

**Третьи
Международные
научные чтения в Москве
СМИ и массовые
коммуникации
2011**



**The 3rd
International
Readings in Moscow
Mass Media
and Communications
2011**

JOURNALISTIC CULTURES: FACING SOCIAL AND TECHNOLOGICAL CHANGES

November 10-12, 2011

ABSTRACTS



**НЕКОММЕРЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО
ФАКУЛЬТЕТОВ
ЖУРНАЛИСТИКИ**



Moscow, 2011

Elena Vartanova (ed.)

JOURNALISTIC CULTURES: FACING SOCIAL AND TECHNOLOGICAL CHANGES

Editor in Charge: *Mikhail Makeenko*

English Editor: *Elena Aivazova*

Designer: *Elena Sirotna*

Cover designer: *Marina Orlova*

First published 2011 by MediaMir

Printed in Moscow, Russia.

All right reserved. No parts of this publication might be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any for or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior permission of the publisher.

© 2011 Elena Vartanova (ed.), © the contibutors

CONTENTS / СОДЕРЖАНИЕ

PART I / ЧАСТЬ I

Global journalists: what do we know and what should we know? <i>David H. Weaver</i>	13
Media ethics in an age of controversy and confusion <i>Clifford Christians</i>	15
Accounting for diversity in journalism cultures <i>Thomas Hanitzsch</i>	16
The long passage of history: the evolution of professionalism among journalists and their international contacts <i>Kaarle Nordenstreng</i>	17
Crisis of the fourth estate and rise of the fifth estate <i>Gregory Simons</i>	18
Polish journalists two decades after the communism <i>Bogusława Dobek-Ostrowska</i>	20
Social media: citizen journalism at the Olympic Games <i>Andy Miah</i>	21
Reinventing communication: from sagas to twitts <i>Andrey Korotkov</i>	25
New branded media: the future of journalism <i>Anastasia Alekseeva</i>	27
Transforming journalistic cultures in Russia: research perspective <i>Maria Anikina</i>	30

Radio Ekho Moskvyy as a phenomenon of contemporary broadcasting journalism <i>Ludmila Bolotova</i> <i>Ekaterina Bolotova</i>	32
Contemporary development of documentary cinema through the means of investigative journalism <i>Renate Cane</i>	35
Commemorations: the battle over memory <i>Mihai Coman</i>	39
Different journalistic cultures and the national identity in Latvia <i>Ainars Dimants</i>	42
Fairness and accuracy in writing about religion – too hard a task? <i>Anna Danilova</i>	44
Polish journalists and new media: maintaining professionalism or deprofessionalization? <i>Bogusława Dobek-Ostrowska</i> <i>Michał Głowacki</i>	46
Journalistic culture of the Russian tv political observers: conditions for formation <i>Yulia Dolgova</i>	48
News content sharing in convergent Australian newsrooms: the ethics of online reuse culture <i>Tim Dwyer</i>	51
Ethics in journalism and social values in a period of social transformation <i>Inessa Filatova</i>	53

Autonomy and journalistic culture threats and opportunities in a comparative perspective <i>Jöran Hök</i>	55
Religious ethos and journalism ethics: Russian context <i>Victor Khroul</i>	56
The journalist ethos and bible profanation <i>Józef Kloch</i>	59
Media evangelisation as a technical mediatisation of religion <i>Daria Klimenko</i>	64
The importance of journalistic competences from different perspectives <i>Carmen Koch</i> <i>Vinzenz Wyss</i>	66
Religion in public life of Russia today <i>Roman Lunkin</i>	69
Motivation behind the use of social networking sites among youth in India <i>Khatti Neeraj</i>	72
A critical analysis of socio-cultural impact of new media on users in India <i>Usha Rani Narayana</i>	74
Journalism in change – professional journalistic cultures in Russia, Poland and Sweden <i>Gunnar Nygren</i>	78
Russian and Swedish journalists – professional roles, ideals and daily reality <i>Gunnar Nygren</i> <i>Elena Degtereva</i>	80

Russian journalism as a social lift <i>Svetlana Pasti</i>	82
A spokesman of a church institution as a communicator, interpreter and negotiator of church's reality in the era of social media <i>Monika Przybysz</i>	84
Journalism in an innovation society – a new ontological status? <i>Marina Shilina</i>	89
New generation of Russian journalists: from digital advancement to digital addiction <i>Olga Smirnova</i>	92
Journalism reloaded – or what journalists need for the future <i>Alexandra Stark</i>	94
Freedom of expression of Japanese journalism in the internet age <i>Watanabe Takesato</i>	98
The institutional role of journalism in the context of the campaign funding crisis in Finland <i>Sinikka Torkkola</i> <i>Anne Koski</i>	102
New technology, new professional practices: on office and copy-paste journalism. A study on the sourcing practices in Romanian news media <i>Natalia Vasilendiuc</i>	104
Are journalists really that different? A comparative look at the demographics, roles and values of journalists around the world <i>David H. Weaver</i>	107

Sociological culture as the essential element of professional journalistic culture <i>Maria Anikina</i>	109
Axiological consensus as a challenge for journalistic culture in Russia <i>Victor Khroul</i>	112
Between news desks, social networks and click counts – catalysts of change in swiss journalism <i>Vinzenz Wyss</i> <i>Annina Stoffel</i>	116
Measuring press differences: an update <i>Xu Xiaoge</i>	119
Tragedy on the Russian tv screen’11: ethical and normative aspects <i>Yuliya Yakusheva</i>	120

PART II / ЧАСТЬ II

Региональные сми России: мультимедиа и экономика <i>Валерий Викторович Бакшин</i>	125
Журналистика в условиях институционального кризиса <i>Светлана Дашиевна Балмаева</i>	129
Формирование новых стандартов профессиональной культуры журналистов в трансформирующихся правовом поле и корпоративной среде <i>Сергей Павлович Булах</i>	133
Профессиональная культура и профессиональное сообщество: механизмы взаимодействия <i>Иосиф Михайлович Дзялошинский</i>	138

Центр и регионы России в моделировании медиасистемы <i>Юрий Михайлович Ершов</i>	142
Современные технологические особенности работы редакций международной газетной группы Metro и их влияние на редакционную культуру <i>Борис Васильевич Коношенко</i>	146
Особенности мультимедийного контента в журналистике <i>Диана Юрьевна Куличицкая</i>	149
Этика фотожурналистики: область морального и правового регулирования <i>Алексей Маслов</i>	152
Особенности коммуникативной культуры редакционных коллективов сми г. Белгорода и Белгородской области: социологический анализ <i>Мария Владимировна Коротицкая</i> <i>Елена Ивановна Радченко</i>	157
Публичное обсуждение как целостный полисубъектный текст <i>Ирина Дмитриевна Фомичева</i>	161
Современная журналистика: революция ценностей? <i>Татьяна Ивановна Фролова</i>	165
Instant publishing: расширение пространства медиа <i>Владимир Владимирович Харитонов</i>	167
К проблеме трансформации региональных медиакультур в современной России: локализация или глобализация? <i>Александр Валентинович Чернов</i>	170

Журналист, СМИ и доверие общества
Алла Александровна Ширяева 171

Журналистская культура: развитие в условиях социальных и технологических перемен (эссе)
Елена Андреевна Титок 174

Журналистская культура: развитие в условиях социальных и технологических перемен (эссе)
Галина Арчиловна Хатиашвили 177

PART III / ЧАСТЬ III

Н. М. Карамзин о М. В. Ломоносове
Александра Романовна Акчурина 181

Поэтологический потенциал торжественной оды в творчестве М. В. Ломоносова (к постановке проблемы)
Татьяна Александровна Алпатова 184

Михаил Васильевич Ломоносов: обзор казахстанской прессы
Альжанова Айгерим Болатхановна 185

