно учитывать, но за ней в таком случае следует неизбежность: материальное начало в деятельности прессы бесцеремонно вытесняет на задворки духовное начало даже в пределах его постоянного местообитования, где по русской исторической традиции полагается сеять разумное, доброе, вечное с неприложимой к ним гешефтной меркой.

На пользу сегодняшней отечественной прессе эта повседневная погоня за рублём – не столько за длинным, чтобы процветать, сколько за коротким, чтобы выживать – разумеется, не идёт: в условиях постоянной нужды рабочий горизонт журналиста сужается до материального мирка с куском хлеба насущного, который нужно заполучить любой ценой, а все высокие материи, типа «правда, истина, добро, честь, справедливость» становятся для него квазинравственной обузой. А тут ещё коварный рынок с его сложными хитросплетениями индивидуальных и групповых интересов часто испытывает служителя прессы огромным искушением – легко получаемыми деньгами в случае отступления в своей работе от этических принципов: «Какие сумасшедшие суммы предлагают за то, чтобы ты написала нужную заказчику статью! Если встать на этот путь, можно решить все свои проблемы. И квартиру купить, и машину» [Калинина, 2009, с. 44]. Понятно, что многие журналисты не выдерживают такого испытания на моральную стойкость и начинают по выгодным заказам заниматься, к примеру, вербальным, визуальным, сетевым киллерством.

Естественно, вслед за производителем массовой информации экономикоцентрического характера негативную эволюцию претерпевает её потребитель, ведь заряженные одномерным контентом медиатексты не учитывают многозначную сущность человека, выраженную в трёх его ипостасях, а именно: в биогенезе, социогенезе и психогенезе. Насаждаемый либеральной властью и прессой «здесь и сейчас» рыночный экономикоцентризм неизбежно редуцирует (упрощает) основные формы бытия и сознания социума ползучей, подавляющей всё остальное, меркантильностью интересов и запросов людей. Эта устоявшаяся тенденция последовательно низводит уровень публичного дискурса с духовной дихотомии типа «хорошо или плохо» на материальную диспозицию типа «выгодно или невыгодно», причём первая установка продолжает среди особо преуспевающей сегодня небольшой группы журналистов, получающих баснословные гонорары, высмеиваться как «совковый» рудимент отринутого в начале 1990-х годов и почившего в бозе социалистического жизнеустройства.

По всем канонам «общества потребления» ставший генеральным тренд экономикоцентрического развития духовной отрасли социального воспроизводства имеет полюсом притяжения биогенез в человеке и повсюду выставляет на передний план материальные начала его повседневной жизни. В результате все духовные основы жизнедеятельности общества и государства – культурная, образовательная, воспитательная – приобретают ярко выраженный материально-практический флюс. Эта управленческая одномерность делает общественное устройство уязвимым перед недовольством масс людей, которые недополучают востребованного объёма духовных ценностей и благ. Тот же маркер носит информационно-коммуникационная сфера российского общества, которая по своей социально-практической природе обладает внушительной, формирующей бытие и сознание граждан, силой: «Действия общества, поступки людей во многом определяются тем объёмом и качеством информации, которую они получают. Голодный информационный паёк часто приводит к ложным и нелепым представлениям о мире, а это ведёт к ложным поступкам, к ложному поведению» [Засурский, 2007, с. 12].

Относительно объёма поставляемой обществу публичной информации претензий к сегодняшней журналистике быть не может – тут наличествует даже её переизбыток, чем-то напоминающей ситуацию с демьяновой ухой из крыловской басни. Иное дело – каче-

ство этой информации, предлагаемой к массовому употреблению, чей низкий по содержанию и интенции уровень порождает явно выраженный социальный мегапарадокс, когда на общий профицит всевозможной информации накладывается частный дефицит конструктивной (полезной) её разновидности: это как в торговой лавке, забитой различными товарами, глаза у покупателя разбегаются от наличия всякой всячины, а приобрести для пользы дела практически нечего. В самом деле, экстенсивное насыщение информационной среды ни к чему не пригодным медийным пустоцветом в настоящее время приобретает вселенский размах, на что обращает внимание А.А. Зиновьев: «Планета захламлена информацией не меньше, чем отходами индустрии, нанёсшими непоправимый ущерб природной среде. Информация стала самым дешёвым продуктом жизнедеятельности общества. От этого хлама нет спасения, как от мусора» [Зиновьев, 2005, с. 295].

