
ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

УДК 070.11
ББК 76.000.0



Свитич Луиза Григорьевна

доктор филологических наук, старший научный сотрудник,
факультет журналистики,
Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова,
125009, г. Москва, ул. Моховая, 9, e-mail: svitichb@list.ru

Svitich Luiza G.

Dr. philologist., Senior Researcher, Faculty of Journalism,
Lomonosov Moscow State University,
125009, Moscow, Mohovaya st., 9, e-mail: svitichb@list.ru

МИССИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ: ПОЛЕ ПОНЯТИЙ И ТЕРМИНОВ

Статья посвящена рассмотрению ключевых понятий и терминов, связанных с журналистикой и ее миссией в обществе: журналистика, журнализм, СМИ, массмедиа, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации, миссия, миссия журналистики. Обсуждаются факторы развития общества, науки и СМИ, которые приводят к изменению и уточнению терминов и понятий, связанных с журналистикой и ее общественной миссией.

Ключевые слова: журналистика, журнализм, средства массовой информации, массмедиа, масскоммуникация, средства массовой коммуникации, миссия, миссия журналистики.

MISSION OF JOURNALISM: SPACE OF CONCEPTS AND TERMS

The article considers the key concepts and terms related to journalism and its mission in society: journalism, Journalism, mass media, the media, mass communication, the mission, the mission of journalism. The factors of development of society, science and the media, which lead to change and clarification of terms and concepts related to journalism and its public mission.

Keywords: journalism, journalism, media information, the media, masskommunikatsiya, mass communication, the mission, the mission of journalism.

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ХАОТИЗМ

Одна из актуальных сегодня проблем — осознание важной общественной функции, общественной миссии журналистики, поскольку сама журналистика изменилась, «сервизируется», работает в условиях рынка, и коммерческая ипостась часто вытесняет ее сущностное со-

циальное предназначение. Наряду с этим переходность, неравновесность развития России, ее включенность в глобальный контекст, движение к новой научной парадигме, изменение массмедиа в связи с технологической революцией требуют уточнения понятий, связанных с журналистикой и ее миссией.

Е.П. Прохоров в одной из своих последних статей утверждал, что «развитие науки постоянно требует содержательной, а потому и терминологической модернизации — введения новых терминов, изменения содержания устоявшихся (расширения или сжатия), уточнения соотношения между используемыми терминами. При этом важно стремление к хотя бы более или менее однозначному их употреблению разными специалистами вводимых (и даже привычных) терминов и т.д.» [6, с. 28].

Но при обсуждении понятий и терминов, связанных с журналистикой, мы вступаем на очень топкую почву терминологической и смысловой разноголосицы, которая обострилась в последнее десятилетие. Тому есть несколько причин. Главные связаны с глобализацией всех социальных и информационных процессов, с изменением типа социального устройства и ценностных приоритетов в нашей стране, синергетические (характеризующиеся процессами самоорганизации из хаоса) процессы переходного общества. Безусловно, одним из важных факторов является прорывная технологическая революция и переход к информационному обществу. С этими процессами совпадает смена научной парадигмы и связанные с нею изменения концепций в области журналистики.

Не удивительно поэтому, что в профессиональном научном сообществе сейчас активно обсуждаются проблемы терминологии. Одной из площадок для дискуссии стал «Вестник Московского университета (серия журналистика)», специально посвященный понятиям, связанным с журналистикой. Дискуссию предварила статья Е.Л. Вартановой: «Сегодня понимание многих традиционных концепций и даже базовых

понятий в гуманитарных науках требует не только новых подходов, но даже ревизии. Причин для этого много, и связаны они с процессами трансформации современного общества, которые его радикально перестраивают. Наряду с глобализацией экономики и культуры, усилением миграционных процессов, ведущих к становлению мультикультурных обществ и стиранию прежних границ наций, обострением межэтнических и межконфессиональных противоречий, становлением новых типов гражданской активности, мы становимся свидетелями значительных изменений информационной среды в результате цифровой революции» [3, с. 9].

Сформулируем основные факторы, которые понуждают уточнить понятия терминов, относящихся к журналистике.

1. Изменение статуса, функций журналистики в связи с изменением строя и типа российского общества.

2. Развитие системы СМИ: из иерархической, вертикальной, моноидеологичной в советское время — к горизонтальной, очень разветвленной и многообразной современной системе.

3. Преобразование журналистики из государственной в коммерческую и соответственно смена приоритетов и целей журналистики.

4. Технологическая, цифровая революция, бурное развитие Интернета, мобильных медиа, социальных сетей и т.п.

5. Переплетение в контенте СМИ разных пластов текстов: журналистских, рекламных, развлекательных и т.п.

6. Возможность вне редакционного журнализма: фриланс, блоггерство.

7. Смена научной парадигмы, влияние постнеклассической, синер-

гетической парадигмы на науку о журналистике.

8. Глобализация медиапроцессов, сближение разных цивилизационных парадигм: западной, восточной и отечественной.

9. Необходимость конвертировать термины в процессе международного научного обмена.

10. Необходимость конвенционально договориться об объеме понятий для учебных целей и научного общения.

ЖУРНАЛИСТИКА, ЖУРНАЛИЗМ

Слова *журналистика*, *журнализм*, *журналист*, произошли от французского *journal* — ежедневник, от *jour* — день, которое восходит к лат. *Dies* — день. У этого слова есть в латинском языке множество оттенков, значений: время, погода, свет, дата, число. Производные от этого корня в латинском языке: *diurno* — долго жить, *diurnum* — дневник, журнал, официальные известия, хроника, повседневные потребности; *diurnu* — дневной, однодневный, ежедневный, повседневный, ежедневные известия; *diurnale* — дневник, ежедневник, ежедневная газета (вспомним, что цезаревские газеты имели в названии слово *diurna*).

В этих исходных значениях слов, связанных с журналистской профессией есть почти все, что составляет ее специфику и исходные функции:

- ежедневность, т.е. ритмичность, мерность информации;
- хроникальность, т.е. отражение течения времени;
- однодневность, т.е. исчезаемость информации во времени, ее постоянное обновление;
- непрерывность информационного потока;
- способность освещать, т.е. выявление светом явлений и процес-

сов, обнародование их, оглашение, опубликование;

– отражение разнообразных повседневных потребностей людей и общества.

Перечисляя синонимы к понятию «журналистика» — «*средства массовой информации*», «*средства массовой коммуникации*», «*средства массовой информации и пропаганды*», «*mass media*», «*средства массового общения*», — Е.П. Прохоров в учебнике по теории журналистики пишет: «Но предпочтительным кажется именно термин «журналистика»... как самый емкий из них и не имеющий многозначных толкований (таких, как «информация», «пропаганда», «коммуникация», «общение») с уточняющей расшифровкой как система средств массовой информации» [7, с. 12].