Стихотворение Э. Г. Багрицкого «Ломоносов»
Антон Владимирович Бакунцев 186

Феофан Прокопович и М. В. Ломоносов: от предклассицизма к классицизму
Олег Михайлович Буранок 188

М. В. Ломоносов в оценках А. С. Пушкина и В. Ф. Одоевского 1830-х гг.
Никита Владимирович Гусев 191

200-летний юбилей М. В. Ломоносова в Томске (по материалам газеты «Сибирская жизнь») <i>Наталья Вениаминовна Жилиякова</i>	194
Море в поэтической модели мира М. В. Ломоносова (к вопросу о феномене барочного классицизма) <i>Александр Ильич Иваницкий</i>	198
М. В. Ломоносов в одноименном произведении К. А. Полевого (1836) <i>Ольга Евгеньевна Кобякина</i>	202
М. В. Ломоносов в духовных школах <i>Владимир Николаевич Мандзюк-Ильницкий</i>	203
Гинеκραтический аспект государственного мифа в одическом творчестве М. В. Ломоносова <i>Елена Евгеньевна Приказчикова</i>	208
М. В. Ломоносов в историко-литературной концепции П. А. Вяземского <i>Ирина Евгеньевна Прохорова</i>	212
М. В. Ломоносов в книге «Выбранные места из переписки с друзьями» Н. В. Гоголя <i>Егор Владимирович Сартаков</i>	217
Актуальная публицистика: методологический подход к изучению письма М. В. Ломоносова к И. И. Шувалову «О сохранении и размножении российского народа» от 1 ноября 1761 г. <i>Татьяна Валентиновна Шумилина</i>	221

PART I

ЧАСТЬ I

GLOBAL JOURNALISTS: WHAT DO WE KNOW AND WHAT SHOULD WE KNOW?

David H. Weaver
Indiana University, U.S.A.
weaver@indiana.edu

This presentation draws on studies of journalists from more than 30 countries in a forthcoming book by David Weaver and Lars Willnat, eds., *The Global Journalist in the 21st Century* (New York: Routledge, in press) to summarize what we know about the demographics, roles and values of journalists. It concludes by suggesting what we still do not know and need to know in future research on journalists, and it highlights some recent promising studies to support some of these recommendations.

From reading the chapters that have been submitted for the second edition of *The Global Journalist* book and other recent studies, we have learned much about the demographics; educational backgrounds; working environments and routines; professional values, beliefs, and practices; and the economics of news media organizations, as well as news coverage and the effects of this coverage. In short, we know quite a bit about journalists in many different countries of the world (with the exception of those in Africa and the Middle East and a few others), and we also know much about the kinds of news coverage that they produce from various content analysis and textual analysis studies.

As for what we need to know, at the level of individual journalists we know very little about those in Africa, the Middle East, and those working in countries with limited or no press freedom such as North Korea and Cuba. And we know little about how sudden political changes, especially from more free to more restricted press systems, affect the work and values of journalists.

We also know little about how international or media such as CNN, BBC, and Al Jazeera have affected the beliefs and val-

ues and work of individual journalists. Related to this, we don't know enough about how different cultural backgrounds affect journalists' understanding of concepts such as "objectivity," "neutrality," "fairness," "balance," "bias," etc., and how religion affects the practice of journalism.

In addition, there still are too few studies that try to link the characteristics and attitudes of journalists – and the attributes of their news organizations – with the kinds of news coverage they produce. There are far more studies that analyze the relationships between the kinds of messages that journalists produce and the effects of those messages, especially the effects on individual persons. We need more attempts to link what we know about journalists with what kind of reporting they produce.

MEDIA ETHICS IN AN AGE OF CONTROVERSY AND CONFUSION

Clifford Christians

*University of Illinois at Urbana-Champaign, USA
cchrstns@ad.uiuc.edu*

In an age of global media technology, we need theories of media ethics that are global and not national or individualistic. If our ethical standards are too narrow and limited, ethics will be ignored by the journalism profession as it is being reorganized. In today's upheavals within the news media, ethical principles that are universal give journalism stability for the future and credibility with the public. One such cross-cultural norm for journalism is the universal sacredness of human life. If academics and professionals together can agree on a standard like that as the overall framework, then there is a basis for working out in detail a media ethics that is robust and relevant. The three ethical principles that are rooted in the sacredness of life are truth, human dignity, and non-violence. While other issues are often considered important for media ethics, these three are the truly important ones.

ACCOUNTING FOR DIVERSITY IN JOURNALISM CULTURES

Thomas Hanitzsch
University of Munich, Germany
thomas.hanitzsch@ifkw.lmu.de

Studies of journalists have shown that differences in political-economic systems, cultural and ideological contexts and workings of media systems have translated into differences between journalism cultures. This presentation introduces a conceptualization of journalism culture as it has been used by the cross-national Worlds of Journalism Study. In addition, empirical evidence will be used to illustrate major cross-cultural patterns of difference and similarity between journalistic cultures around the world. The results show, for instance, that detachment, non-involvement, providing political information and monitoring the government are considered essential journalistic functions around the globe. Impartiality, reliability and factualness of information, as well as adherence to universal ethical principles are also valued worldwide. Various aspects of interventionism, objectivism and the importance of separating facts and opinion, on the other hand, seem to play out differently around the globe. Western journalists are generally less supportive of any active promotion of particular values, ideas and social change, and they adhere more to universal principles in their ethical decisions. Journalists from non-western contexts, on the other hand, tend to be more interventionist in their role perceptions and more flexible in their ethical views.

THE LONG PASSAGE OF HISTORY: THE EVOLUTION OF PROFESSIONALISM AMONG JOURNALISTS AND THEIR INTERNATIONAL CONTACTS

*Kaarle Nordenstreng
University of Tampere, Finland
kaarle.nordenstreng@uta.fi*

Journalism as a profession evolved since the 19th century along with the development of the press as a mass medium and later as an industry embracing not only print but also electronic media. First the profession grew out of political and other advocacy movements and later became institutionalized as a “fourth estate” not only countering governmental and other political forces but also the commercial pressures of increasingly commercial media markets. Journalism everywhere has been predominantly a national phenomenon and also the professionalism in this field has been mainly determined by national conditions. However, media development has taken place approximately at the same time in different countries – at least in regions such as Europe – and there has also been considerable exchanges across nations between the media owners and workers, particularly journalists. The first international conference of “press people” took place in Amsterdam in 1894, leading to the first international union of press association and later to professional unions “Federation internationale des journalistes” (1925) and “International Organization of Journalists” (1946). The history of these international associations and their regional parallels provides interesting insight to the evolution of professionalism in the world – taking us through the two World Wars and the Cold War to the present time on globalization and cyberspace.

CRISIS OF THE FOURTH ESTATE AND RISE OF THE FIFTH ESTATE

*Gregory Simons
Uppsala University, Sweden
greg.simons@ucrs.uu.se*

There has been much speculation about the demise of the fourth estate, whether it still exists or if it does not. A lot of criticism has been directed at the corporate mass media, which is said to serve business and political interests, rather than acting as a check and balance, serving the public interests and good. One of the main problems is found in a certain convergence between political and business interests. This has been recognized in a formal sense as well, with the European Union being lobbied to declare journalism as a public good and to bring transparency in to the spheres of mass media and journalism.

Assuming that in fact we are witnessing the demise of the power of the fourth estate and what it originally stood for, does this automatically mean that there is a new power that shall rise from the resulting vacuum? In some instances, this is certainly not going to be the case. However, there have been numerous subtle changes and events that have been taking place that suggest that at least some of the news consuming public are going elsewhere in order to obtain the information they once from traditional mass media sources. Additionally, there have been challenges by mass media consumers and some journalists themselves, against what they see as the abandonment of ethics in favour of entertainment and profit. Among a number of examples are Second Opinion in Sweden, Media Lens in the United Kingdom, and the Centre for Media and Democracy in the United States.