Признаки регресса контента прессы

В самом деле, непредвзятому медиаспециалисту трудно не замечать значительных, причём лежащих на поверхности и прямо бросающихся в глаза, интеллектуально-эмоциональных потерь от перехода журналистики в рыночный алгоритм. Однако в научном дискурсе большинство экспертов от медиалогии предпочитают постоянно говорить о великом прогрессе в области формата прессы, движимой технико-технологическим фактором развития, в основном с помощью сетевой массовой коммуникации, осуществляемой в интернет-пространстве. А о явном регрессе контента прессы – молчок. Ну как можно не замечать того, для чего стали использовать долго лелеемый в мечтах отечественной прессы принцип свободы слова и наконец-то «завоёванный» в конце 80-х – начале 90-х годов?! Неужели для того чтобы сегодня в условиях рынка самим журналистам в поиске тем и сюжетов «обливаться» жизненными помоями и окатывать производной от них дурно пахнущей информацией своих читателей, слушателей, зрителей, пользователей, типа: «В каких только процессах не участвовала Анастасия Волочкова, и вот теперь Настю застукали под ёлочкой. Писающей. Мало того, ещё сфотографировали и распространили фото в Интернете. Теперь хотят запретить ей справлять малую нужду на своём участке через суд, ибо кому-то за его пределами это видно. Соседи подали иск к Волочковой, чтобы запретить ей писать на своём участке и оголять участки тела»¹.

Первый регрессивный признак контента прессы, попавшей в рыночные условия существования, выражается в явном снижении планки его интеллекта, или «смыслофактического» и образно-стилистического ресурса. В предлагаемом для аудитории содержании сегодняшней прессы на передний план, как правило, выходит хроникальный ряд, который едва ли не полностью подавляет собой аналитический и художественно-публицистический аналог. Этот тренд, не требующий от журналистов особых публицистических изысков, подтверждается быстро изменяющимся ранжиром в жанровой системе прессы: простые виды – заметки, отчёты, репортажи, интервью – прибывают числом в геометрической прогрессии, а сложные виды – статьи, корреспонденции, письма и (особенно) очерки, фельетоны, памфлеты – наоборот, исчезают из постоянного ассортимента медийного производства и регулярного аудиторного потребления. Процесс вытеснения из контента рыночной прессы развёрнутых элементов интеллектуальной аналитики и художественной публицистики усугубляется быстро растущим примитивом даже в заголовках публикуемых материалов в одном и том же номере газеты, от которых отдаёт не профессиональным творчеством, а натужным ремеслом канцелярского уровня: «В Саранске наградили медицинских сестёр», «Благоустроенных территорий должно быть больше!», «В Мордовию поступила первая партия новой вакцины Кови-Вак», «Артём Здунов взял на

¹ Волочкову привлекли в суд по нужде. Балерина против и обещает на своём участке пуститься во все тяжкие. 2022 // Московский комсомолец, № 60(560), 6–12 апреля.



контроль обращения активистов ОНФ», «Праздничным линейкам быть!», «МордовАгро-Маш» представил образцы новой техники», «Жителям дома № 24 по улице М. Расковой построили долгожданную дорогу», «Мы должны уважительно относиться к каждому пациенту!», «В Саранске начал работу хаб СБЕР ЕАПТЕКИ», «Активисты ОНФ провели экологическую акцию «Сохраним природу вместе»¹.

