Андрей Леонидович ДМИТРОВСКИЙ

ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ ОБЩЕЙ ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

Статья посвящена ключевой проблеме современного медийного дискурса: вопросу о сущности журналистики (в терминологии западной научной мысли – сущности «медиа» и «медийности»). Рассматриваются возможности построения общей теории журналистики, её предмет и объект.

Ключевые слова: *общая теория журналистики, экзистенциальная теория журналистики, медиаисследования, медиадискурс, объект и предмет теории журналистики, журналистика.*

Andrey L. DMITROVSKY

OBJECT AND SUBJECT OF THE GENERAL THEORY OF JOURNALISM

The article is devoted to the key problem of modern media discourse, which can be determined as the essence of journalism (in the terminology of Western scientific thought – the essence of "media" and "mediating"). The possibilities of building a General theory of journalism, its subject and object are considered.

Key words*: the general theory of journalism, the existential theory of journalism, media research, media discourse, object and subject of the theory of journalism, journalism*

Наука – сфера человеческой деятельности, функцией которой является выработка и теоретическая систематизация объективных знаний о действительности.

Выделяют три основных аспекта («ипостаси») науки:

- науку как социальный институт (сообщество учёных; совокупность научно-исследовательских институтов);
- науку как процесс (научная деятельность);
- науку как результат (научные знания; в идеале – Знание).

То же можно сказать и о журналистике.

Журналистика – сфера человеческой (общественной, социальной) деятельности, функцией которой является устранение избыточных мнений и формирование единого мировоззрения масс. В ней также можно выделить три ипостаси:

- журналистику как социальный институт (представляет собой медиасистему);
- журналистику как процесс – оперативную массовую общественную рефлексию;
- журналистику как результат: развитое общественное сознание и его имманентный «индикатор» (выразитель) – общественное мнение.

Следовательно, говоря о серьёзном научном подходе к исследованию и пониманию журналистики, следует вести речь об Общей теории (метатеории, философии) журналистики, и – далее – определении её статуса как научной дисциплины среди других социально-коммуникационных наук [Дмитровский 2015: 15-20].

А.В.Соколов в «Общей теории социальной коммуникации» [Соколов 2002: 441-442] даёт наиболее полную и чёткую систематизацию наук по их онтологическим объектам (возникших естественным путём в ходе антропогенеза самостоятельным, но взаимосвязанным «мирам»). Эти четыре объекта («мира») обусловили формирование четырёх комплексов научного знания:

1) X – природа, данная нам в ощущениях и, соответственно, *комплекс естественных наук (естествознание)*; очевидно, что такие науки как физика, химия, биология, астрономия и другие, имея общий онтологический объект различаются именно по предмету познания и в свою очередь делятся на более конкретные дисциплины, образуя *циклы* химических, физических и т.д. наук.

2) Y – умозрительно постигаемые смыслы и *комплекс умозрительно-обобщающих наук*; обобщающие науки оперируют дематериализованными смыслами, не привязанными к чувственно воспринимаемым явлениям и вещам. Здесь выделяется три научных цикла: философия, богословие и математика.

3) I – личностный психологический мир и *комплекс человековедческих наук*; здесь предметом служат различные грани человеческой личности. Циклы наук: психология личности, педагогика, валеология («общая теория здоровья»), акмеология (феноменология развития человека: от «акме» - «вершина», [*в смысле «вершина зрелости»*]), психиатрия, геронтология, педиатрия. (Особенно богатым источником познания человек выступает также для *искусства*)

4) S – социальная реальность и обширный *комплекс обществоведческих наук*. Научные циклы: экономика, политика, социология, социальная психология, история, этика и мораль, юриспруденция, эстетика и искусствоведение, филология, журналистика [*медиалогия*], литературоведение, лингвистика и другие.

Помимо вышеперечисленных комплексов, А.В.Соколов выделяет три *подкомплекса*, образующиеся на стыке основных наук и имеющие интегральный характер. К таковым он относит:

1) IX – *биогуманитарный подкомплекс*, интерес которого сосредоточен на гранях соприкосновения естественной природы и личностной субъективной реальности (медицина, физиология, этнопсихология, психогенетика и другие, например, биологическая антропология, изучающая биологическую эволюцию хомо сапиенс);

2) IS – *культуроведческий подкомплекс*: науки, объектом которых выступает взаимодействие и взаимосвязи личности и общества (культурология, её история и социология, семиотика, теория массовой коммуникации, археология, библиотековедение и другие);

3) SX – *подкомплекс технических наук*, нацеленных на преобразование природы в интересах общества (автоматика, информатика и вычислительная техника, радио и телевизионная техника, телефония и телеграфия, полиграфия, радиолокация и радионавигация и т.д.).