The means of collecting and disseminating information has also undergone change, especially after the advent of social media and citizen journalism. Although these are not necessarily professional in orientation (training and as a full time profit

making enterprise) they have changed the mediascape and the monopoly on the dissemination of information as news by the traditional mass media has been lost. Therefore the challenge of this new means of information dissemination was not only in terms of breaking the monopoly once held by the traditional mass media and journalism, but also in terms of fulfilling a public need that was not satisfied by corporate media (especially).

Public opinion on trust and credibility felt towards traditional mass media and journalism has displayed abysmal figures and demonstrates that many have lost faith in what was the fourth estate. This may be a reflection on a number of points, the lack of willingness or ability to act as a check and balance in society for public interest/good, and the remoteness of content from public concerns and reality. This situation necessitates that the fourth estate need to fight back in order not to be marginalized.

One of the ways to 'fight back' has been an attempt by corporate mass media to try and coopt and use social media and citizen journalists. There seem to be two broad motivations for attempting this, one reason is related to costs – it is cheaper to use prepared materials, and the other is the need to try and recover some of their legitimacy that has been lost. The 'battle' between the fourth estate and the fifth estate seems to be in the balance and at a crucial stage. Time shall tell as to who shall ultimately prevail.

POLISH JOURNALISTS TWO DECADES AFTER THE COMMUNISM

Bogusława Dobek-Ostrowska
University of Wrocław, Poland
dobek@uni.wroc.pl
www.zksid.politologia.uni.wroc.pl

Hallin and Mancini indicate three dimensions of professionalization – autonomy of the profession, consensus on professional norms, and public service orientation. What does “journalistic professionalism” and “professionalization of journalism” mean in Poland twenty years after the collapse of communism? What kinds of professional skills do journalists have? Is journalistic professionalism well developed, as in Democratic Corporatism and the Liberal Model or is the level of professionalization lower, as in the Polarized Pluralist Model? Does it take an information-oriented form, as in the Liberal model, or a more commentary-oriented or „publicist” form as in the Polarized Pluralist or Democratic Corporatist models?

It could be suggested that Poland is close to Democratic Corporatism or the Liberal model in terms of journalistic professionalism but this is a deceptive opinion. Besides economic reform, democratization, demonopolization, autonomization, and decentralization, professionalization is also crucial to ensuring the free media. While some elements of professionalization are apparent, the tradition of politicized journalism is still deeply rooted. The majority of journalists were and still are today far from the objective; they represent partisan political viewpoints as they are convinced that their civic responsibility requires them to promote what they personally consider to be the best political course for the country. There is no clear answer to the question about what kind of journalistic professionalism is typical of Polish journalists. A mixture of the old and the new. She argues that, on the one hand, a lot of traditional values of journalistic culture have survived up to now, but on the other hand, this culture is evolving and being modernized under pressure from global developments and trends.

SOCIAL MEDIA: CITIZEN JOURNALISM AT THE OLYMPIC GAMES

Andy Miah
University of the West of Scotland
email@andymiah.net

The paper argues that the Olympic Games are a lens through which one can document global changes within media production and consumption. Findings draw on 10 years of ethnographic research at six Olympic Games to reveal the rise of alternative media communities at the Games, which are quickly changing how they are reported. The implications of this are significant for how one makes sense of the media's role within society.

The last 30 years has seen the rapid rise of the international sports industries, which have become global brands with a vast, growing consumer base. This commercialization of sport initiated a shift in how mega-event owners such as the International Olympic Committee managed the media who report their events. Previously, sports event organizers considered themselves fortunate to have broadcasters report their Games, while the 1980s brought about changes that inverted the relationship. Today, media organizations are pursuant of event owners for the exclusive right to report their content. The increasingly attractive and comparatively cheap broadcasting opportunity they present has led to a global bidding war between media organizations, which continues to escalate today. These circumstances were also facilitated by the division of media privileges at the Olympics between *entertainment* and *news* coverage, the latter of which were restricted to reporting a comparatively small amount of content under the privilege of news freedom. This creation of a contractual relationship between journalist and subject has compromised the integrity of media coverage at the Olympics which in part may explain the rise of alternative media reporting.

Over the same 30 year period, the way that many media organizations operate has changed remarkably. Today, media production is characterised by a 24hr news cycle. Multi-channel networks deliver bespoke media experiences for increasingly fragmented audiences. Yet, the mega-event provides a unifying audience experience, due to its unique exclusivity structure. Most sports mega-events can be seen on only one channel within any single territory. Additionally, the rise of digital, online and mobile broadcasting has changed how people consume media in a variety of ways. The recent rise of *social media* environments has become inextricable from these developments and have brought about a collapse in the consumer/producer divide. Equally, IPTV along with Internet ready televisions are creating new forms of convergent media experience. Live spectators in stadiums in possession of broadcast quality devices are now in a position to cover events for their hyper-local communities in a way that challenges the exclusive privilege of media organizations. At the same time, citizen journalists and community media organizations – often consisting of more people on the streets than the media outlet – are well-placed to rival content produced by professional media.

The last 6 Olympic Games articulates the rise of these new journalist populations at the Olympic Games and the future of news production and reporting is likely to challenge the privileged access currently enjoyed by rights-paying media outlets. At the London 2012 Olympic Games and the Sochi 2014 Games, the size of these new media populations is likely to be greater than the accredited media who have paid for the right to cover the Games. As well, the future Games of London 2012, Sochi 2014 and Rio 2016 already indicate how citizen journalists expect to contribute even more to how stories of the Olympic Games are told. On the approach to London 2012, this has led to the creation of a nationwide network called #media2012 which is building independent media centres across the UK that will become a defining part of how the nation engages with the Games. These unique multi-national media experiences also provide a unique opportunity where journalists from different nations come together to share practices.

These circumstances transform how we should make sense of large scale mega-events, whereby they are no longer simply *media event* as Dayan & Katz (2008) would argue, but where they become *media festivals* characterised by the sharing of content between live and remote fans across multiple online platforms. In these circumstances, certain aspects of the rights holding broadcast production become less relevant, forcing organizations to reconsider how they report mega-event journalism. While this may sound like a troubling state of affairs for broadcasters, there is already evidence to show how journalist practice has changed to account for these changes in how audiences have shifted away from being mere consumers of media to being media actors. Today, data driven journalism, user generated content and the relationship between journalists and their audiences already suggests how citizen media are becoming an increasingly important part of the news gathering and distribution process. Highly organized examples of this include the Huffington Post, which consists of a vast community of public intellectuals who contribute to the site's primary content, or the UK's Guardian newspaper's Comment is Free infrastructure. While broadcasters have been more reluctant to share screen time with citizen broadcasters, user generated content from popular social media sites such as YouTube, Facebook or Twitter have become increasingly familiar aspects of news reporting.

However, the implications of these changes for the Olympic Games are perhaps less clear. While the creation of a more democratic, citizen journalism community could allow the Olympic movement to recapture the values that are articulated within its Charter, as a social, humanitarian movement, the present financial conditions of the organization that are reliant on the revenue generated by media contracts was borne out of a situation where it previously faced serious financial uncertainty. The vast network of the Olympic family – including many nations with limited financial means who receive support from richer nations – would be jeopardized by a collapse in the present arrangements that guarantee media exclusivity via multi-Games

contracts. Consequently, the IOC will either need to find a way to re-monetize its digital assets to mitigate for any lost funds, or media organizations will need to find a way to work with citizen journalists in producing co-curated Olympic media experiences. Yet, the bigger challenge for the Olympic infrastructure will be the decentralization of media reporting that is implied by citizen journalism, which has implications for how reporters are accredited and regulated, along with how they are supported financially. While the role of the professional, full-time, employed journalist is unlikely to disappear, the needs of the job are likely to change considerably to adjust to the change in how media consumption takes place.