По определению, такие сдвиги в жанрово оформленных интенциях прессы и качестве её продукции изо дня в день отучают производителей подобной информации от профессиональной необходимости работать на самом высоком креативном уровне, а её потребителей – от естественной для гомосапиенс привычки размышлять над происходящим в окружающей действительности, что формирует у людей дисперсное миропредставление и клиповое сознание с неустойчивым поведением. И чем дальше, тем больше укрепляется в повседневной жизни фактическая отстранённость «массы» от участия наряду с «элитой» во влияющем на судьбы страны управленческом дискурсе. Последний, в трактовке С.А. Шилиной, «представляет собой процесс выстраиваемой в диалоговом режиме двухсторонней коммуникации. Механизмы управленческого дискурса предполагают взаимодействие государства, гражданского общества, бизнеса и других общественных и политических структур, в частности, с целью достижения взаимопонимания. Они создают необходимые условия для социальной инновации и расширения области общественной жизнедеятельности» [Шилина, 2011, с. 5].

Второй регрессивный признак контента сегодняшней прессы выражается в интенсивном насаждении культа рыночного экономикоцентризма, никоим образом не отвечающего полифонической природе человека и универсальному вектору социокультурной динамики людской цивилизации. В этом случае в общественной жизни под давлением медиасистемы постоянно воспроизводится ситуация перепотребления людьми материального начала и недопотребления ими духовного аналога как единственно «правильного» образа жизни и способа человеческого существования. Да и в принципе, по мнению В.К. Егорова, «нельзя всё сводить к экономике; экономика определяет многое, но не всё; экономика активно участвует в создании облика, сущности государства, но не она одна; труд, конечно, первооснова жизни человека, но это не значит, что экономика есть единственная первооснова жизнедеятельности общества, государства и т.д. Не всё в мире объяснимо с экономических высот и глубин» [Егоров, 2006, с. 529].

В результате постоянного, входящего в норму, публичного превознесения «вещей» и зеркального ему уничтожения «идей» наносится большой урон процессу гармоничного развития страны и её граждан. Неслучайно многие учёные – не только гуманитарии, но и естественники – убедительной аргументацией ниспровергают как безусловную общечеловеческую ценность повседневную жизнь человека в устоявшемся на Западе «обществе потребления», где царствуют в умах постоянно жаждущих материального комфорта обывателей вселенский жор, «потрясный» дом, крутая машина, модные шмотки. Но для народа с евразийским менталитетом, каким является Русский суперэтнос (термин Л.Н. Гумилёва), это путь в никуда – тут шкала основных (бытийно-сознательных) ценностей располагается в иной системе витальных координат, которую, конечно, можно временно поколебать идущей сверху попыткой «переделать» россиян в англосаксов, но рано или поздно она всё равно возьмёт реванш, в том числе в медийном пространстве.

Если по генеральному нравственному императиву человек считается мерой всех вещей, значит, и сами вещи должны быть «очеловеченными» в унисон с его личностью, стремящейся идентифицироваться и самореализоваться в границах постоянно прибывающих в XXI веке объёмов социально значимой информации и когнитивных знаний. Следовательно, сейчас стране нужен универсальный, в противовес навязанной сверху ли-

¹ Ефремов А. 2021. В Саранске наградили медицинских сестёр (и др.) // Известия Мордовии, 21 мая.

берально-экономической одномерности, целеполагающий концепт общего развития. В евразийской версии это социокультуроцентризм: в отличие от своего экономикоцентрического аналога он не редуцирует, а наоборот, диверсифицирует (усложняет) основные формы бытия и сознания социума путём непрерывно воспроизводимого разнообразия материальных и духовных интересов и запросов, а также способов их удовлетворения. При этом в повседневной жизни страны и её граждан исчезает пресловутый материально-практический флюс, так как материальное и духовное начала сводятся в единое гармонизированное целое, что позволяет поддерживать на оптимальном уровне социальное самочувствие людей.