Исследователь описывает журналистику как многоаспектное понятие с очень широким семантическим наполнением:

– журналистика как особый *социальный институт...*, система различных учреждений, действующих на основе установлений Конституции и других законодательных актов. Это — газетные, журнальные, книжные редакции, издательства, теле- и радио организации, агентства, пресс-центры и т.д. (учредителями которых также выступают различные институты);

– журналистика как *система видов деятельности*, необходимых для нормального функционирования этого социального института. Это и деятельность по созданию газет, журналов, теле- и радиопрограмм, по организации функционирования агентств, информационных служб и других институтов журналистики, по разработке и реализации информационной политики; и организаторская работа — создание коллекти-

вов, налаживание массовых связей и отношений с другими социальными институтами, проведение научных исследований, участие в подготовке кадров и т.д.; наконец, это и творческая деятельность по сбору и обработке информации, созданию произведений для газет, журналов, бюллетеней информации, теле- и радиопрограмм;

– журналистика как *совокупность профессий*, важных для обеспечения всех областей ее деятельности. Помимо традиционных профессий, определяемых основной работой — авторской (корреспондентской), редакторской, организаторской, — в современной журналистике все более важное место занимают специалисты по менеджменту, маркетингу, рекламе, инженерному обеспечению (в частности, инженеры связи, видеоинженеры, программисты и операторы ЭВМ и т.д.), для успешной деятельности которых требуются профессионально-журналистские ориентации;

– журналистика как *система произведений*, для подготовки которых требуются работники разных профессий, обладающие специфическими знаниями, навыками, способностями. Под системой произведений следует понимать не только журналистские произведения, подготовленные авторами, а затем скомпонованные редакционными работниками в номера газет и журналов, в программы телевидения и радио, в бюллетени агентств, но и разнообразные непубликуемые произведения журналистики (такие, как программные сетки, сценарные и режиссерские планы), различные внутриредакционные материалы (планы работы, обзоры писем, сводки рекомендаций и т.д.), ответы на письма читателей, обращения в различные институты;

– журналистика как *комплекс каналов* передачи массовой информации, использующих различные средства коммуникации (печать, радио, телевидение, Интернет) и образующих разнообразные типы изданий и программ (общенациональные и местные, общие и специализированные по аудитории, тематике, сфере экономики, области жизни, характеру социальной позиции, направленности, творческому облику и т.д.), действующих в национальном и глобальном информационном пространстве [7, с. 16–17].

В учебном пособии «Краткий курс теории журналистики» Е.В. Ахмадулин, анализируя определения журналистики, совершенно справедливо говорит о том, что порой журналистика определяется через «деятельность» и тогда формулируется лишь профессиональная сфера журналиста (редакции), в других случаях — через характеристику отдельных элементов системы: социальные институты, каналы передачи массовой информации, систему предприятий и средств сбора и доставки информации, продукцию журналистской деятельности и т.п. Поэтому возникает терминологическая путаница. «Например, Е.П. Прохоров в качестве синонимов понятия «журналистика» допускает использование таких словосочетаний, как «средства массовой информации», «средства массовой коммуникации», «средства массовой информации и пропаганды», «*mass media*» (масс-медиа), «средства массового общения» и др. С.Г. Корконосенко утверждает, что объемы этих понятий не совпадают с понятием «журналистика». В современных американских справочниках по языку СМК, СМИ, масс-медиа трактуются как различные средства доставки массовой информации аудитории: газеты, журналы, радио,

телевидение и т.д. В Законе РФ «О средствах массовой информации» под СМИ также понимается периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма распространения массовой информации. Иными словами, речь идет не о системе журналистики в целом, а лишь об одном ее элементе — каналах массовой информации или ее носителях» [1, с. 7].

Е.В. Ахмадуллин предлагает определять журналистику как социальную систему, предназначенную «для поиска, переработки и дискретной передачи актуальной социальной информации с помощью специализированных коммуникационных средств (печать, радио, телевидение, интернет и др.) неопределенной массовой аудитории с целью информирования ее, социального адаптирования, а также отражения и формирования общественного мнения. Тип системы журналистики обуславливается социально-политической организацией общества, общественными интересами, культурно-образовательными и технико-экономическими системоформирующими факторами. В этом определении обозначены:

- непосредственно действующие элементы системы журналистики:
- деятельность по поиску, сбору и обработке социальной информации, которой занимается коммуникатор;
- сама социальная информация;
- специализированные коммуникативные каналы (печать, радио, телевидение, интернет и др.);
- неопределенная массовая аудитория» [1, с. 8].

На несколько аспектов понятия журналистика указывает Е.Л. Вартанова: «Нельзя не согласиться с тем, что сегодня журналистика одновре-

менно и предметная деятельность, и профессия, и, вероятно, даже система институтов. Последнее значение предполагает, что журналистика рассматривается в качестве синонима системы средств массовой информации (СМИ), или системы массмедиа/медиасистемы, если использовать англоязычный термин, используемый без перевода в языках многих стран мира» [3, с. 9].

Г.В. Чевозерова в учебном пособии «Основы теории журналистики» дает такое определение журналистики: «одна из форм оперативного отражения реальной действительности в периодически распространяемой информации, целью которой является обеспечение общества в целом и человека в частности сведениями, необходимыми для их функционирования и устойчивого развития» [8, с. 26].

Приведем некоторые словарные определения термина «Журналистика» (табл. 1).

Наблюдаем разноречивость в определениях. То в понятие «журналистика» включается и деятельность, и периодические издания (СМИ). То журналистика разводится со СМИ и является внешней по отношению к ним, обозначая только журналистскую деятельность, профессию или журнализм. Последняя трактовка идет от западной парадигмы разделения журнализма и массмедиа.

Рассмотрим трактовку термина *journalism*, который переводится традиционно на русский язык как журналистика. Это слово означает в англоязычной традиции, как правило, род занятий или стиль массовой коммуникационной деятельности. В словаре *Webster Third New International Dictionary of the English Language unabridged Chicago, 1961* слово *Journalism* имеет несколько толкований: 1а — сбор и редактирование

актуальной текущей информации, представляющей интерес для различных средств коммуникации — газет, журналов, кинохроники, радио или телевидения; 1б — редакционный или коммерческий менеджмент газет, журналов или других средств, имеющих отношение к новостной деятельности; 2 — журналистский стиль: 2а — стиль, соответствующий публикациям в газетах или популярных журналах; 2б — стиль, характерный для прямого предъявления фактов или событий без попыток их интерпретации; 2с — стиль, характерный для прямого предъявления способа, стиля или представления событий, идей (изобразительных или

игровых) в журналистской манере. Таким образом, эта трактовка ближе к нашему пониманию слова «журнализм», а не «журналистика» (в традиционном понимании слова в отечественной традиции).

В *Академическом словаре современного русского литературного языка*, издания 1955 года со ссылкой на издание 1898 года, дается два толкования понятия «журналистика»: 1. Повременные издания. 2. Одна из форм литературной деятельности, профессия журналиста. А журнализм определяется как журналистика во втором значении, т.е. как одна из форм литературной деятельности, журналистская профессия.