RE-INVENTING COMMUNICATION: FROM SAGAS TO TWITTS

Andrey Korotkov

State Institute of International Affairs (University), Russia

korotkov_a_v@mgimo.ru

korotkov.andrei@gmail.com

The ability to communicate is a distinctive feature of living subjects. This ability became one of the major tools of adaptation and adaptability in the course of natural selection and evolution. Paleoanthropologists believe that the early representatives of the genus *Homo* had verbal and nonverbal communication skills. In fact, people of late Mesolithic and early Neolithic ages left us ample evidence of using different kinds of visual signs and symbols.

Human brains possess the ability to handle the data, or objective (*primary*) information, transforming it into subjective (semantic, or *secondary*) information.

The information theory founded by C. Shannon says that information is “removed uncertainty”. Subjective information shows the semantic content of objective information and the material world’s processes. It is formed by the consciousness of individual and semantic images (words, images and feelings) in the self-communication process.

The information about the world around us can turn into knowledge if it is separated from the carrier and is repeatedly reproduced by other actors of communication. The main difference between knowledge and subjective information lies in the structure and activity, the opportunity for new facts to appear on this basis or organizing new communications that can become a basis for decision-making. Knowledge is fixed in images and signs of natural and artificial languages.

At the early stage of human development, knowledge was orally transmitted in the communication process from one information carrier to another. The most ancient forms of oral cre-

ativity indicate: the ordinary, intuitive, religious and other kinds of knowledge can be interlinked.

The ancient breeding of patrimonial organizations led to their cultural variety. With the emergence of separated cultural communities, communication of these *messages* in certain cases could be simplified to a symbol or a sign, which was clearly indicated by the carrier of a concrete subculture.

Both in *transactive memory phenomenon* (D. Wagner's and B. Sparrow's researches) and in modern communications we observe a "reduction" of the communication message. It is "cut" to a symbol or a sign, when the author of the communication message addresses not to the information but to the "folder" (analogy to the computer) with the kept information. Examples of such messages are SMS sub-language and messages in Twitter (twitts). Their form as a matter of fact represents a catchline (an attractive headline). Re-invention of communication becomes a new interdisciplinary field of research in the epoch of globalization and searching for the universal language of international dialogue (*lingva franca*).

NEW BRANDED MEDIA: THE FUTURE OF JOURNALISM

*Anastasia Alekseeva
Lomonosov Moscow State University, Russia
stasy.alekseeva@gmail.com*

In the age of Web 2.0, advertisers needed the mass media to increase the number of potential consumers because they did not have their own channel of promoting and marketing. The mass media were the only way to communicate with different audiences. They were the only institution which could create a high quality content product. And advertisements formed a superstructure on it. In the Web 3.0 era, advertisers do not need intermediators any more: they are able to contact consumers directly through social networks. Once built on the Internet, they have dramatically changed the way the mass media work, their core values, their audience and the way to reach it. Social networks are time killers for internet users of all kinds: school-children, young adults, students, mid-level managers, officers and more often for the prosperous audience, which is extremely attractive to any mass medium.

Russia is one of the most 'social' countries. As PricewaterhouseCoopers and ROMIR study'2009 has shown (<http://gtmarket.ru/news/media-advertising-marketing/2010/03/15/2538>), 26% of Russian citizens are ready to use social networks as the main source of information about goods and services for the reason they trust other users' opinion more than they trust ads. According to Pew Internet and American Life Project in 2009, 59% of Americans read news both in the traditional media and on the Internet. One citizen in ten reads the news only in the Web. More and more companies and brands hire SMM professionals to promote products in social networks to avoid the traditional media.

Senior Vice President, Strategy & Marketing, Ogilvy 360 Digital Influence Rohit Bhargava pointed out in one of his in-

interviews: “Brands cannot address the audience with simple marketing messages any more. They have to create content.” Therefore, we can state that brands perform the duty of the mass media by creating and distributing content. For example, to promote Hellmann’s mayonnaise, Ogilvy PR agency has launched an original culinary TV show; to promote a popular men’s deodorant Old Spice, Procter & Gamble Corporation used both YouTube and Twitter channels to establish a bilateral communication between the brand and consumers. They asked a brave ads hero in Twitter how to be a real man and he replied in every new video on YouTube creating full-fledged media content. To promote its new N8 mobile phone, Nokia has done an excellent 8 minute video adventure story with Pamela Anderson as a bit player. The movie was done by mobile phone camera and gathered many hundred thousand reviews on YouTube. Even the popular football player Andrey Arshavin has an official website looking like a real mass medium, where fans can find Andrey’s interviews, blog posts, game schedule, and talk to him in the forum.

One of the brightest examples of branded content is Red Bull Media House (<http://www.redbullmediahouse.com>), whose goal is to “provide content and channels of outstanding quality to excite consumers.” It operates a TV station, one of the most innovative online consumer platforms, prints one of the biggest magazines in the world, and launches mobile operator services. The House produces documentaries, movies and even music all around the globe.

Rich brands have enough money to create attractive content, and new technologies give them capabilities to do that in a way the traditional media have always done. ICT make media formats available for everyone. The main difference between brands and the mass media lies in their goals: the mass media create content and cash on ads. Brands create services and goods and cash on them. Brands do not need to fight for ads, and this enables corporations to experiment as well as to hire the best professionals from the media industry. The former editor-in-chief of the Finance magazine Oleg Anisimov, now a vice

president of Tinkoff bank, is responsible for its internet strategy. The former head of RBK media holding Oleg Rovensky is the vice president of Sberbank. The former head of Afisha publishing house Ilya Oskolkov-Tsentsiper is in charge of Strelka Institute for Media and Design. The shift of human resources from the mass media to other spheres may turn out to be problematic to the industry (according to media expert Andrey Miroshnichenko).

By now, the only problem for brands-as-media in communicating with consumers is the challenge to create personalized messages. According to Ilya Oskolkov-Tsentsiper, brands are still unable to target messages in accordance with users' individual interests. But the Internet as a whole already does this. Linking branded communications with targeting will be advertisers' greatest dream.

So we can see that content creation is becoming an increasingly important way for businesses to drive traffic to their websites and to generate leads. Today publishing and getting content in front of an audience is literally only a few mouse clicks away. Traditional media companies are becoming less and less effective in reaching these audiences and it is becoming very easy for businesses to reach their customers directly. The old media are concerned about ads income slipping through their fingers. They insist that only media professionals and not the brands can maintain the high quality of journalism. But the mass media already publish a large share of paid content and advertorials, while the brands were frank from the very beginning.

TRANSFORMING JOURNALISTIC CULTURES IN RUSSIA: RESEARCH PERSPECTIVE

Maria Anikina
Lomonosov Moscow State University, Russia
maria-anikina@yandex.ru

This paper represents a research viewpoint on the problem of journalistic cultures taken in a historical perspective and reflecting the modern situation with the professional culture of Russian journalists in the international context.

The study of journalistic cultures in decennial intervals from the beginning of XX century provides enough data to make some comparisons. Thus, in the 1920s, when the first steps in journalistic research were made, they were caused by the necessity to get information concerning newspaper staff and – finally – to staff editorial boards with qualified professional journalists.

After a long break in media (and any other) sociological studies in the middle of the century, the revival of sociological research took place in the 1960s. Unique research institutions incorporated into mass media structures were established, and the studies acquired different status. Sociological interest in the field of journalism and media also touched upon concrete types of periodicals (for instance, studies of the local press were held in the 1960s).