Выводы

Итак, по авторскому убеждению, отечественной прессе предстоит в ближайшее время заняться очищением исконной для неё евразийской кармы от идеологических и технологических наслоений стихийного рынка, куда она вместе со всем обществом слепо устремилась тридцать лет назад без четкого представления о будущем соотношении возможных для неё приобретений и потерь. Сейчас ситуация с прессой стала ясной, как картина маслом: минусов оказалось значительно больше, чем плюсов, и главное – российская журналистика, чьё социальное, этическое, эстетическое своеобразие раньше признавалось во всём мире, сегодня утратила именные черты: патриотическую историчность, масштабную эпичность, глубокую проблемность, деловую конструктивность, изящную лиричность, тонкую психологичность, которые отвечали всем критериям истинной (общественно значимой) культуры публичного творчества. По словам В.А. Сидорова, «парадигма публицистики стала выглядеть понятием прошлого. Командные высоты заняла парадигма информирования аудитории, прежде всего новостями» [Сидоров, 2010, с. 197].

Для того, чтобы полностью разобраться в причинах и следствиях случившегося в ходе либеральных реформ социально-креативного реверса, сделавшего отечественные средства массовой информации чужеродным для нашего менталитета слепком с американско-европейской прессы, и в дальнейшем преодолеть в теории и на практике это невзрачное квазирыночное подобие, необходимо включить на полную мощность механизм самосознания журналистики под названием «медиакритика». Последняя является, в дефиниции А.П. Короченского, «областью современной журналистики, осуществляющей критическое познание и оценку социально значимых, актуальных аспектов информационного производства в средствах массовой информации. Познавая и оценивая медиатексты, журналистская критика средств массовой информации оказывает влияние на восприятие медийного содержания его потребителями» [Короченский, 2003, с. 7].

В сложившейся сегодня ситуации в стране и зарубежье пересмотр рыночного статус-кво в российской журналистике не представляется движением против течения. Наоборот, он будет укладываться в общий вектор происходящего сейчас в Русском мире в отношениях с Западным миром. Псевдоисторический этап «вхождения в западную цивилизацию», провозглашённый три десятилетия назад либеральной элитой нашей страны, окончился, как в шахматах, цугцвангом. Из всех сил стремились в Европейский Союз – теперь из него ушли, хлопнув дверью. С достойной лучшего применения настойчивостью входили во Всемирную торговую организацию – сегодня настало время её покинуть за невыгодой дальнейшего пребывания. Долго выстраивали со странами «Большой семёрки» экономические связи – в ответ получили жёсткие санкции. И пришлось в надежде на свои силы в авральном порядке налаживать процесс материально-технического импортозамещения. Ну, а разве не требует того же процесса симметричной переналадки духовная отрасль системы социального воспроизводства, куда входит массово-информационная сфера, выстроенная сейчас на вненациональной парадигме рыночного экономикоцентризма, вредоносного для евразийского менталитета?!

По народной традиции при выходе из тупика начинать надо с самого себя, при этом следует «остановиться, оглянуться», как назвал лучшее, пожалуй, художественное произ-



ведение о журналистах его автор Л.А. Жуховицкий, герой которого – преуспевающий публицист жертвует достигнутым положением и будущей карьерой за сделанный им в рамках профессии безнравственный поступок. Если зреть в корень (по Козьме Пруткову), то в первую очередь нужно постепенно переходить на совсем иное, чем рыночное, понимание миссии современной журналистики, отличное в том числе от парадигмы новостного информирования массовой аудитории. Автор данной статьи предлагает служителям прессы – теоретикам и практикам – определять миссию журналистики как «гуманизацию (культурацию) всех сфер общественной жизни путём системно-целевого информирования граждан, оптимизированного позитивными элементами управления, образования, воспитания. В обр-разном переложении «миссия (предназначение) журналистики – это всемерная аккумуляция в обществе добра и аннигиляция зла средствами публицистики» [Киричѣк, 2019, с. 43].