Таблица 1

Словарные определения понятия «Журналистика»

Источник	Определение
Словарь иностранных слов русского языка. 1910	Журналистика — литература повременных изданий. Журнальная литература, литература так называемых периодических или повременных изданий, ежедневных, еженедельных, ежемесячных
Толковый словарь Ушакова	1. Литература журналов и газет. 2. Литературно публицистическая деятельность в журналах и газетах
Толковый словарь Ожегова	1. Литературно публицистическая деятельность в журналах, газетах. 2. Периодические издания
Большой толковый словарь русского языка	1. Литературно публицистическая деятельность в журналах, газетах, на радио, телевидении. Заниматься журналистикой. 2. собир. Периодические издания в целом.
Большой Энциклопедический словарь	Деятельность по сбору, обработке и распространению информации с помощью средств массовой информации (печать, радио, телевидение, кино и др.); научная дисциплина журналистика возникла с созданием печати
Политология. Словарь	Деятельность по сбору, обработке и распространению информации с помощью средств массовой информации (печать, радио, телевидение, кино и др.); научная дисциплина журналистика возникла с созданием печати
Википедия	Актуализация мировоззрения социальных групп средствами подбора фактов, оценок и комментариев, которые злободневны и значительны в данное время. Под журналистикой понимают также практику сбора, интерпретации информации о событиях, темах и тенденциях современной жизни, ее представления в различных жанрах и формах, и последующего распространения на массовую аудиторию. Журналистика институционально является частью подсистем средств массовой информации, т.е. входит в многофункциональные институты общества, такие, как: пресса, телевидение, радио, интернет и др.
Современная энциклопедия. 2000	Деятельность по сбору, обработке и распространению информации с помощью средств массовой информации (печать, радио, телевидение, кино и др.); научная дисциплина

В Толковом словаре русского языка под ред. Д.Н. Ушакова слово журнализм означает свойства, присущие журнальному произведению и журналистской профессии.

В словаре Д.С. Григораша «Журналистика у терминах / виразах» («Журналистика в терминах и образах») журнализм определен как особенности журналистского видения, журналистского творчества, журналистской работы, подразумевающей общественно-политическую направленность, злободневность и оперативность.

Понятия «журнализм» и «журналистика» в отечественной традиции — разнообъемны. Это как бы частично совмещающиеся объемы, имеющие общую часть. Этой

общей частью является субъект информационного обмена в социуме — журналистская профессия, род занятий, деятельность как основная константная характеристика журналистики.

Термин «journalism» имеет хождение и во многих других языковых традициях. Основные его словарные значения связаны со спецификой, стилем массинформационной деятельности, профессией как родом занятий в журналистике, публицистикой (табл. 2).

Нетрудно убедиться, глядя на табл. 3, что слова «журналистика» и «журнализм» в переводе с русского на иностранные языки обозначаются, как правило, одинаковыми терминами.

Таблица 2

Словарные определения слова journalism в разных языках

Язык	Определение
Английский	journalism n. occupation of a journalist, presentation of news through the media; writing which is written for publication in a journal
Русский	журналистика, профессия журналиста
Испанский	periodismo, diarismo, prensa
Французский	journalisme, état ou profession du journaliste, présentation des nouvelles (informations) par les médias; article publié dans un journal ou un magazine
Немецкий	Journalismus, Präsentation von Nachrichten (новости) durch die Medien
Итальянский	Giornalismo
Португальский	Jornalismo
Турецкий	Gazetecilik
Албанский	gazetari, publicistike
Китайский	(名) 新聞業; 報章雜誌
Голландский	Journalistiek
Греческий	ουσ. δημοσιογραφία, αρθρογραφία
Японский	(名) ジャーナリズム; 新聞雜誌

Таблица 3

Перевод слов журналистика, журнализм, журналист с русского на другие языки

Язык	Перевод		
	Журналистика	Журнализм	Журналист
Русский	Журналистика	Журнализм	Журналист
Английский	Journalism	Journalism	Journalist
Арабский	الصحافة	الصحافة	الصحافي
Болгарский	Журналистика	Журналистика	Журналист
Венгерский	Újságírás	Újságírás	Újságíró
Иврит	עיתונאות	עיתונאות	עיתונאי
Испанский	Periodismo	Periodismo	Periodista

Язык	Перевод		
Итальянский	Giornalismo	Giornalismo	Giornalista
Китайский	新闻	新闻	记者
Латышский	Žurnālistika	Žurnālistika	Žurnālists
Литовский	Žurnalistika	Žurnalistika	Žurnalistas
Немецкий	Journalismus	Journalismus	Journalist
нидерландский	Journalistiek	Journalistiek	Journalist
Польский	Dziennikarstwo	Dziennikarstwo	Dziennikarz
Португальский	Jornalismo	Jornalismo	Jornalista
Румынский	Jurnalism	Jurnalism	Jurnalist
Словацкий	Žurnalistika	Žurnalistika	Novinár
Словенский	Novinarstvo	Novinarstvo	Novinar
Турецкий	Gazetecilik	Gazetecilik	Gazeteci
Французский	Journalisme	Journalisme	Journaliste
Чешский	Žurnalistika	Žurnalistika	Novinář
Эстонский	Ajakirjanduse	Ajakirjanduse	Ajakirjanik
Японский	ジャーナリズム	ジャーナリズム	ジャーナリスト
Греческий	δημοσιογραφία	δημοσιογραφία	Οδημοσιογράφος
Шведский	journalistik	journalistiken	Journalisten

СМИ, МАССМЕДИА, МЕДИА

Относительно термина «средства массовой информации», «СМИ» так же существуют разногласия между исследователями. Одни употребляют его в значении социального института в широком

понимании слова, другие в узком, как систему организаций, третьи только как канал, техническое средство передачи информации. Достаточно сравнить разные словарные статьи, чтобы убедиться в этом (табл. 4).

Таблица 4

Словарные определения понятия средства массовой информации

Источник	Определение
Большая актуальная политическая энциклопедия	Журналы, радио, телевидение, интернет-издания и т.п. Сущностные особенности СМИ — обращенность к массовой аудитории, общедоступность, периодичность
Большой толковый социологический словарь	Методы и учреждения, посредством которых централизованные поставщики передают или распределяют информацию и другие формы символической коммуникации обширной аудитории
Энциклопедия юриста	Периодические печатные издания, радио-, теле- и видеопрограммы, кинохроникальные программы, иные формы распространения массовой информации (Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. № 2124-1). Под массовой информацией законодатель понимает: «предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы»
Большой юридический словарь	Результат интеллектуальной деятельности, имеющий форму периодического распространения информации.
Политика: толковый словарь	Различные средства массовой коммуникации и развлечения: газеты, журналы и прочие печатные издания, телевидение, радио и кино