One of the biggest projects (the so-called *Taganrog project*) was realized in 1969-1971. It was a complex sociological research combining different research procedures – such as a media audience poll, a publishers' poll, content analysis of materials and correspondence and a journalists' poll.

Later, in the 1970s, the portrait of journalists was supplemented with new features linked to the future prospective of media professional and education of journalists, which was quite new for the sphere of media studies and is still very urgent today.

In the 1980s, work with editorial correspondence, relations with the audience and free lancers, the role of sociological research in editorial practice, effectiveness of media materials and texts became the topics of research in media sociology. With social and political transformations and the serious changes in the media system the spectrum of research projects slightly changed, e.g. diverse media channels were studied (TV and radio research “Prospects for television and radio development” was conducted in 1990). The continued increase of local media significance caused a new period of local press research. It is important to point out the research activity in the international context (for instance, Russian-American media studies).

The new century puts a wide range of research questions and defines new horizons of research. Information and technological development leads to the widening of research scope, the appearance of new thematic streams and the revision of methodological approaches in the studies.

But some aspects dealing with professional culture of journalists still stay acute. Basing on the surveys conducted in the past 10-15 years, it is possible to draw the portrait of modern Russian media professionals based on polls data and speak about professional standards of Russian journalists (such as objectivity, impartiality, honesty, efficiency, responsibility, reliability, accuracy, precision and the like).

RADIO *EKHO MOSKVY* AS A PHENOMENON OF CONTEMPORARY BROADCASTING JOURNALISM

Bolotova Ludmila

Bolotova Ekaterina

Lomonosov Moscow State University, Russia

bolotovald@gmail.com

More than 20 years ago, a new era in the development of Russian broadcasting began. Now the commercial radio sector consists of more than 50 musical and news stations (in Moscow alone). But the radio *Ekho Moskvy* holds a special position in this sector.

Ekho Moskvy began broadcasting on August 22, 1990. Its founders wanted to create a completely new product in the domestic output – fast, dynamic, independent radio that responded in its information policy to the public interest but not to the directives and restrictions of the authorities and party leaders, established standards and stereotypes of broadcasting. First and foremost, it focused on complete audience awareness of the current affairs and the prevention of important news blackout.

Muscovites received a high quality radio station which made a breakthrough of the information blockade. The audience appreciated lack of formal tone on air, the immediacy and disengagement of the presenters, the comfortable atmosphere of discussion and dialogue for the audience and the guests, the conversational style of its news bulletins.

Ekho Moskvy began as an author's radio with the slogan "Free radio for free people" being implemented. Each presenter became an absolute master of his program; he chose the guests and the topics for conversation. Fundamentally new was the highest degree of confidence to colleagues, hence a degree of creativity freedom, which was demonstrated already in the early years of the young station's existence.

Reliable, swift and comprehensive information is a trademark of *Ekho Moskvy* radio station. In the times of crisis in the country's and the world's history, one could see the advantages of the mechanism

for receiving, processing and delivering information to the listener created by *Ekho Moskvyy*. The entire work process of the station is being rebuilt, the normal schedule of broadcasts is being interrupted, news goes on air as soon as it comes – including messages from domestic and foreign agencies and exclusive information from eye-witnesses of the events found by the *Ekho Moskvyy* staff.

Along with the traditional information providers, *Ekho Moskvyy* is widely using blogs as a source of news. Such kind of information provided not by journalists themselves is extremely valuable when for some reason a professional is unable to fall into the epicenter of the event.

The evolution of *Ekho Moskvyy's* program policy is related to the objective changes in the mass media system in Russia, the development of new technologies and, above all, the Internet which has turned out to be the fastest medium. News from the websites is available for more and more people in the world. Thereafter the role of radio in modern society is also changing. This is why the radio station *Ekho Moskvyy* as a response to modern challenges has significantly increased the number of analytical and interactive programs while developing and improving the official website which allowed an extensive use of opportunities offered by the Internet. Nowadays *Ekho Moskvyy* works in the format of news/talk/opinion station offering its audience topical news and quality analysis in multimedia formats.

For example, a new joint multimedia project “Military Council” appeared recently on *Ekho Moskvyy* and the TV channel *Zvezda*, where leading military experts discuss real problems of the Russian armed forces. On Saturdays, the radio broadcast goes on air and the next day it appears on TV.

In January 2010, together with *RIA Novosti* agency, *Ekho Moskvyy* launched a new historical project “Caution, history!” – a weekly program with the participation of historians and journalists. This is a discussion on various historical events, facts and figures.

On *Ekho Moskvyy* website, you can find blogs of the staff journalists and other domestic and foreign experts, prominent political figures from around the world – altogether more than two hundred bloggers. The website allows you to watch live video

broadcasts and photos, participate in discussions and debates, polls and quizzes, ask your questions to the guests, read the articles and documents that have no direct relationship to the station but are of big public interest.

*Ekho Moskv*y website is among the ten most-cited Internet media with a monthly audience of over 800 thousand people (about 7 million page views).

The website www.echo.msk.ru with its variety of services – online broadcasting, video broadcasting, podcasting, different kinds of blogs, sound and text RSS archives, solutions for mobile phones and PDA versions etc. – is a multimedia portal that meets modern standards of the global media industry.

It is important to note that the range of issues raised in the programs of the radio station is extremely wide – culture, science, economics, history, the Russian language, sports, music and many other topics are being covered. The programs meet high educational standards.

In fact, *Ekho Moskv*y radio station plays a role of a public broadcaster, which does not actually exist in our country. Obviously, there is a need for such a broadcaster in society. High ratings of the station both in the capital and in the country serve as a pure evidence of it.

*Ekho Moskv*y is a highly popular and influential media outlet abroad as well. At least its citation index in the Western media is higher than that of the federal channels. In February 2009, *Ekho Moskv*y ranked first amongst the radio stations in terms of their citation index in the Russian federal mass media, according to the *Medialogy* research.

It must be admitted that *Ekho Moskv*y is more than just one of the Russian radio stations today. It is a cultural, informational and political brand. *Ekho Moskv*y is a school for broadcasting journalists respected and recognized by its colleagues. *Ekho Moskv*y has a unique editorial programming, which cannot be confused with that of any other radio station. This uniqueness makes *Ekho Moskv*y the brightest element of the contemporary media landscape in Russia.

CONTEMPORARY DEVELOPMENT OF DOCUMENTARY CINEMA BY MEANS OF INVESTIGATIVE JOURNALISM

Renate Cane

*School of Business Administration Turība, Latvia
renate.cane@gmail.com*

January, 1987. The Moscow movie theater *Rossiya* starts screening the only copy of “Is It Easy to be Young?”, a documentary film by Yuris Podnieks. For the first time in the history of Soviet documentary cinema, there are kilometres of queues to get tickets, and interest in this film grows day by day. The title of the film quickly settles into the lexicon of the public as well as journalism; soon many newspaper articles and journalistic reports start with the words “is it easy to be...”.

28 million viewers watched the film in the Soviet Union during the following year, and later it was screened in more than 80 countries. The previous time documentary cinema had faced such a surge in interest had been in 1965, when Mikhail Romm’s film “Ordinary Fascism” premiered, providing competition for even the most demanded feature films of the time.

Nowadays such a situation seems utopian – documentary cinema has moved from cinemas to TV screens and the Internet, now available to most viewers. Younger generations only know documentary cinema in this format, and hardly any of them have seen documentary screenings in the cinema.