В новой трактовке миссии журналистики, исходящей из прогрессивного для российского общества тренда социокультуроцентризма, фактически нет по сути ничего нового, кроме вербального оформления: лежащей в её основе высоконравственной (образовательно-воспитательной) парадигме чѣтко следовали лучшие российские мастера пера, камеры, микрофона в XIX и XX (за вычетом 90-х гг.) веках. Безо всякого преувеличения эти одарѣнные большим талантом люди были пророками в своём Отечестве, так как в любых, даже самых неблагоприятных лично для них ситуациях публично выступали поборниками добра и противниками зла. И никакие протестантские соображения материальной выгоды или карьерного роста не могли их поколебать в этой позиции, даже угроза потерять личную свободу, оказавшись на сибирской каторге, за тюремной решѣткой или в больничной психушке.

На тогдашних лидеров отечественной прессы равнялось большинство служителей журналистской профессии – для них совместное исполнение её высокой добродетельной миссии не было абстрактной борьбой за всеобщее благоденствие. По словам В.А. Аграновского, «в обязанности журналиста, кроме прочего, входит делание конкретного добра... в зависимости от способности творить добрые дела мы либо состоимся как журналисты, либо не состоимся» [Аграновский, 1988, с. 429]. И этот деятельный гуманизм, совершаемый духовно-практическими средствами в адеквате с менталитетом Русского суперэтнуса, требует повторного нравственно-профессионального укоренения в сознании и поведении представителей отечественной журналистики. Во имя спасения национально-го её своеобразия и обеспечения духовного прогресса страны, чему сейчас препятствует стихийный рынок с его пресловутым экономоцентризмом.

Список источников

- Аграновский В.А. 1988. Вторая древнейшая. (Заметки о журналистике). В кн.: Аграновский В.А. Кто ищет. Повести. Очерки. Заметки. М., Сов. Писатель: 359-543.
- Герцен А.И. 1958. Концы и начала. В кн.: Герцен А.И. Статьи. 1853-1863. Т. 7. Сочинения. В 9 т. М., Гослитиздат: 461–535.
- Зиновьев А.А. 2005. Распутье. М., Элефант, 320 с.
- Калинина Ю. 2009. Нам выпало десятилетие свободы. В кн.: О политической журналистике. Сост. Л.Л. Реснянская. М., МедиаМир.
- Маркс К. 1962. Теории о производительном и непроизводительном труде. В кн.: Маркс К. и Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. Т. 26. Ч. М., Государственное издательство политической литературы: 133–258.

Список литературы

- Егоров В.К. 2006. Философия русской культуры. М., Изд-во РАГС, 552 с.
- Засурский Я.Н. 2007. Испытание свободой. Российская журналистика: 1990–2007. М., Изд-во Моск. ун-та, 560 с.
- Зинин Р.В., Полонский А.В. 2020. Специализированные периодические издания в сфере культуры как канал рекламной коммуникации. Белгород, ООО «ИПЦ «ПОЛИТЕРРА», 130 с.
- Киричѣк П.Н. 2019. Новое в трактовке журналистики и её миссии. В кн.: Журналістыка- 2019: стан, проблеми і перспективи. Матеріялы 21-й Міжнар. наук.-практ. канф., 14–15 ліст.



- 2019, Минск. Пад рэд. В. М. Самусевіч. Мінск, БДУ: 40–43.
- Короченский А.П. 2003. Медиакритика в теории и практике журналистики. Автореф. дис. ... док. филол. наук. СПб., 44 с.
- Моль А.С. 2008. Социодинамика культуры. Пер. с фр., ред. Б.В. Бирюкова, Р.Х. Зарипова, С.Н. Плотникова. М., Изд-во ЛКИ, 418 с. (Moles A.A. 1967. Sociodynamique de la culture. Mouton, Published by De Gruyter Mouton, 343 p.)
- Панарин А.С. 1996. Философия политики. М., Новая школа, 424 с.
- Сидоров В.А. 2010. Политическая культура журналиста. СПб., ИД «Петрополис», 240 с.
- Стиглиц Дж. 2005. Ревущие девяностые. Семена развала. Пер. с англ. Г.Г. Пирогова. М., Современная экономика и право, 424 с. (Stiglitz J.E. 2003. The Roaring Nineties: Seeds of Destruction. Allen Lane/Penguin; London, 389 p.)
- Толстых В.И. 2009. Российский выбор: В контексте реальной истории. М., Рос. полит. энцикл., 173 с.
- Шилина С.А. 2011. Управленческий дискурс как технология коммуникативного взаимодействия государства и общества. Вестник Поволжской академии государственной службы, 4 (29): 4–10.