Источник	Определение
Словарь финансовых терминов	<p>Средство распространения информации, характеризующееся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 1 — обращенностью к массовой аудитории; – 2 — общедоступностью; – 3 — корпоративным характером производства и распространения информации. <p>К средствам массовой информации относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – пресса, радио, телевидение; – кинематограф, звукозаписи и видеозаписи; – видеотекст, телетекст, рекламные щиты и панели; – домашние видеоцентры, сочетающие телевизионные, телефонные, компьютерные и другие линии связи. <p>Синонимы: средство массовой коммуникации, масс медиа</p>
Википедия	<p>Средство донесения информации (словесной, звуковой, визуальной) по принципу широкоэмиттерного канала, охватывающее большую (массовую) аудиторию и действующее на постоянной основе. В русский язык термин «СМИ» пришел как калька с фр. <i>moyens d'information de masse</i></p>
Словарь терминов по медиаобразованию	<p>(<i>mass media</i>) — технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения и распространения информации для массовой аудитории. В отличие от средств массовой коммуникации (<i>mass communication, media</i>) здесь не акцентируется внимание на обратной связи с аудиторией, обменом информацией между субъектом (коммуникантом) и объектом (коммуникатором)</p>
Словарь бизнес терминов	<p>(<i>media, mass media</i>) Средства, такие, как телевидение, радио, газеты, журналы, при помощи которых рекламодатели, политики и т.д. общаются с широкими слоями общества.</p>
Словарь терминов связи	<p>периодическое печатное или электронное издание, телевизионный канал, радиоканал, теле- или радиопрограмма, иная форма распространения массовой информации, имеющая постоянное наименование и установленную периодичность распространения</p>
Большая актуальная политическая энциклопедия	<p>(<i>mass media</i>) — в совокупности газеты, журналы, радио, телевидение, интернет-издания и т.п. Сущностные особенности СМИ — обращенность к массовой аудитории, общедоступность, периодичность, ориентация на определенную аудиторию, способность оказывать идеологическое, политическое, экономическое или организационное воздействие на мнение и поведение человека</p>
Народы и культуры/ Оксфордская иллюстрированная энциклопедия	<p>Массмедиа (<i>mass media</i>), средства производства и широкого распространения новостей, информации и развлечений. Понятие СМИ обычно относится к печатным, теле и радиовещательным средствам передачи новостей — газетам, журналам, радио и телевидению, но может включать кино, звукозаписывающую промышленность и даже карманные издания и фотографию. Ключевыми факторами, определяющими характер сообщений в СМИ, способ, которым они передаются, и силу воздействия на каждого человека и все общество, являются подбор новостей, воздействие на массовое сознание, цензура, качество журналистской работы (журналистика) и развитие таких современных телекоммуникационных технологий, как электронные способы сбора новостей. СМИ способствуют формированию общественного согласия, приобщению людей к участию в общественной жизни, но с ними связаны и негативные явления — конформизм, пассивность и соглашательство</p>

Чаще всего в новых словарях употребляется юридическое значение термина СМИ, которое закреплено в Законе РФ «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г., очень важно в процессах регулирования СМИ. Но в отечественной практике термин СМИ намного более широк, особенно же если говорят о системе СМИ. Это понятие часто соотносят с широким пониманием журналистики как социального института (Е.П. Прохоров и др.).

В философских и социологических словарях термин **социальный институт** (от лат. *Institutum* — установление, устройство, обычай) имеет два значения: широкое и узкое: 1) социальное установление как комплекс самых общих социальных (политических, правовых, моральных, религиозных и т.п.) норм, правил и принципов, культурных образцов, привычек, типов мышления и моделей поведения, определяющих сущность и устойчивость социальных явлений, обуславливающих и регулирующих социальные отношения, деятельность человека в различных областях ее приложения; 2) социальное образование, или учреждение, — социальная единица надиндивидуального уровня, организация, выступающая субъектом социальных отношений и действий (*Новая философская энциклопедия, 2003*).

Анализируя определения в табл. 4, нетрудно заметить, что мы опять сталкиваемся с понятийной разноголосицей. В одних случаях СМИ — это совокупность изданий и электронных средств, в других — результат интеллектуальной деятельности, имеющей форму периодического издания, в третьих — средства распространения информации или просто технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения и распространения

информации для массовой аудитории и т.п.

Термин «СМИ» обычно соотносится с англоязычным **mass media** или **media** но в таком случае приобретают расширительное толкование. К средствам массовой информации тогда относятся не только периодические издания, ТВ, РВ, интернет, но и кино, звукозаписывающая промышленность, карманные издания, фотографии, и даже кабельные сети. Приведем одно из определений: «**Медиа** — средства осуществления коммуникации между различными группами, индивидуумами и (или) доставки любых содержательных продуктов аудитории. Медиа многочисленны и включают в себя средства массовой информации (газеты, журналы, книги, телевидение, кабельные сети, радио, кинематограф), отдельные носители информации и данных (письма, аудио- и видеозаписи на любых носителях, компакт-диски), а также коммуникационные системы общества (телеграф, телефон, почта, компьютерные сети)» [2].

Между тем в глобальном научном общении термин «средства массовой информации» переводится с русского чаще всего именно как «*media*», а не как «*mass media*» (табл. 5).

Если считать понятия «средства массовой информации» и «медиа» синонимами, тогда совсем размывается специфика СМИ в ряду других средств связи. Еще более расширительным представляется другое синонимичное понятие **mass media**. Оно переводится на русский язык как «средства массовой информации». Под *mass media* понимаются средства и технологии, которые предназначены для коммуникации с массовой аудиторией. Они включают периодическую печать, ТВ, радио, кино, фильмы, компакт-диски, DVD-диски

Перевод терминов «средства массовой информации», «массмедиа» с русского на другие языки

Язык	Перевод	
Русский	Средства массовой информации	Массмедиа
Английский	Media	Mass Media
Арабский	وسائط الإعلام	وسائط الإعلام
Болгарский	Медии	Средствата за масова информация
Венгерский	Media	Tömegkommunikációs eszközök
Иврит	מדיה	מצעי התקשורת ההמוניים
Испанский	Medios de comunicación	Не удалось найти
Итальянский	Media	Mass-Media
Китайский	媒体	大众媒体
Латышский	Media	Masu medijiem
Литовский	Žiniasklaidos	Žiniasklaida
Немецкий	Medien	Massenmedien
нидерландский	Media	Massamedia
Польский	Media	Środki masowego przekazu
Португальский	Mídia	Meios de comunicação social
Румынский	Mass-media	Mass-Media
Словацкий	Médiá	Masmédiá
Словенский	Media	Množični mediji
Турецкий	Medya	Kitle iletişim araçları
Французский	Media	Médias de masse
Чешский	Média	Hromadné sdělovací prostředky
Эстонский	Meedia	Massimeedia
Японский	メディア	マスメディア
Греческий	τα μέσα	Μαζικής επικοινωνίας μέσα
Шведский	Massmedia	Samlas massmedia

и другие медиаустройства. А также комиксы, книги, брошюры, бюллетени и листовки (*Wikipedia, the free encyclopedia*).

