

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.150.18>

ЭСТЕТИЧЕСКОЕ И ЕГО ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Научная статья

Латышева Ж.В.^{1,*}¹ ORCID : 0000-0001-7576-0475;¹ Владимирский государственный университет, Владимир, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (joan_lat[at]mail.ru)

Аннотация

В статье, исходя из двух основных предпосылок – трансформации журналистики и формирования такого направления, как эстетика журналистики, – ставятся цели обнаружения аутентичности и глубины присутствия эстетического отношения в журналистских (медиа) продуктах. Среди основных причин движения журналистики в сторону эстетического и искусства указываются такие, как чрезмерная насыщенность медиaprостранства информацией, ее рационально-логическая организация, активное и неустанное развитие медиатехнологий. Следствием данных причин становятся аффективность, иммерсивность и в целом развлекательность, позиционируемые как эстетические характеристики современной журналистики. В ходе анализа обнаруживается, что данные эстетические характеристики далеко не полностью охватывают спектр и глубину эстетического отношения человека к миру: наряду с наличием свойств неутилитарности и гедонистичности, в журналистике недостаточно воплощен слой многообразных духовных смыслов и ценностей. Делается вывод о необходимости реализации неразрывно между собой связанных культуроформирующих функций, позволяющих создать из журналистики внешней эстетичности подлинную эстетическую, то есть, гуманистическую, журналистику.

Ключевые слова: эстетика журналистики, критерии эстетического, духовные ценности и смыслы.

THE AESTHETIC AND ITS REPRESENTATION IN CONTEMPORARY JOURNALISM

Research article

Latysheva Z.V.^{1,*}¹ ORCID : 0000-0001-7576-0475;¹ Vladimir State University, Vladimir, Russian Federation

* Corresponding author (joan_lat[at]mail.ru)

Abstract

Based on two basic premises – the transformation of journalism and the formation of such a trend as journalism aesthetics – the article aims to determine the authenticity and depth of the presence of an aesthetic attitude in journalistic (media) products. Among the main reasons for the movement of journalism towards the aesthetic and art are such as the excessive saturation of media space with information, its rational-logical organization, and the active and relentless development of media technologies. As a consequence of these reasons, affectivity, immersiveness and, in general, entertainment, positioned as aesthetic characteristics of modern journalism, have become the most important. The analysis shows that these aesthetic characteristics do not fully cover the range and depth of a person's aesthetic attitude to the world: along with the properties of non-utilitarianism and hedonism, journalism does not sufficiently embody a layer of diverse spiritual meanings and values. The conclusion is made that it is necessary to fulfil inextricably linked culture-forming functions that would make it possible to create a genuine aesthetic, i.e. humanistic, journalism out of that of external aesthetics.

Keywords: aesthetics of journalism, criteria of the aesthetic, spiritual values and meanings.

Введение

В функционировании массмедиа все более четко прослеживается тенденция усиления веса и значения эстетической составляющей. Наиболее явственно данная тенденция проявляется, на наш взгляд, в журналистском сегменте: происходит активная трансформация журналистики, которая все больше отказывается от своих традиционных функций информирования и коммуникации и приобретает иные, ранее не свойственные ей функции. Причем происходит это во многом за счет сближения со сферой эстетического и заимствования свойств искусства. Проблема эстетических особенностей журналистского творчества поэтому требует отдельного обстоятельного рассмотрения. Анализ этой проблемы важен еще и по той причине, что в настоящее время мы являемся свидетелями становления новой отрасли теории журналистики – эстетики журналистики.

В современной науке о журналистике достаточно активно, но не всегда развернуто и основательно освещается проблематика, связанная с эстетическим. Так, Е.В. Ахмадулин рассматривает эстетическую функцию как разновидность воспитательной функции [1], С.Н. Ильченко и коллектив авторов учебника «Радиожурналистика» под редакцией А.А. Шереля [10] включают в число функций журналистики эстетическую функцию как самостоятельную. М.Ю. Казак и А.А. Крылова обосновывают синтетическую специфику эстетической функции журналистского текста [7]. Е.А. Каверина доказывает, что событийные коммуникации как социокультурные практики имеют эстетическую природу [6]. А.Н. Тепляшина поднимает вопросы новой эстетики публицистического дискурса [12]. Огромное внимание эстетическому аспекту журналистики уделяется в Санкт-Петербургской школе журналистики и массовых коммуникаций. М.А. Бережная, А.И. Беленький, Е.А. Каверина, Б.Я. Мисонжников, А.А. Новикова, И.В. Кирия, В.Ф.