The development of television as a medium has greatly influenced documentary cinema since the 1960s, not only because TV became a competitor and thus cinema audiences decreased as people chose to stay at home and watch movies on the television screen. More importantly, the structure and social functions of documentary cinema changed along with the emergence of TV. Newsreels – an important and influential genre of documentary cinema -lost their value, because television was able to deliver topical news in a more operative fashion. Thus, newsreels and short (10-20-30 minute long) documentaries

shown before feature films in cinemas slowly disappeared and were replaced by full-time feature documentaries. However, in order to interest people in going to the cinema to see them, such films either had to cover very topical social processes (for example, films by the Latvian director Ivars Seleckis, “The Woman We are Waiting for”, “Wanted: a Man and the Crossroad Street”, which became popular throughout the Soviet Union; also the aforementioned “Is It Easy to be Young?” etc.) or be about scandalous events (for example, Herz Frank’s “The Last Judgement”, filmed in the death ward of a prison). Propaganda, preaching or boasting of the Soviet triumphs was not enough to “lure” viewers into the cinema anymore.

Over years, this documentary film tendency – discussing topical societal problems, reviewing important social events – has established itself even more, which was dictated not only by artistic merits or a sense of mission by the author of the documentary, but also by practical reasons, that is, the goal of getting high TV ratings and attracting audiences. In order to achieve that, the role of a journalistic genre called ‘investigative journalism’ has been increasingly influential in the field of documentaries, and even new genres have developed, such as *cinema journalism* (for example, Davis Guggenheim’s “An Inconvenient Truth”, a documentary shot in the style of a TV programme, which explores Al Gore’s campaign about the causes and consequences of global warming; in 2007 this film was awarded an Oscar) or *TV documentary* (for example, the BBC film “Behind Bars” by Stuart Cabb, where the famous investigative journalist Louis Theroux explores a notorious American prison, San Quentin; the film was viewed by 5.81 million viewers on the day of its premiere on BBC Channel Two on the 13th of January, 2008).

Nowadays every established and serious television company staffs journalists who create documentary films based on investigative journalism, and thus it is difficult to separate journalism from documentary cinema. For example, BBC has several famous investigative journalists who routinely create documentary films about socially important issues as well as educational topics, such as popular science. TV viewers anticipate

these films and often watch them because of the name of the journalist, who has, in a sense, become a brand guaranteeing an interesting topic, professional and artistic quality, a compelling narrative etc. This signifies another tendency in contemporary documentary cinema – films have become more personal, the author of the film stays in front of the camera, he states his opinion about the events witnessed by the viewers; these are all characteristics of investigative journalism as well.

There are a lot of high-quality investigative journalism examples in documentary cinema. For example, films by Gavin MacFadyen, who is the director of London Centre for Investigative Journalism, have explored such topics as the distribution of nuclear weapons, child employment, torture of political prisoners in Turkey and Bolivia, neo-Nazi violence in Britain, criminal circles in China, Watergate, Frank Sinatra and The Mafia etc. These films have been available on the most popular TV channels for decades all over the world. Michael Moore, an American journalist and documentary film-maker also deserves a mention with such socially sensitive films as “The Big One”, “Bowling for Columbine”, “Fahrenheit 9/11” and others. His films have gathered huge audiences in front of TV screens, and the most scandalous ones even “lured” viewers back into cinemas, where the films were viewed by millions all over the world.

Just as difficult it is to separate documentary cinema from journalism in the creative work of the Russian journalist Leonid Parfyonov, who has created over 20 excellent, highly artistic and investigative documentaries about important personalities and important events in the history of Russia; these films have been distributed through many Russian TV channels.

All these examples signify the close ties between television and documentary cinema, where TV is not just a distribution channel for documentary films to reach their audiences. Television has become an initiator of creating documentary films, even giving rise to specific TV channels dedicated to documentaries; for example, *Discovery* channel, which mostly shows films on history, science, technology, nature and animals and is watched by 431 million viewers in 170 countries every day. They also

merge the boundaries of journalism and cinema when it comes to reporting on different topics.

Conclusion

Nowadays there has emerged a strong connection between television as a mass medium, the genre of investigative journalism as a research tool, and documentary cinema as a means of presentation. By joining TV and cinema research, a modern interdisciplinary product has resulted, which serves social, informative, educational and entertainment functions, with entertainment often being the most prominent, given the nature of television as an entertainment medium. These functions, however, tend to overlap and interact with each other.

This emergence of an interdisciplinary product (and contemporary documentary cinema can be viewed as such) has also strengthened the convergence of investigative journalism and of cinema as a screen culture (rather than art). The benefit from this convergence is double-sided: investigative journalism brings topicality and content to documentary cinema, while documentary cinema brings means of expression to investigative journalism. The visual language of cinema helps the research of journalism become visually appealing and more compelling, as well as often brings an artistic quality as well.

COMMEMORATIONS: THE BATTLE OVER MEMORY

Mihai Coman
Universite Stendhal, Grenoble3, France
College of Journalism and Mass Communication, Bucarest
University, Romania
mcoman53@yahoo.com

Anthropologists, historians, sociologists and political science professionals who have dwelt on the “anatomy” of commemorations, consider that these are varied and may be categorized, according to time as a criterion, as periodical commemorations and exceptional commemorations. The former are associated with complex rituals (national days, annual events) that are essential in the life of a community, whilst the latter are engendered in times of crisis, owing to the need to awake the awareness of some certain identity by evoking an epitomized event or personality.

This political, social, ceremonial system restores with the commemoration calendar, a certain Past assumed as History and as an Identity criterion (group, ethnic, national identity). Manufacturing an official memory, that is, constructing an event as an “objective” fact in history, is primarily based on the capacity of rites to provide meaning to and to “naturalize” certain social constructs. The reiteration of commemorations and the symbolic discourse that is disseminated (by the press, by opinion leaders, by art products, by state authority, by schools’ curricula, by church etc.) grants coherence to a certain representation that simultaneously refers to both the past and the present.

At the same time, however, political confrontations do not vanish – in fact, they become obvious at the level of social memory that is specific to various community areas; this phenomenon may lead to constellations of various interpretations (the same commemorated event may hold various meanings for various groups) or opposed ones (to a “founding” event another

one is opposed, as the latter denies the values of the former and asserts another view on community history and identity). The battle over memory by means of ceremonial instruments involves a reconstructing and symbolic re-asserting effort to create an official version of national history, a never ending effort, constantly re-approached on each performing ritual, and amplified by the negotiations of different agencies creating symbolic elements that institutionalize the meaning of that very founding moment. Throughout this game of perpetually inventing tradition, media events play an important part.

After the collapse of communism, all of these countries worked to (re)create their identity, which meant (among other things) inventing new traditions, replacing the communist tradition and symbolic systems, which themselves had been designed just 40 years earlier to replace the local and national symbols, myths and rituals. Little about the post-communist transition has been easy, including the construction of new public rituals. This is a problematic and sometimes painful process. Each change of public systems of rituals, especially of political rituals (national days, electoral ceremonies, processions and parades, inaugurations, commemorations etc.) can involve proposal, contestation, acceptance, renouncement, adhesion, frustration, and the like – all highly mediatised – while this ongoing process is constructing new political identities for the citizens, who become the actors of the process going forward.

In the past decades, the evolution of media studies, political sciences and cultural anthropology has seemingly questioned the Habermasian “canonical” model of the public sphere and of communication forms specific to it. And, implicitly, they have challenged the axioms forming the basis for many theories referring to the mass media and their role in society. These processes have generated a great deal of criticism, especially from media scholars inspired by the Frankfurt School, as well as challenging attempts to interpret the phenomenon, especially from media scholars familiar with cultural anthropology. The project I would like to develop here is based on the premises that the public sphere is built not only on rational and logically articulat-

ed debates and that the media, as well as the public sphere, involve, as their constitutive elements, symbolic thought and symbolic forms (narrative, mythical, ritual and religious constructs). That places the mass media at the core of the process of social construction of reality, as institutions that generate specific discourses and logic. The products incorporating such values are distributed to the public, debated and assumed by it as edifying images about the world, understandable in themselves, in agreement with its expectations, norms, hopes and fears.