Термин **медиация** имеет в латинском языке следующие значения: *mediatio* означает посредничество, *mediator* — посредник, *mediale* — середина, сердцевина, *medium* — середина, центр, средоточие, общество, общественная жизнь, предание гласности, публичный показ, доведение до всеобщего сведения, общественное благо, забота об общественном благе и противоположные значения: уйти от общественной жизни, устранить, исчезнуть или умереть; *medius* — находящийся посредине, центральный, центр неба,

между небом и землей, миром и войной, промежуточный, существенный, относящийся к сущности, нейтральный, общий, общественный, двусмысленный, неопределенный, половинный.

Итак, все значения, связанные с медиацией — это *пограничные, промежуточные, серединные положения*. Это то, что делает всеобщей связь между людьми и природой.

Слово **медиация** в коммуниавтистике, по определению Л.М. Земляновой, употребляется в значении посреднической миссии медиа как действующих лиц в социальных драмах, а также для выражения преобразующей функции СМИ, которые в процессе сбора, обработки и пере-

дачи информации реципиентам способны видоизменять в различных имиджах реальность.

МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ, СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Рассмотрим второе понятие, которое часто употребляется как синоним СМИ — средства массовой коммуникации (массовая коммуникация). Л.М. Землянова определяет **коммуникалистику** как включающую в себя все исходные смыслы и значения этого слова: связь, общение, информация, средство информации, контакт, общение, соединение. Автор выделяет разные теоретические толкования этого термина: маклюэнизм главное внимание акцентирует на изучении коммуникаций как средств связи; социологическое направление — на системе межличностных и межгрупповых и международных общении; теологи выделяют функцию коммуникации как создание комьюнити — сообщества людей, объединенных одной верой; семиотики занимаются анализом знаковой атрибутики коммуникационно-информационных языков. Таким образом, главным для коммуникалистики является восприятие коммуникации как социально-культурного взаимодействия людей, групп, организаций, государств и регионов посредством информационных связей [5].

Приведем словарные определения массовой коммуникации, средств массовой коммуникации (*mass media of communication*) (табл. 6).

Начнем с того, что средства массовой коммуникации и сам процесс массовой коммуникации часто выступают как синонимы. И снова в полном хаотизме основания для определения понятий: учреждения, методы, средства общения, процес-

сы общения, технические средства связи, дисциплина, изучающая коммуникацию. И опять в других языках термины «средства массовой коммуникации» и «массовая коммуникация» с русского языка переводятся одинаковыми словами (табл. 7).

Латинское слово *cōmmunicatio* означает сообщение, беседу, разговор, распространение одного названия на ряд предметов, приглашение к разговору. *Communicator* — принимающий участие, соучастник. Оба слова восходят к *communico* — делать общим, принимать участие, делить, примиряться, сообщать, действовать заодно, беседовать, присоединять, добавлять, вносить, связывать, соединять, общаться, иметь связи; *communio* — общность, соучастие, общность наименований, родственные связи, церковная общность, единение, христианское причастие, укрепление, утверждение; *communitas* — общность, общение, жизнь на общинных началах, общежитие, общность человеческих интересов, связь, общественность, общественная жизнь, обязанности, вытекающие из совместной жизни, общительность, обходительность и приветливость.

Семантический анализ этого гнезда понятий показывает, что основное здесь — *общее дело, связь, общие интересы и установления, примирение, взаимодействие.*

В связи с такой многозначностью разные исследователи вкладывают в термины свои смыслы в связи с аспектом рассмотрения и исследовательскими задачами. Например, это ярко проявилось в статьях по терминологии в «Вестнике МГУ», на который мы здесь ссылаемся: подход общесистемный (Е.П. Прохоров), деятельностный (Г.В. Лазутина), индустриальный, экономический (Е.Л. Вартанова), коммуникативный

**Словарные определения понятия «средства массовой коммуникации»,
«массовая коммуникация»**

Источник	Определение
Д. Дэвид, Джери Дж. Большой толковый социологический словарь	Средства массовой коммуникации (<i>mass media of communication</i>) — методы и учреждения, посредством которых централизованные поставщики передают или распределяют информацию и другие формы символической коммуникации обширной, разнородной и географически рассеянной аудитории
Словарь терминов по медиаобразованию	Средства массовой коммуникации (<i>mass communication, media</i>) — технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между субъектом (коммуникантом) и объектом (коммуникатором)
Философская энциклопедия	Массовая коммуникация — разновидность социальной коммуникации, которая осуществляется на уровне общества в целом, в отличие от таких видов социальной коммуникации, как внутриинституциональная (на уровне социальных институтов, организаций), межнутригрупповая (на уровне групп различного типа) и интерперсональная коммуникация (интеракция). Массовая коммуникация осуществляется при помощи средств массовой коммуникации, под которыми понимаются институционально организованные и использующие технические средства отправки посланий (в отечественной литературе более распространен термин «СМИ» — «средства массовой информации», а в англоязычной литературе — «масс-медиа»). Средства массовой коммуникации не следует отождествлять с самими техническими средствами, обеспечивающими трансляцию информации большой и рассеянной в пространстве аудитории. К средствам массовой коммуникации относятся пресса, электронные средства массовой коммуникации — радио и телевидение, а также кинематограф. Ряд исследователей относит к средствам массовой коммуникации шоу-бизнес в полном его объеме. От средств массовой коммуникации следует отличать технические средства, опосредующие интерперсональную коммуникацию (телеграф, телефон), а также телематику (термин образован путем сложения слов «телевидение» и «информатика»; другой вариант — «компьюникация», образованный от «компьютер» и «коммуникация», — получил гораздо меньшее распространение)
Новая философская энциклопедия	Массовая коммуникация — один из видов коммуникации (наряду с межличностной и публичной), состоящий в распространении информации в широком пространственно-временном диапазоне в расчете на массовую аудиторию
Российская педагогическая энциклопедия	Массовая коммуникация (англ. <i>mass communication</i> — массовое общение), систематическое распространение информации (через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись, видео-запись) с целью утверждения духовных ценностей общества и оказания воздействия на оценки, мнения и поведение людей
Википедия	Массовые коммуникации (англ. <i>mass communication</i>) — дисциплина, изучающая различные средства, с помощью которых отдельные люди и организации передают информацию с помощью сетевых технологий, таких как сети мобильной связи, Интернет, социальные сети и др. большим сегментам населения одновременно