Завершив классификацию, автор справедливо отмечает: «С развитием научного познания <…> проблематика социальной коммуникации начинает

занимать всё более значительное место в предметах обществоведческих, человековедческих наук и соответствующих подкомплексах интегральных стыковых наук. Более того, есть основания считать некоторые из научных дисциплин *социально-коммуникационными* науками по существу, ибо они изучают не что иное, как различные грани коммуникационной деятельности, разновидности коммуникационных каналов и социально-коммуникационных институтов» [Соколов 2002: 443]. Закономерно, что современными философами отмечается *приоритет коммуникационной проблематики* в западной философии второй половины XX века, обусловленный тем, что функция самой философии осмысляется не как горделивое навязывание людям абстрактных сверхистин, а как осмысление общих принципов человеческого бытия, как роль посредника, который бы взялся обеспечить сотрудничество между разными, обособленными ныне, формами познания – наукой, религией, философией, медиа, мифологией, политикой, искусством, моралью.

А всякое сотрудничество есть коммуникация.

Для нас это справедливо и по другим причинам. За последние 20-30 лет Россия проделала огромный путь от жёсткого административно-командного общества к обществу демократическому, информационному: при этом медиа в нашей стране стали очевидным «интегратором» социальной модернизации. Результат – формирование полноценной медиасреды – своего рода «транзита» к построению открытого информационного (сетевого) общества будущего («Нейромира»). Общества, где информационно-коммуникативные технологии (ИКТ) будут играть ключевую роль, а различные формы духовного общения и социальной коммуникации станут основой трудовой деятельности людей [Калашников 2007].

С другой стороны, медиасреда сегодня представляет собой сложнейшую структуру – как вертикальную: взаимовложенность медиасреды «глобальной», общероссийской и региональной, – так и горизонтальную: телевидение (эфирное, кабельное, спутниковое), печать, кино и видео, DVD, сотовую связь, различные мессенджеры, компьютерные каналы и Интернет. То есть сама медиасреда требует осмысления, поскольку являет миру огромный и сложный организм, включающий в себя массу компонентов, ответственных за социализацию человека: социальные институты, массовое и общественное сознание, духовную и материальную культуру, экономику…

В-третьих, автор «Энциклопедического словаря СМИ» А.А. Князев отмечает: «Важным аспектом любой отрасли научного познания является определение ее понятийного и терминологического аппарата. В этимологическом отношении *терминология коммуникативистики строится на исходных понятиях, заимствованных из аппарата теории журналистики, информатики, кибернетики, компьютерного программирования, социологии, литературоведения и лингвистики, а также понятиях, сложившихся в современной массмедийной сфере. Коммуникативистика в значительной мере вырастает именно из журналистики* <…>» [*выделено нами. – А.Д.*]. [Князев 2002: http://evartist.narod.ru/text16/069.htm].

Журналистика сегодня представляет собой бурно развивающуюся

отрасль: к традиционной триаде печать-телевидение-радио добавилась ещё одна, как минимум, ветвь – on-line-журналистика. Осваивая громадные площади социального пространства, последняя производит массу неизвестных ни широкой публике, ни даже профессиональным журналистам терминов и дефиниций, что зачастую мешает нормальному взаимодействию как внутри круга специалистов различных СМИ, так и в целом общению СМК с широкой публикой. Подобное взаимопроникновение различных разновидностей СМИ (традиционных через on-line-версии в Интернет, а материалов on-line-журналистики в печать и эфир традиционных и жанрово устоявшихся СМИ) ставит остро вопрос уточнения, систематизации дефиниций и, соответственно, проблему выработки и овладения специалистами унифицированным понятийно-терминологическим аппаратом.