Познин, Е.П. Почкай, А.А. Пронин, Л.В. Комуцци, Е.С. Сониная, Н.С. Цветова определяют и исследуют основные проблемно-тематические области нового становящегося направления – эстетики журналистики [2], [13], [14].

Целью настоящей статьи поэтому выступает артикуляция современных эстетических ориентаций журналистики, возникающих в связи с этим проблем, поиск возможных подходов и путей их решения. Основными задачами настоящего исследования, исходя из вышесказанного, предстают выявление причин, степени и характера эстетической вовлеченности современной журналистики, а также репрезентация наиболее важных черт эстетического отношения человека к миру и выяснение того, какие из них четче всего проступают в журналистских (медиа) продуктах.

Основная часть

Итак, для реализации поставленной в настоящей статье цели необходимо, как уже указывалось, выявить причины «дрейфа» современной журналистики в сторону эстетики и искусства.

Основной, сущностной причиной здесь, на наш взгляд, выступает то, что современное медиапространство перенасыщено информацией, которая проникает в сознание человека с огромной скоростью и из совершенно различных источников – СМИ, рекламы, социальных сетей, кинематографа и др. В «тисках», по большей части, рационально-логически и повседневно-стохастически сформированного информационного поля аудитории не хватает экспрессивно-чувственной и эстетико-гедонистической доминант, захватывающих, согласно своей природе, существо человека в его целостности, а не фрагментарности. К тому же современное искусство, представленное, во многом, постмодернистскими произведениями свои экспрессивную, катарсическую и гедонистическую функции реализует слишком опосредованно и недостаточно, тогда как искусство, основывающееся на классической парадигме (Платон, Аристотель, И. Кант, Г. Гегель и др.), традиционно выступало и выступает в роли источника эстетической экспрессии, гуманистического духа и концентрированного художественно-эстетического опыта [8, С. 155], [5, С. 53-54].

Среди других причин все большей включенности эстетики в журналистику исследователи указывают на перманентное революционное развитие технологий создания медиапродукта, расширяющих возможности творческого воплощения идей авторов; заимствование эстетических приемов и практик кинематографа, телевидения, новых медиа, рекламы и т.д., связь отечественной журналистики с литературой и художественно-эстетической сферой в целом.

Относительно взаимоотношений отечественной журналистики и искусства литературы важно отметить, что первая генетически вышла из второго – вспомним, хотя бы, журналы А.П. Сумарокова «Трудолюбивая пчела», журналы «Трутень» и «Живописец» Н.И. Новикова, «Московский журнал» Н.М. Карамзина, литературные журналы Московского университета «Полезное увеселение», «Свободные часы», «Доброе намерение», «Невинное упражнение» и другие.

Что касается связей журналистики с миром искусства и эстетики в целом, то можно указать, что в российском социоинформационном поле всегда существовал довольно осязаемый сегмент интеллектуальных и эстетико-художественных изданий. Интересно, что, как отмечает М.А. Воскресенская, в преддверии революций 1917 года появились даже так называемые журналы-манифесты, «противопоставившие социально-политическим лозунгам идею жизнотворчества, то есть пересоздания мира художественными средствами и реализовавшие концепцию печатного издания как целостного произведения искусства» [11, С. 221].

Наконец, как справедливо пишет М.А. Бережная, «синкретичность, интерактивность и возрастающая визуализация современных форм журналистики, предполагающие вовлечение аудитории в процесс восприятия и производства текста, делают эстетику той областью, в которой создаются и развиваются важнейшие факторы взаимодействия производителя и потребителя контента – журналиста и читателя, слушателя, зрителя» [13, С. 11].

Вышеуказанные причины все более активного проникновения эстетического начала в журналистику обуславливают формирование особого облика эстетически ориентированной журналистики с только ей присущими специфическими чертами. При этом важно еще раз напомнить, что журналистское произведение – это не произведение искусства в традиционном понимании этого термина, не художественный продукт, а продукт эстетический, предназначенный для его использования в качестве практически значимой вещи и в качестве товара в условиях рыночной организации медиасферы.