**Перевод терминов «средства массовой коммуникации»,
«массовая коммуникация» с русского на другие языки**

Язык	Перевод	
Русский	Средства массовой коммуникации	Массовая коммуникация
Английский	Mass communication	Mass communication
Арабский	الاتصال الجماهيري	الاتصال الجماهيري
Болгарский	Масова комуникация	Масова комуникация
Венгерский	Tömegkommunikáció	Tömegkommunikáció
Иврит	תקשורת המונים	תקשורת המונים
Испанский	Comunicación de masas	Comunicación de masas
Итальянский	Comunicazione di massa	Comunicazione di massa
Китайский	大众传播	大众传播
Латышский	Masu komunikācijas	Masu komunikācijas
Литовский	Masinės komunikacijos	Masinės komunikacijos
Немецкий	Massenkommunikation	Massenkommunikation
Нидерландский	Massacommunicatie	Massacommunicatie
Польский	Masowej komunikacji	Masowej komunikacji
Португальский	Comunicação de massa	Comunicação de massa
Румынский	Comunicare în masă	Comunicare în masă
Словацкий	Masovej komunikácie	Masovej komunikácie
Словенский	Množično komuniciranje	Množično komuniciranje
Турецкий	Kitle iletişim	Kitle iletişim
Французский	Communication de masse	Communication de masse
Чешский	Masové komunikace	Masové komunikace
Эстонский	Massikommunikatsioon	Massikommunikatsioon
Японский	マスコミ	マスコミ
Греческий	Μάζα της επικοινωνίας	Μαζική επικοινωνία
Шведский	Samlas av kommunikatio	Samlas kommunikationen

(М.И. Горохов), социологический (И.Д. Фомичева). Может быть еще лингвистический подход, технологический, исторический, психологический. В моих исследованиях утверждается общенаучный, философский, феноменологический подход в рамках информационной парадигмы, когда информация признается константой вселенной, а журналистика исследуется как феномен, т.е. явление, призванное отражать ноуменальные сущностные смыслы. И потому для целей своего исследования я применяю термин **журнализм** в следующем значении: **массинформационная медиация**, основой которой является **креативная деятельность**, связанная с создани-

ем, пересозданием и оперативным распространением информации в ритмизированной, дискретной форме на всех уровнях информационных процессов.

Очевидно, что «разнопонимаемое» употребление терминов в науке неизбежно, потому что у каждого исследователя — свой предмет, свой аспект изучения. Но мы должны все-таки говорить на одном языке и, главное, учить студентов на основе более или менее согласованной терминологии.

Нужно определять и новые термины, которые означают современные явления в массмедиа и являются, как правило, заимствованными из западной традиции: **медиаиндустрия**,

новые медиа, медиасистемы, медиакампании, медиатекст, медиаконтент, медиапрофессионал, фрилансер, блоггерство, рерайтинг и др.

Последнее время в соответствии с западной парадигмой и в связи с глобализацией информационных процессов, с развитием системы СМИ, появлением интернет- и мобильных медиа, учитывая частичное обособление журналистской деятельности (фриланс, блоггерство и т.п.) от СМИ, возникли предложения разделить понятия *журналистика* (понимая под нею только *журналистскую деятельность*) и *СМИ* как канал передачи информации. В таком случае возникает несколько вопросов, требующих обсуждения и уточнения терминологии.

1. Если занять слово «*журналистика*» под «*журналистскую деятельность*», что будет общим понятием для этой сферы? *Массмедиа, масскоммуникации* не совсем подходят по причинам, о которых мы уже говорили при определении понятий:

– по причине отсутствия в них базовых и специфических черт журналистики как актуальной периодически обновляемой информационной модели динамичной действительности;

– в связи, с одной стороны, с довольно узкой этимологической доминантой этих терминов, не отражающей многофункциональности *СМИ*: *массмедиа* — посредничество, *масскоммуникация* — общение. С другой стороны чрезмерно расширительным пониманием средств связи, включая такие, которые не имеют никакого отношения к журналистике.

2. Что делать с контентом, который, с одной стороны, результат журналистской деятельности, с другой — содержание *СМИ*. Куда его относить, если жестко разделить эти понятия?

3. Как разделить *СМИ* и деятельность, которая происходит прямо в *СМИ* (прямой эфир журналиста на ТВ, РВ и т.п.)?

4. Как быть с конвергентной журналистикой, которая срослась не просто с органом информации, но с системой *СМИ*?

5. Как быть со сложной структурой журналистской деятельности, многие виды которой прямо связаны со *СМИ* (участие в производственном процессе, планировании, связях с общественностью и т.п.)?

6. Как быть с названиями курсов «История журналистики» и т.п. Назвать их «История журналистики и *СМИ*»? Но поначалу и слова такого не было.

7. Вообще как быть с отечественной семантикой названных понятий?

Не лучше ли оставить слово «*журналистика*» как объемное синтезное понятие? А для авторской информационной деятельности можно употреблять слово «*журнализм*», которое практически в этом значении уже утвердилось, да и употребляется во всем мире.

Мы убедились, изучая определения понятий «*СМИ*», «*массмедиа*», «*медиа*», «*средства массовой коммуникации*», что они рассматриваются в разных контекстах: то как социальный институт в широком понимании термина, то в узком как система организаций, то в суперузком — как техническое средства передачи информации или коммуникации в зависимости от того, употребляют их историки, теоретики журналистики, социологи, юристы, экономисты или работники связи. Полагаю, что эта многозначность в зависимости от сферы употребления останется. И все-таки в рамках науки о журналистике и практики ее преподавания следует договориться об этих контекстах. Сделать, как мы

убедились это очень сложно в связи с многозначностью толкований, различием цивилизационных парадигм, традиций употребления различными научными школами, новыми не исследованными явлениями в журналистике. Однако двигаться в этом направлении все равно придется.

МИССИЯ

Исходным для понятия миссия является латинское слово **mitto** со множеством значений. Приведем по Латинско-русскому словарю значения гнезда слов с этим корнем. *Mitto, misi, missum, ero* — бросать, метать, кидать, выпускать, вводить, ввергать, ставить, посылать, отправлять, пропускать, сопровождать, готовить, внушать, выделять, одарять, посвящать, преподносить, доставлять, поставлять, писать, сообщать, доносить, посылать, испускать, излучать, выпускать, оставлять, отказываться, кончать, прекращать, обходить молчанием, умалчивать, не упоминать, пропускать. *Missio* — посылка, отправление, бросание, метание, освобождение, сражение не на жизнь, а на смерть, окончание, прекращение. *Missio* — метатель, стрелец. *Missus* — посылка, отправление, поручение, бросание, метание.

Итак, этимологическая основа понятия миссия — *послание, отправление, поручение*. Но есть в исходном значении и понятия *внушать, писать, сообщать*, напрямую относящиеся к журналистике. В латинском этимологическом ряду есть и ценностные понятия: *излучать, посвящать, одаривать*.

Теперь посмотрим словарные определения слова «**МИССИЯ**»

В.И. Даль дает несколько толкований. *Миссия* — посольство, посланник со всем двором, чинами своими; — общество духовенства,

посылаемое для обращения неверных или иноверцев.

Миссионер — член, брат духовной миссии, духовный посланник, законоучитель (вероучитель, христучитель), просветитель, проповедник; — подсылный, заговорщик, тайно подосланный для возмущенья, крамол.