В новом обществе, основанном на ИКТ, информация и коммуникативные процессы занимают главенствующее положение: нашей глобальной цивилизации некуда больше развиваться, как только «внутрь», в «виртуал», «гиперпространство», то есть в сферу медиа. Инфосфера, медиапространство единственная сегодня «территория», среда, где свободно могут взаимодействовать отдельные люди, социальные общности, власть и бизнес. На повестке дня – рождение новых наук: речь идёт, например, о *медиалогии*, призванной по словам её апологетов дать систематическое знание о медиальности и современной медиакультуре, или *медиаобразовании (медиапедагогике)*, призванной научить современного человека справляться с потоками медиавоздействия и манипулирования. Широкое признание получили *коммуникативистика* и *медиафилософия*.

Можно, наверное, действительно утверждать, что мы до конца не осознаем, что живем в новой цивилизации, основу которой составляют «цифра», «информация», «коммуникация». Мало кто даже десять лет назад мог предсказать роль сети Интернет, не просто объединившей мир в глобальную деревню, но начавшую активно формировать новую философию и новое «ноосферное» сознание (например, «сетевого неокоммунизма» – всепланетного сообщества, основанного на роботизации производства, справедливом распределении ресурсов, экологичности промышленности и реальном гуманизме).

Правда, эта же «цивилизация медиа» породила и невиданные доселе проблемы: чего стоит, например, её «принудительно-коммуникативный» характер, когда эталоном служат жизнерадостные, отчасти бесцеремонные гипер-общительные персонажи, «всегда готовые» исполнить любую социальную роль (работника, члена семьи и т.д.). При подключённости через коммуникаторы к миру 24 часа в сутки, у людей хронически не хватает времени на уединение, на коммуникацию с самим собой, на тишину, на то, чтобы позаботиться о себе, о своём личностном росте (духовном, а не карьерном) и саморазвитии.

Угроза есть и для культурных сообществ и даже для отдельных цивилизаций – например, актуальна задача сохранить идентичность «русского мира», не потерять себя. В том числе (и особенно) в рамках общемировой тенденции к глобализации и унификации культур. Не зря

Мануэль Кастельс говорит о том, что современный социум структурируется (конструируется элитами) иначе, чем ещё пятьдесят-сто лет назад: в рамках биполярной оппозиции между Сетью и "Я", в рамках выбора между жёстким принципом «универсального инструментализма» и поиском «идентичности», коллективной или индивидуальной (то есть традиционными «скрепами», мировоззренческими кодами – Бог, государство, семья, нация) [Кастельс 2017].

Несколько десятилетий назад мы уже столкнулись с подобными явлениями в методологии журналистики, когда «нормативные теории» западного образца смели традиционные представления о журналистике, выработанные советскими теоретиками. Сегодня наметилась положительная тенденция к девестернизации научных теорий, концепций и доктрин. Нам действительно нужна новая, современная, индигенная общая (мета-)теория журналистики.

Прежде чем говорить о метатеории журналистики, определимся с понятием самой журналистики. *Журналистика есть коммуникативно-интегрирующая деятельность, направленная на формирование, поддержание и развитие общественного сознания и его имманентного выразителя – общественного мнения. Говоря проще, журналистика – это поддержание единства общества через культивирование общественного сознания*. Но способствуют интеграции общества и другие социальные институты, в том числе, и воздействуя на массовое и общественное сознание. Следовательно, необходимо ответить на вопрос об объекте и предмете общей теории журналистики.

С точки зрения методологии науки, под *объектом* познания понимают явления внешнего мира (как материального, так и нематериального), существующие вне нас и независимо от нашего знания о ней. Как правило, мы имеем об объекте лишь ограниченные знания: их хватает чтобы назвать объект, перечислить его внешние отличительные признаки и начать в принципе бесконечное его изучение. Понятно, что объекты обладают различным масштабом, но говоря об окружающем нас мире философия выделяет четыре важнейших: Природа, Общество, Человек и Мир разума. Как мы убедились выше, охватить подобный онтологический объект – во всех его многообразных связях и отношениях, бесчисленных свойствах и аспектах – невозможно ни одной науке. Поэтому познающая мысль выделяет для рассмотрения одну или несколько граней – *предметов* познания.

Важно отметить, что предмет познания выбирается исследователем не произвольно, а в зависимости от научных установок, персональной исследовательской парадигмы и даже личной этики последнего [Прохоров 2005: 21-35]. Кроме того, предмет познания не существует в самой объективной действительности (познаваемом объекте), но является продуктом деятельности сознания познающего субъекта. И формируется путём абстрактного мышления исследователя в соответствии с традициями и методологией данной науки (учения, теории или парадигмы).