Эстетическая специфика современного журналистского произведения основывается на такой исходной его функции, как воздействие не на разум, а, прежде всего, на чувственность человека, чувства аудитории (аффективную сторону). Именно аффективная функция вызывает появление таких характеристик произведения, как авторский взгляд; нарративность и эссеизация текста; зрелищность, визуализация контента (например, креолизация текста) и суггестивность; непосредственная вовлеченность в события (иммерсия, эффект погружения или присутствия, уменьшение дистанции между создателем журналистского продукта и его реципиентами); преобладание изобразительного и (или) звукового ряда (образа) в мультимедийных журналистских медиапродуктах; игровые технологии и элементы (геймификация), инфотейнмент, развлекательность в целом.

Но каковы же степень и характер эстетической вовлеченности современной журналистики? Чтобы ответить на этот вопрос, необходимо, как мы считаем, проанализировать эстетические проявления современной журналистики с точки зрения универсальных критериев эстетического, выработанных мировой эстетической мыслью.

Выделим наиболее важные черты эстетического отношения человека к миру.

Во-первых, неутилитарность, «целесообразность без цели» (И.Кант) эстетического предмета, его направленность не на практические нужды, а на созерцание выразительных форм.

Действительно, журналистское произведение (журналистский медиапродукт), особенно созданное в одном из публицистических жанров, можно рассматривать с точки зрения «игры» формы и содержания, гармоничности и соразмерности композиции, красоты слога и выверенности языка. В информационных и аналитических медиатекстах мы можем обращать внимание на такие эстетические характеристики, как игровое начало, иллюстративность, визуализация контента (креолизация) и др. В то же время важно отметить, что, в отличие от произведения искусства, которое полностью по своей природе неутилитарно и потому относится к сфере художественного (художественное

понимается нами как сердцевина эстетической, более широкой, чем художественное, сферы, когда все черты эстетического отношения представлены полностью и в концентрированном виде), произведение журналистики имеет и утилитарную составляющую, так как служит практическим нуждам информирования аудитории, постановки и решения актуальных проблем общества. Иными словами, журналистское произведение имеет двойственную природу, двоякий статус – практически значимой вещи и эстетического явления – и поэтому может быть отнесено к широчайшей сфере эстетической деятельности, в которой, наряду с неутилитарностью всегда присутствует и утилитарный компонент. Известны такие виды эстетической деятельности, как дизайн, мода, садово-парковая культура, карнавал, этикетное поведение; элементы эстетической деятельности присутствуют в труде, быту, производстве, спорте и т.д.

Во-вторых, гедонистичность эстетического. Эстетическое наслаждение (удовольствие) – это важнейший критерий, позволяющий отделить эстетическое отношение от какого-либо другого, так как только его наличие говорит об сугубо эстетической установке сознания [4, С. 154-158]. С таковой мы имеем дело, например, тогда, когда наслаждаемся красотой зимнего леса, а не подсчитываем количество кубометров бревен, которое из него может получиться. Произведения мастеров журналистики, вне сомнения, вызывают у нас чувство эстетического наслаждения.

В-третьих, эстетическое отношение имеет нематериальную, духовную природу и возникает в результате понимания смыслов и ценностей, явленных в эстетическом предмете с помощью выразительных средств и обнаруживаемых реципиентом. Причем вопрос об объективном присутствии этих смыслов в эстетическом феномене или же их субъективным проецированием на него, до сих пор остается дискуссионным. Эстетическое наслаждение так же, таким образом, имеет духовную природу и связано с открытием важных ценностно-смысловых ориентиров и горизонтов и их адекватным чувственно-выразительным воплощением в материальном носителе эстетического содержания [3, С. 43-79]. Бесспорно, такой уровень содержания присутствует в качественной журналистике, публицистике, медиакритике.