References

- Egorov V.K. 2006. *Filosofiya russkoy kul'tury* [Philosophy of Russian Culture]. M., Publ. Izd-vo RAGS, 552 p.
- Zasurskiy Ya.N. 2007. *Iskushenie svobodoy. Rossiyskaya zhurnalistika: 1990–2007* [The Temptation of Freedom. Russian journalism: 1990–2007]. M., Publ. Izd-vo Mosk. un-ta, 560 p.
- Zinin R.V., Polonskiy A.V. 2020. *Spetsializirovannye periodicheskie izdaniya v sfere kul'tury kak kanal reklamnoy kommunikatsii* [Specialized periodicals in the field of culture as an advertising communication channel]. Belgorod, Publ. ООО «IPTs «POLITERRA», 130 p.
- Kirichek P.N. 2019. New in the interpretation of journalism and its mission. In: *Journalism-2019: camp, problems and prospects. Materials of the 21st International Science.-practical conf.*, 14–15 November. 2019, Minsk. Ed. V.M. Samusevich. Minsk, Publ. BDU: 40–43 (in Russian).
- Korochenskiy A.P. 2003. *Mediakritika v teorii i praktike zhurnalistiki* [Media criticism in the theory and practice of journalism]. Abstract. dis. ... doc. philol. Sciences. SPb., 44 p.
- Mol' A.S. 2008. *Sotsiodinamika kul'tury* [The Sociodynamics of Culture]. Per. s fr., eds. B.V. Biryukov, R.Kh. Zaripov, S.N. Plotnikov. M., Publ. Izd-vo LKI, 418 p. (Moles A.A. 1967. Sociodynamique de la culture [Sociodynamics of culture]. Mouton, Published by De Gruyter Mouton, 343 p.)
- Panarin A.S. 1996. *Filosofiya politiki* [Philosophy of politics]. M., Publ. Novaya shkola, 424 p.
- Sidorov V.A. 2010. *Politicheskaya kul'tura zhurnalista* [Political culture of a journalist]. SPb., Publ. ID «Petropolis», 240 p.
- Stiglits Dzh. 2005. *Revushchie devyanostye. Semena razvala* [The Roaring Nineties. Seeds of collapse]. Per. from Engl. G.G. Pirogov. M., Publ. Sovremennaya ekonomika i pravo, 424 p. (Stiglitz J.E. 2003. The Roaring Nineties: Seeds of Destruction. Allen Lane/Penguin; London, 389 p.)
- Tolstykh V.I. 2009. *Rossiyskiy vybor: V kontekste real'noy istorii* [Russian Choice: In the Context of Real History]. M., Publ. Ros. polit. entsikl., 173 p.
- Shilina S.A. 2011. Management discourse as a technology of communicative interaction between the state and society. *Bulletin of the volga region academy for civil service*, 4 (29): 4 – 10 (in Russia).

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 05.06.2022

Поступила после рецензирования 12.08.2022

Принята к публикации 10.09.2022

Received June 6, 2022

Revised August 12, 2022

Accepted September 10, 2022

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Киричэк Пётр Николаевич, доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики факультета рекламы, журналистики, психологии и искусства Московского гуманитарного университета, г. Москва, Россия

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Petr N. Kirichek, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Professor of the Department of Journalism, Faculty of Advertising, Journalism, Psychology and Art, Moscow University for the Humanities, Moscow, Russia