Таким образом, изучающие один и тот же объект науки различаются по своему предмету: и раз всякий объект содержит в себе бесконечное количество граней, возможно сформулировать сколь угодно много

предметов для всё новых и новых наук. Так, справедливо отмечает М.Н.Ким, общество изучается социологией, политологией, экономикой, этнологией и археологией, филологией, этикой, социальной философией, языкознанием и социальной психологией… Список можно продолжить. Факт в том, что различен предмет каждой из них (несмотря на один и тот же объект) [Ким 2010].

Человеческое общество выступает *объектом* познания и в общей теории журналистики (метатеории журналистики).

Американский социолог и философ Толкотт Парсонс, разбирая структуру современного общества, убедительно доказал наличие четырёх основных институтов, поддерживающих существование социального организма (человеческого сообщества): экономики (отвечающего за адаптацию к среде обитания), политики (отвечающего за целеполагание), культуры (ответственного за воспроизводство) и четвёртого, отвечающего за интеграцию общества, сохранение его целостности, обозначенного им неопределённым термином «социетальная система». То есть «системы мотивов и стандартов поведения людей», сохраняющих «нормативный порядок»: устойчивый комплекс правил, норм, установок, регулирующих человеческое поведение и преобразующих его в систему ролей и статусов. По нашему мнению, речь идёт непосредственно о журналистике, поскольку именно она и выступает механизмом институализации «образцов ценностных ориентаций». То есть, говоря проще, выступает механизмом (системой) внедрения в массовое сознание того или иного мировоззрения (совокупности ценностей, норм и оценок происходящего вокруг) с целью системного и осмысленного влияния на поведение и сознание масс [Парсонс 2000].

Следовательно, определив журналистику как «*коммуникативно-интегрирующий социокультурный феномен, являющий себя в общественном сознании (и его имманентном атрибуте (продукте, результате) – общественном мнении)*», мы описали *объект* метатеории журналистики, поскольку он существует в реальной социальной действительности независимо от других наук. Коллективный разум, коллективное сознание (позже массовое и общественное) и неотъемлемое от него коллективное поведение (позже – общественное мнение и социальное действие) возникли естественным путём в ходе антропогенеза (становления и развития человечества) и являются онтологически объективным феноменом.

Что же представляет собой предмет Общей теории журналистики?

С точки зрения методологии науки, метатеория (общая теория чего-либо) выступает *обобщающей* теорией, сводящей знания различных отдельных дисциплин (не способных самостоятельно объяснить отражаемый метатеорией объект – в данном случае, журналистику) в единое целое. Другими словами, метатеория занимает центральное и главенствующее место в системе частных социально-коммуникативных дисциплин так или иначе затрагивающих (исследующих) её (метатеории) онтологический объект: общественное сознание и его неотъемлемый атрибут – общественное мнение.

Следовательно, *предметом* общей теории журналистики служит не конкретное исследование разнообразных явлений и аспектов функционирования общественного сознания (и связанного с ним общественного мнения), а *знания о феномене общественного сознания (во всех его проявлениях и аспектах), добытые другими науками и частными дисциплинами.*

Список литературы:

Дмитровский А.Л. Экзистенциальная теория журналистики: на пути к метатеории // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360).

Калашников М. Будущее человечество / Максим Калашников, Игорь Бощенко. М.: АСТ: Астрель: Хранитель, 2007.

Кастельс, М. Власть коммуникации [Текст] : учеб. пособие / пер. с англ. Н. М. Тылевич ; под науч. ред. А. И. Черных ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017.

Ким М.Н. Познавательные ресурсы журналистики: учеб. пособие. СПб., 2010.

Князев А.А. Энциклопедический словарь СМИ [электронный ресурс]. Издательство: КРСУ, 2002. – URL: http://evartist.narod.ru/text16/069.htm (31.08.2018).

Парсонс Толкотт. О структуре социального действия. М.: Академический проект, 2000.

Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. Теоретические основы, методология, методика, техника работы исследователя СМИ. М.: РИП-Холдинг, 2005.

Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002.

Дмитровский Андрей Леонидович – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и связей с общественностью Орловского государственного университета им. И.С. Тургенева (г. Орёл), *dmitrovskiyal@ya.ru*