Очевидно, что в русской традиции слово и однокоренные слова соотносятся с посланничеством, в том числе духовным, проповедничеством, христучеством, просветительством, законоучительством. Но отражает и проповедничество противоположных христианству, крамольных, как пишет Даль, идей.

В *Большом толково-фразеологическом словаре Михельсона* посланничество соотносится с судьбой: *миссия* — призвание, волею судьбы назначенная деятельность.

Толковый словарь Ушакова дает большее количество значений слова, уже в значительной степени секуляризированных. 1. Задание, определенное поручение (книжн.). 2. Жизненная, историческая роль какого-нибудь деятеля или общественной группы. 3. Дипломатическое представительство второго ранга (степенью ниже посольства; дипл.). Здание, занимаемое этим представительством (разг.). 4. Дипломатическая делегация, посылаемая с какой-нибудь специальной целью. 5. Миссионерская организация.

В более поздних словарях дублируются эти толкования.

В англоязычных словарях слово миссия часто употребляется со словом организация. *Миссия организации* — философия и предназначение организации, смысл ее существования на рынке, отличие организации от остальных организаций. Философия организации определяет ее культуру и социальные ценности. Предназна-

чение организации характеризуется целями и задачами, для реализации которых организация осуществляет свою деятельность. Обычно в миссии провозглашаются: социальные обязательства и гражданская ответственность перед обществом; — принципы отношения к различным группам общественности, к окружающей среде и т.д. [11].

Миссия — основная цель организации, смысл ее существования. Миссия — одно из основополагающих понятий стратегического управления. Разные ученые давали различные формулировки миссии. «Миссия — смысл существования компании с позиции удовлетворения потребностей клиентов, реализации конкурентных преимуществ, мотивации сотрудников фирмы».

«Миссия — это основная общая цель организации — четко выраженная причина ее существования. «Миссия — это философия и предназначение, смысл существования организации» [13].

В приведенных определениях слово «миссия» соотносится с общественным служением, обязанностями, предназначением, целью, смыслом существования, философией, концепцией, культурой и ценностями организации. Именно эти значения приводятся в словарях как синонимы понятия миссия.

Синонимика слова миссия (*Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений под ред. Н. Абрамова*).

Миссия — назначение, задача, поручение; делегация, посланничество, крест, послание, роль, функция, цель, дело, организация, задание, предназначение, представительство.

Предназначение — назначение, предопределение, предначертание; ассигнование, назначение; миссия,

смысл, рок, обречение, функция, роль, будущность, призвание, судьба, счастье, предуготовление, посланничество.

Призвание — занятие, обязанность, способность; затребование, предназначение, назначение, дарование, профессия, дело, жилка, долг, ремесло, склонность, природная склонность, дар.

Слово миссия пишется одинаково почти во всех языках. Только в словенском звучит как *poslanstvo* — посланничество, что для славянской традиции является определяющим и связано с духовным посланничеством, проповедничеством высоких ценностей.

Итак, мы видим, что в разных словарях и контекстах слово «**МИССИЯ**» соотносится с понятиями: **высший смысл, предназначение, общее благо, ценности, суперцель деятельности, социальные потребности, служение обществу, ответственность перед ним**. Обычно миссия связывается с константными характеристиками, хотя они и подвержены динамике времени.

МИССИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Вообще словосочетание «миссия журналистики» встречается в научной и учебной литературе довольно редко. Приведем определение, которое есть в учебном пособии Г.В. Чезовой «Основы теории журналистики»: «Журналистика с помощью всей совокупности своих действий отражает реальную действительность и рисует общую картину мира со всеми закономерностями ее функционирования и развития. Журналистика также описывает картину общественного бытия и его развития в системе мироздания. Она создает и галерею персональных образов, реализующих себя в общественном пространстве. Созданные ею кар-

тины позволяют аудитории выбрать оптимальные способы взаимодействия с описанной средой, а значит, обеспечить себе жизнедеятельность и развитие. Такова миссия журналистики. Естественно, что эту миссию профессионалы могут выполнять только тогда, когда отраженные ими картины адекватны (соответствуют) действительности и понятны аудитории. Подлинно журналистские тексты (массовая информация) диктуются только самой природой вещей и никем иным. Они онтологичны по природе и сути». *Журналистика в силу своего предмета и миссии берет на себя ответственную роль ориентира своей аудитории по ее же запросам в современной действительности* [8, с. 26–27].

Е.Л. Вартанова излагает современный взгляд на миссию и функции журналистики: «Можно даже сказать, что журналисты, выполняющие традиционную миссию — собирать и сообщать новости, «примыкают» к этому ядру (ядру креативного класса — Л. С.). Может быть, они не совсем в ядре, поскольку значительная часть созданного им содержания не является «креативом», чистым творчеством, поскольку в условиях современной редакции производство новостей достаточно стандартизировано, а сами журналисты, скорее, должны максимально объективно отражать действительность, а не порождать оценки или идеи. Но все-таки многие создатели медиатекстов и медиаперсоны, которые все чаще ассоциируются со СМИ, являются частью ядра. Колумнисты, критики, эксперты, публицисты — разве перечислить всех, кто создает сегодня не только медиатексты в широком смысле, но и в традиционном понимании журналистики?.. При традиционном, в чем-то догматическом подходе, считается, что массмедиа есть

абсолютный синоним журналистики, не очевидно, что ответ на эти вопросы будет положительный».

К числу традиционных задач, которые выполняют журналисты помимо того, что они сообщают о фактах, Е.Л. Вартанова относит формирование повестки дня, определение приоритетов общественных дискуссий, их модерацию, фильтрацию информации (теория «привратников» — «гейт-киперов», *gate keepers*), модерацию идей и концепций, стимуляцию и генерирование новых идей. «Стало привычным повторять, что СМИ не только радикально меняются, но и становятся своего рода драйверами социального развития. Благодаря рекламной бизнес-модели они стимулируют развитие (потребительской) экономики. Следуя своей социальной миссии, они продвигают идеи демократии и ответственного государства, подотчетных обществу элит. В условиях цифровой революции они трансформируют практики социальной коммуникации, реализуя модернизационный потенциал информационно-коммуникационных технологий в социальных полях политики и культуры» [3, с. 26].

Е.Л. Вартанова совершенно справедливо говорит о том, что «многозначный термин «журналистика» обозначает и те явления, которые не имеют синонимов. Речь идет о журналистике как творческой профессии, филологическом аспекте профессии, создании журналистского текста, или медиаконтента (*media content* как калька с английского), создаваемого прежде всего журналистами. Современные филологические подходы к пониманию медиатекста допускают, что он отличается от других видов текстов и интегрирует ряд особенностей — адресованность массовой аудитории, публицистичность, характеризующую

как принадлежность текстов сфере функционирования идей в обществе, и в результате — его бытование в социальном пространстве. Исходя из этого Г.Я. Солганик определяет медиатекст как разновидность текста, принадлежащую сфере массовой информации, характеризующуюся особым типом автора (принципиальное совпадение производителя речи и ее субъекта), специфической текстовой модальностью (открытая речь, многообразное проявление авторского я), рассчитанную на массовую аудиторию [3, с. 9].