В-четвертых и пятых, и эти черты органически связаны с предыдущей, эстетическое отношение отличает универсализм и утверждение общечеловеческих смыслов и ценностей. Универсализм заключается в том, что практически любое явление нашей жизни, любой предмет, любая сфера общества или его сегмент могут быть оценены с эстетической точки зрения. Характеристика же утверждения общечеловеческих смыслов и ценностей связана с тем, что эстетическое входит в целостный комплекс гуманистически релевантных значений современного общества и неотделимо от этических, религиозных, других духовно-культурных ценностей. Высшая степень эстетического наслаждения – катарсис – несет в себе, как правило, не только эстетическое, но и, например, этическое и религиозное содержание. Поэтому серьезный журналистский подход к профессиональному творчеству не должен ограничиваться созданием внешней эстетичности продукта, чтобы только привлечь внимание, а выражаться в стремлении затронуть более глубокие слои и коды сознания аудитории, чтобы завладеть ее умами, заставить размышлять и развиваться.

Заключение

Таким образом, рассмотрев в первом приближении проявления эстетического в современной журналистике, можно констатировать наличие диссонанса между имеющимся эстетическим обликом журналистики и выработанными наукой эстетическими критериями, аутентичным эстетическим отношением. Современная журналистика в большей мере ангажирует те эстетические свойства медиапредметности, которые связаны с развлекательностью, увлекательностью, вовлечением, игрой, переживанием острых эмоций и сильных чувств (аффектов). За этой оболочкой внешней эстетичности часто не обнаруживается более глубокого слоя духовных – нравственных, социальных религиозных и иных – смыслов и ценностей человеческой культуры. Журналистика все больше тяготеет к области коммерческих медиапродуктов, товаров на рынке массмедиа. Поэтому необходимо уделять гораздо более пристальное внимание реализации культуроформирующих функций журналистики – воспитательной, образовательно-просветительской, гедонистической, эстетической [9, С. 50], которые тесно между собой связаны, и, строго говоря, не должны существовать в отрыве друг от друга. Именно действие этих функций в их совокупности позволит сформировать из сегодняшней журналистики поверхностной эстетичности подлинно эстетическую журналистику как журналистику гуманистическую, противостоящую грозным антигуманистическим вызовам современной цивилизации – от квадробинга до трансгуманизма.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Лебединская В.Г., Кубанский государственный университет, Краснодар, Российская Федерация
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.150.18.1>

Conflict of Interest

None declared.

Review

Lebedinskaya V.G., Kuban State University, Krasnodar, Russian Federation
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.150.18.1>

Список литературы / References

1. Ахмадулин Е.В. Основы теории журналистики: учебник и практикум для вузов / Е.В. Ахмадулин. — Москва: Юрайт, 2020. — 358 с.
2. Бережная М.А. Медиатекст и медиадискурс / М.А. Бережная // Вопросы журналистики. — 2019. — № 5. — С. 47–61.
3. Боров Ю.Б. Эстетика: в 2 т / Ю.Б. Боров. — Смоленск: Русич, 1997. — Т. 1. — 576 с.
4. Бычков В.В. Эстетика: учебник / В.В. Бычков. — Москва: Гардарики, 2002. — 556 с.