DIFFERENT JOURNALISTIC CULTURES AND NATIONAL IDENTITY IN LATVIA

Ainars Dimants

*School of Business Administration Turība, Latvia
dimants@latnet.lv*

The aim of the paper is to publish the results of the research project provided by Institute of Philosophy and Sociology of University of Latvia “Formation of consciousness of national identity after the re-establishment of independence in Latvia: tendencies and factors” and financed by the Latvian Council of Science. The project included several in-depth interviews with different actors about the Latvian language and Russian language media impact on the formation of national identity in Latvia.

According to the results of the survey (2008) and of the whole study including more than 15 in-depth and standardized interviews with owners, publishers and editors of the biggest national and local Russian-language newspapers (years 2007 and 2010) as well as some previous studies by other communication researchers, there are different media strategies used in different journalistic cultures.

The author identifies three journalistic cultures with different impact on the formation of national identity in Latvia.

The first one, modern, or Western, journalistic culture, is characterized by separating news from commentaries of editorial staff, editorial autonomy from the publisher or owner, corporate social responsibility of media ownership, the main capital in the long-term being the credibility of journalism and high quality media content. This culture is mostly represented by the Latvian-language media.

The second one, especially characteristic of the Russian language media in Latvia, is Russian, or Russia's, journalistic culture, which does not separate news and commentaries and offers more possibilities for political manipulation, also towards Russian national, not merely ethnic, identity.

The third, authoritarian, or post-Soviet, journalistic culture, where journalism mostly performs an instrumental and not an independent role, and the mass media are not autonomous from the political and economic subsystems of society, is widely spread both in the Russian- and Latvian- language media in Latvia.

FAIRNESS AND ACCURACY IN WRITING ABOUT RELIGION – TOO HARD A TASK?

*Anna Danilova
Lomonosov Moscow State University, Russia
anndanilova@gmail.com*

Over the past few years, religion has increasingly acquired media attention, especially with the evolution of the Internet. Priests not infrequently comment on all kinds of news agenda, attend various talk-shows, write articles. However, nearly any news break is accompanied by dramatic misunderstanding between religious leaders and journalists.

The Russian Orthodox Church has definitely become the principal newsmaker, the main spokesperson and star being archpriest Vsevolod Chaplin. Over the past few months, several comments he made to the press have turned into massive polemics in nearly all editions and talk-shows.

However, much of this scandal could have been avoided if journalists had read and cited many of his words more carefully. A good example of such a discussion was in a series of articles titled “The ROC intends to forbid Marquez and Nabokov”, which gave a detailed story of how the archpriest Chaplin protested against the books dealing with pedophilia propaganda. However, it was not Chaplin but one of the journalists who asked about the authors and turned a rather vague answer into a scandal. Many more examples of the kind can be listed here.

The sequence of events leading to the media collapse can be the following. First, a comment is made on a local level – a letter, an article or a program in the media. Then a number of news agencies write about it sharpening the title in order to get more hits and more traffic. Then the second row of editions turns the headlines into news and other sites start writing about this snowball of information. Here usually translation into English is done and a number of talk-shows discuss all this. Finally, a

big scandal breaks: a comment on a pedophilic book turns into a vast anti-literature campaign.

On the other hand, the Orthodox Church also lacks the art and culture of polemics: all the laws connected with society are thoroughly discussed in the Orthodox media, where criticisms sometimes involve comparisons with Hitler.

The culture of reading and disagreeing in contemporary journalism seems far from being high, and the religious environment makes otherwise quite calm discussions very dramatic indeed.

POLISH JOURNALISTS AND NEW MEDIA: MAINTAINING PROFESSIONALISM OR DEPROFESSIONALIZATION?

*Bogusława Dobek-Ostrowska
University of Wrocław, Poland
dobek@uni.wroc.pl*

*Michał Głowacki
University of Warsaw, Poland
michaleg@gmail.com*

The development of new media platforms and players together with the growth of citizen journalism has change the nature of journalistic professionalization, making it more complex, fragmented and interactive. The editorial independence, requiring in particular the absence of political interference or pressure and a sufficient level of independence from the market, continues to be a priority but needs to be complemented by a wider discussion on the new roles for journalists caused by new technologies.

Precious few attempts, not to say no, have been made to analyse the development of Polish journalism from the perspective of technology. Hence, as a part of the international research effort entitled “Journalism in change – professional journalistic culture in Poland, Russia and Sweden”, the paper provides pioneer work in analysing the development and impact of new media platforms and players to the level of journalistic professionalization in Poland. On the basis of available literature, interviews with media experts as well as a survey conducted with selected Polish journalists several trends have been observed.

Hence, the paper deals the development of new technologies, Internet users` culture as well as the level of journalism professionalization in Poland. In addition, it defines and underlines the role of innovative instruments that have already had an impact on the journalistic profession in newsrooms around

the world. An in-depth study of practices that may be observed in the case of Poland helps to define the journalists' attitude towards production transparency, user generated content as well as interaction with contemporary publics. How the Polish journalists use the new technologies to gain news and inform their users on the processes of their production? Do they publish the mission statements, codes of journalistic conduct or information on the company's ownership in the online space? Do they provide the opportunity to comment on the news or correct them, if necessary? Do they engage publics in the process of content creation and respect the copyrights? And most importantly, do the new instruments and practices help to contribute to the building of innovative, democratic, open and participatory-oriented media structures?

To this end the paper makes attempts to map the most characteristic features of the Polish case in the region of Central and Eastern Europe. The technological factor connected with the relations between media and politics and economy helps to redefine the level of journalistic professionalization in Poland. What kind of changes need to be made to meet the complex and challenging roles of journalistic profession today? And finally, what is the future of journalism in the fast-changing information society?

JOURNALISTIC CULTURE OF RUSSIAN TV POLITICAL OBSERVERS: CONDITIONS FOR FORMATION

Yulia Dolgova
Lomonosov Moscow State University, Russia
y_dolgova@newmail.ru

The journalistic culture of Russian political observers has been taking shape since the mid- XX century. During this period, the basic principles of Russian television political journalists' work have been formed. We would like to analyze the main conditions for the formation of this journalistic culture.

It is necessary to note that all over the world politicians try to impact the work of political journalists. Some of them are successful in their attempts, some are not. In the Soviet Union, arising television journalism was, from the very beginning, completely controlled by the Communist party.

First of all, the activities of the first television journalists were inevitably influenced by the existing totalitarian regime. Russian television of the late fifties and early sixties can be regarded as a real mass medium. In this period, the number of TV sets exceeded the main Russian newspaper's circulation. At the same time the government paid attention to television.

The governmental decision on January 29th, 1960 «About further development of Soviet television» showed that thereafter Russian television journalism would be developed under the strict control of the Communist party. Initially, there was nothing bad in it. The governmental decision obliged ministers, leaders, heads of various organizations to appear on TV. A documentary film studio was to be created and many other things were to be done as well. Here, Soviet television journalists demonstrated for the first time their capability to do reporting on really interesting people and events. Such a journalistic function as informing the audience was quite important during this period.

In the seventies, the introduction of magnetic recording and, which was very important, the end of the political thaw led

to the toughening of political censorship. During this period, political television journalists were allowed to present only the official treatment of events in the country and all over the world. The duty “to verify facts” was not obligatory, the duty “to report facts truthfully”, in certain cases, could be harmful. During this period leading television political observers formed a small exclusive group whose members had a number of privileges and an opportunity to directly communicate with the head of the country. Their texts were not always censored because they possessed strict self-censorship of their own.

The reorganization of the mid-eighties brought the relaxation of political censorship. The huge indivisible complex of television and radio accepted new trends with difficulty. According to the author, the main value which was gained by political TV journalists during this period was the comprehension of the possibility to express the viewpoint different from that of the state or at least to keep silence.