Именно это обстоятельство, т.е. рассмотрение журналистики как творческой деятельности, как служения, как общественной миссии отличает наше понимание журналистики от новостного рипотинга как службы, которая укоренилась в западной, особенно американской журналистике. И здесь мы имеем дело с двумя подходами к журналистике, связанными с цивилизационными особенностями и типами общества и журналистики. В российско-американском исследовании, ставшем впоследствии глобальным, проведенном нами в начале 1990 гг., отчетливо проявилась эта разница российского и американского журнализма. По-западному более динамичный, прагматизированный, рационализированный, информатизированный, рипотинговый, толерантный, законопослушный, открытый, дуальный американский журнализм. Российский журнализм предстает как более творческий, менее прагматичный, более ориентированный на этические и культурные ценности, традиционно относящийся скорее к литературному творчеству, чем к информационной службе, более созерцательный и аналитический, уповающий на власть традиции и авторитета, на коллективизм.

В то же время данные наших исследований с однозначностью говорят о том, что процесс интеграции различных типов журнализма (и соответственно стран) идет достаточно динамично, что связано с моноцивилизационной парадигмой и нашим общим движением к информационному массовому открытому обществу. Несмотря на то, что глубинное менталитетное основание, которое заложено в разных культурах, оказывается весьма сильным и как бы поляризует суждения, поведение и творчество журналистов во многих случаях (особенно когда это касается социальных, творческих, этических ориентаций), в сугубо профессиональных позициях они часто почти одинаковы у журналистов разных стран и обнаруживают тенденцию к сближению.

В нашей традиции обзорный, аналитический, следовательно, оценочный взгляд, а журналист не только сообщатель новостей, но и их осмыслитель и выразитель своей (общественной) точки зрения на явление, процесс, ситуацию. В нашей журналистике с трудом приживаются западные концепции безоценочности, потому что мы другая цивилизация.

Классическая отечественная парадигма рассматривала журналистику как творчество, как словесное искусство, как миссию служения обществу и удовлетворения его существенных потребностей, которые помогают обществу быть нравственным и динамичным, развиваться духовно, культурно, социально, экономически. Символ — вертикаль.

Современная парадигма, основанная на западной традиции, в связи с изменением общественного устройства, стремится рассматривать журналистику как информационную службу, как бизнес, а масс-медиа — это микс журналистских,

пропагандистках ПР-текстов, развлекательного контента и рекламы, смешанный контент, который помогает СМИ выжить. Основной целью является формирование такого контента, который наилучшим образом продается. Символ — горизонталь.

В зависимости от этих парадигм и формируется представление о понятиях, связанных с журналистикой.

В первом случае речь идет о терминах «журналистика», «журнализм», «публицистика» и слово «миссия» соотносится именно с ними. Достаточно удачным кажется и термин «средства массовой информации», поскольку в ее составе есть слово «информация», изначально имеющее семантическое значение сущности, сути, смысла. В этот ряд хорошо укладываются понятия «журналистская деятельность», «журналистское творчество», «журналистский текст», «журналистское произведение» со всеми присущими ему характеристиками: оперативностью, актуальностью, выбором важнейших ключевых событий в динамично меняющейся реальности и освещении их с позиций учета потребностей общества и исполнения социальной миссии.

В рамках второй парадигмы обычно пользуются терминами «массмедиа», «медиа», «массовая коммуникация», «медиаконтент», которые имеют свойство быть нейтральными, имеют значения, как мы выяснили в нашем исследовании посредников, часто технических, хотя сейчас значение этих терминов расширилось, они трактуются и в содержательном смысле. Но все-таки говорить о миссии в том значении, которое мы выяснили в результате понятийного анализа, в применении ко второй парадигме, проблематично, потому что единственным критерием является получение прибыли, и

потому в медиаконтенте сплавился, сплелся и чисто журналистской текст, и заказной, и рекламный и т.п. В таком случае действительно правомерно говорить о медиаконтенте в отличие и в отрыве от журналистского текста.

Предпочтительным кажется синтезный вариант, когда сочетаются сущностно-смысловая, ценностная вертикальная константа и активная, адаптивная динамическая горизонталь. Символ — крест. Журналистика рассматривается как феноменологическая система, как отражение с сущностных Смыслов в рамках информационной парадигмы. Решающую роль играет ценностная семантика и актуальная динамичность журналистики как универсального информационного пульсара. Если рассматривать журналистику как феноменологическую систему, то, безусловно, ее основная миссия состоит в отражении и транслировании сущностных смыслов, основных факторов и причин, проблем и перспектив развития общества, в основе которых лежат общечеловеческие ценности. Тогда ее предстоит рассматривать как многослойную систему от мета- до мини-информационных уровней, на каждом из которых есть свои сущностные смыслы, которые надлежит проявлять.

Но в то же время желательно иметь финансовые, кадровые, технические возможности осуществлять своих функции, нести высокую общественную миссию.

Конечно желательно осуществить синтезную модель. Но объективность такова, что, мы вынуждены сегодня жить в ситуации коммерческих СМИ. Возможно, ли одной рукой «сеять разумное, доброе, вечное», а другой — рекламировать противоположные ценности, или антиценности? Возможно ли, чтобы журналистика

выполняла миссию и была бы коммерчески успешной? Кто возьмет на себя обеспечение ее финансовой стабильности? Государство? Ответственность? В каком виде?

Как терминологически и понятийно вписаться в глобальный научно-технический тезаурус, не поступаясь при этом отечественными традициями и цивилизационной ментальностью? Как не потерять при освоении новых терминов сущностного смысла понятий, связанных с журналисти-

кой — функционально и семантически богатой творческой системой, которая призвана исполнять свое общественное предназначение: миссию по «очеловечиванию» общества, его оптимальному развитию во всех сферах (политической, экономической, духовной, социальной) при помощи оперативной, важной, сущностной, объективной информации?

Посильная цель моей статьи — задать вопросы. Ответы слишком сложны. Их нужно искать сообща.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики: учеб. пособие. М., Ростов н/Д, 2006.
2. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: глоссарий
3. Вартанова Е.Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 1.
4. Вестник университета (ФГБОУ «Государственный университет управления») — М., № 9. С. 255.
5. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. М., 1999.
6. Прохоров Е.П. Терминологический аппарат — понятийно-смысловый скелет науки // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 1.
7. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: учеб. М.: Аспект Пресс, 2003.
8. Чевозерова Г.В. Основы теории журналистики: учеб. пособие. Ч. 1: Метажурналистика. Тольятти 2011.
9. URL: <http://www.businessvoc.ru>.
10. URL: <http://translate.google.ru/translate>.
11. URL: <http://www.beriki.ru/node/6570>.
12. URL: <http://www.tumentoday.ru>.
13. URL: Wikipedia, the free encyclopedia.