5. Гегель Г.Ф.В. Эстетика: в 4 т / Г.Ф.В. Гегель. — Москва: Искусство, 1968. — Т. 1. — 312 с.
6. Каверина Е.А. Создание событий в современном социокультурном пространстве: автореф. дис. ... д-ра филос. наук / Е.А. Каверина. — Санкт-Петербург, 2012. — 47 с.
7. Казак М.Ю. Об эстетике журналистского текста / М.Ю. Казак, А.А. Крылова // Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. — 2015. — № 18 (215). — Вып. 27. — С. 134–139.
8. Кант И. Критика способности суждения / И. Кант // Соч.: в 8 т / Под общ. ред. А.В. Гулыги. — Москва: Чоро, 1994. — Т. 5. — 414 с.
9. Латышева Ж.В. Журналистика как социальный институт: роль, задачи, функции: учебное пособие / Ж.В. Латышева; Владим. гос. ун-т им. А.Г. и Н.Г. Столетовых. — Владимир: Изд-во ВлГУ, 2022. — 80 с.
10. Радиожурналистика. Учебник / Под ред. А.А. Шереля. — Москва: Изд-во Московского университета, 2000. — 478 с.
11. Теория журналистики в России. Учебник / Под ред. С.Г. Корконосенко. — Санкт-Петербург: Алетейя, 2018. — 254 с.
12. Тепляшина А.Н. Языковая личность как субъект новой эстетики публицистического дискурса / А.Н. Тепляшина // Гуманитарный вектор. — 2017. — Т. 12. — № 2. — С. 130–136.
13. Эстетика аудиовизуальной журналистики. Учебное пособие / Под ред. М.А. Бережной. — Москва: КНОРУС, 2021. — 234 с.
14. Эстетика журналистики. Учебное пособие / А.И. Беленький [и др.]; под ред. М.А. Бережной. — Санкт-Петербург: Алетейя, 2018. — 252 с.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Akhmadulin E.V. Osnovy teorii zhurnalistiki [Fundamentals of the theory of journalism] : textbook and workshop for universities / E.V. Akhmadulin. — Moscow: Yurait, 2020. — 358 p. [in Russian]
2. Berezhnaya M.A. Mediatekst i mediadiskurs [Mediatext and media discourse] / M.A. Berezhnaya // Voprosy zhurnalistiki [Questions of Journalism]. — 2019. — No. 5. — P. 47–61. [in Russian]
3. Borev Yu.B. Jestetika [Aesthetics] : in 2 vols / Yu.B. Borev. — Smolensk: Rusich, 1997. — Vol. 1. — 576 p. [in Russian]
4. Bychkov V.V. Jestetika [Aesthetics] : textbook / V.V. Bychkov. — Moscow: Gardariki, 2002. — 556 p. [in Russian]
5. Hegel G.F.V. Jestetika [Aesthetics]: in 4 vols / G.F.V. Hegel. — Moscow: Iskustvo, 1968. — Vol. 1. — 312 p. [in Russian]
6. Kaverina E.A. Sozdanie sobytij v sovremennom sociokul'turnom prostranstve [The creation of events in the modern socio-cultural space] : abstract. ... of PhD in Philosophical Sciences / E.A. Kaverina. — St. Petersburg, 2012. — 47 p. [in Russian]
7. Kazak M.Yu. Ob jestetike zhurnalistikogo teksta [On the aesthetics of journalistic text] / M.Yu. Kazak, A.A. Krylova // Nauchnye vedomosti. Serija Gumanitarnye nauki [Scientific Vedomosti. The Humanities Series]. — 2015. — № 18 (215). — Iss. 27. — P. 134–139. [in Russian]
8. Kant I. Kritika sposobnosti suzhdenija [Criticism of the ability of judgment] / I. Kant // Op.: in 8 vols / Gen. ed. by A.V. Gulygi. — Moscow: Choro, 1994. — Vol. 5. — 414 p. [in Russian]
9. Latysheva Zh.V. Zhurnalistika kak social'nyj institut: rol', zadachi, funkcii [Journalism as a social institution: role, tasks, functions] : textbook / Zh.V. Latysheva; Vladimir State University named after A.G. and N.G. Stoletov. — Vladimir: Publishing House of the All-Russian State University, 2022. — 80 p. [in Russian]
10. Radiozhurnalistika [Radio journalism]. Textbook / Ed. by A.A. Sherel. — Moscow: Publishing House of the Moscow University, 2000. — 478 p. [in Russian]
11. Teorija zhurnalistiki v Rossii [The theory of journalism in Russia]. Textbook / Ed. by S.G. Koronosenko. — St. Petersburg: Alethea, 2018. — 254 p. [in Russian]
12. Teplyashina A.N. Jazykovaja lichnost' kak sub'ekt novej jestetiki publicisticheskogo diskursa [Linguistic personality as a subject of the new aesthetics of journalistic discourse] / A.N. Teplyashina // Gumanitarnyj vektor [Humanitarian Vector]. — 2017. — Vol. 12. — № 2. — P. 130–136. [in Russian]
13. Jestetika audiovizual'noj zhurnalistik [Aesthetics of audiovisual journalism]. Textbook / Ed. by M.A. Berezhnaya. — Moscow: KNORUS, 2021. — 234 p. [in Russian]
14. Jestetika zhurnalistiki [Aesthetics of journalism]. Textbook / A.I. Belenky [et al.]; ed. by M.A. Berezhnaya. — St. Petersburg: Alethea, 2018. — 252 p. [in Russian]