After the year 1991, censorship and supervising institutes were abolished. The fast distribution of standards of independent political journalism on the huge territory of the former Soviet Union was promoted by schools of regional television journalism.

Nevertheless, there was a very short period when Russian television political journalists were really independent. New political players began to supervise work of television political journalists by means of economic tools.

Analyzing the sociopolitical attitudes of Russian journalists in the period of the first post-Soviet election campaigns of 1993-1995, the Russian researcher of the mass media I. M. Dzaloshinsky wrote that at the purely verbal level most of them were focused on Western values of democracy in politics and liberalism in economy. At the same time, the analysis of the mental structures of consciousness of Russian journalists showed that many of them “were not much alien to socialist ideology”.

Most likely, Russian television political journalists did not have enough time to acquire the standards of independent political journalistic work.

Since 2000, various forms of control over political journalism on television have appeared. Television political journalism now is again supervised mainly by the head of the state. Official censorship is not present, but there is strict self-censorship. The one who does not want to politicize chooses entertainment and infotainment. It is necessary to note that entertainment is a popular universal trend.

The situation does not seem good. Despite that, the conversation with Russian television journalists has shown that Russian political observers possess some of the universal standards of journalism, at least, at the verbal level. Let us look at what they say about their work (2005).

“The journalist’s major goal is educating people, trying to expand their consciousness, teaching them to see more details and read between lines, to really understand politicians’ actions”, – the speech of the Russian television political observer Vladimir Chernyshev (*NTV*) totally fits the theory of social responsibility. “We give people the information which is not invented and not garbled. The information can be sad, but it is objective by its nature,” another Russian political journalist Dmi-triy Novikov (*NTV*) says after Vladimir.

Today Russian journalists are constantly under the pressures of audience ratings and political self-censorship. However, maneuvering between these Scylla and Charybdis they remember about the main objectives and values of their professional work. Unfortunately, sometimes they only remember.

NEWS CONTENT SHARING IN CONVERGENT AUSTRALIAN NEWSROOMS: THE ETHICS OF ONLINE REUSE CULTURE

Tim Dwyer
University of Sydney, Australia
timothy.dwyer@sydney.edu.au

Media content-sharing – between co-owned-titles and platforms, affiliate publishers, licensees and users – has accelerated with digitalisation and internetworking, and now underpins the economic sustainability of a multichannel mediascape. Print news organisations in particular have seen an intensification of content-sharing between print, web and mobile platforms. Digital news stories are now duplicated and redistributed across various arms of these news organisations, repurposed for different platforms or reused in subsequent stories. Search engines and aggregation tools reveal that news publications commonly republish the same news agency and media release copy.

These shifts highlight a key information gap for regulators in convergent environments. While many nations are concerned to support ownership plurality to ensure media diversity and democratic process, it is now unclear how source and content diversity might be understood or evaluated as news-sharing and structural concentration increases (Dwyer and Martin, 2010). This is partly because there have been few systematic studies examining both the scope and practices of online content-sharing within news organisations.

This paper reports on such a study of online news sharing in Australia's two largest print news companies: Fairfax Media and News Corporation. Between them these companies control over 88 per cent of the national print media market and are significant presences in the online news market with their Fairfax Digital and News Digital Media networks. Based on workplace interviews and observation, the study outlines the comparative systems and practices of news-sharing in each organisation,

based on data from eight metropolitan web publications. This qualitative research is complemented by an innovative data analytics strategy which allowed content analysis of news-sharing frequency and flow between co-owned online publications. The strategy, which involved using RSS feeds and web scraping to monitor daily top and national news flows from each publication over three months, enabled the researchers to establish comparative 'source' data as well as information about story origination, republication and modification.

The paper outlines a model for tracking and interrogating changes to online news-sharing in convergent newsrooms over time. This model, which examines factors such as shifts in geographic flows of information, raises questions about how we might reconceptualise diversity regulation principles for a convergent media and communications environment. Using this comparative production and content analysis the paper considers the ethical implications of online news content-sharing practices in Australian print media organisations.

ETHICS IN JOURNALISM AND SOCIAL VALUES IN A PERIOD OF SOCIAL TRANSFORMATION

Inessa Filatova
Lomonosov Moscow State University, Russia
filatova.inessa@gmail.com

With the approach of the information age, the establishment of an effective self-regulatory system for the media is of particular significance. The values and ethics of a professional group form the basis for self-regulation. The moral principles of journalists, as a professional community, establish the main aims of journalism and define acceptable means of achieving those aims. Professional standards of ethics are closely connected with the dominant values in society.

In the past twenty years, Russian society has undergone a big transformation: enduring a loss of ideals and trying to create a new system of values in all spheres of social life, including politics, economics, education, culture etc. More recently, the global economic crisis forced society to re-examine its values again.

These processes have also affected the Russian media. The Code of Conduct for Russian Journalists and also a whole host of other codes, including the Charter of Broadcasters, appeared in the period between 1993 and 1996. In 1998, the Grand Jury was established as the first organ of the media industry's system of self-regulation. In 2005, the Press Council was founded, which was modelled on the British Complaint Commission. These different bodies serve as evidence that the professional group tried to establish some kind of system of self-regulation.

However, according to some media actors, there are still few media market players who are ready to implement the decisions of such regulatory bodies as the Grand Jury or the Press Council. In other words, there are few media professionals in Russia who are ready to accept moral responsibility for their professional activities. This shows that on the one hand, there

is a lack of unity within the journalistic community, and, on the other hand, there is no common idea of what professional standards should be. Thus, we can conclude that there is a contrast, perhaps even a conflict, between the values of journalists (which may be inconsistent in themselves) and the existing professional ethical standards.

Therefore, an examination of the relationship between dominant social values and journalistic standards and ethics may contribute to having a clearer conception of the modern Russian mass media system in general, and, in particular, inform the development of more effective mechanisms of media self-regulation. Cases brought before the Grand Jury and the Press Council serve as both appropriate and representative data for such research.

AUTONOMY AND JOURNALISTIC CULTURE THREATS AND OPPORTUNITIES IN A COMPARATIVE PERSPECTIVE

*Jöran Hök
Södertörn University, Sweden
joran.hok@sh.se*

Sweden is well known for its homogenous journalist work force, which is fostered in an autonomous professional culture. This implies an independent social role of the mass media, free from state censorship, open to investigative reporting and critical debate.

This autonomous role has been won after centuries of bitter struggle since the first laws on liberties for the print press were passed in the 18th century.

Efforts to assume the role of a democracy watchdog have been and are still countered. From outside, these are countered by powerful political and economic actors, from inside – by lack of professionalism and investigative resources.

The same problems are evident while looking at several case studies in transitional states, for instance, in former socialist countries of Eastern Europe. Recent efforts to create decent conditions for the public service media have encountered great difficulties in several of these countries.

This paper deals with some of these experiences and proposes some points of departure for research on both threats and opportunities for journalistic autonomy in a comparative perspective.

RELIGIOUS ETHOS AND JOURNALISTIC ETHICS: RUSSIAN CONTEXT

Victor Khroul

*Central European University, Budapest, Hungary
Lomonosov Moscow State University, Russia
amen@mail.ru, victor.khroul@gmail.com*

Does religion really matter in contemporary Russian society? Does it make any impact on journalistic culture in Russia? If so, what are the specific features of this impact? Is the religious normative approach to the media known and taken seriously by practicing journalists?

According to the results of our research, conducted over the past years, the contradictions are mostly located not between religious normative models and the ethical codes of journalism but between religious understanding of what journalists are expected to do and what they do in real practice.

Dysfunctions in the implementation of ethical codes lead to strong criticisms of the Russian media and journalists from different perspectives, the religious perspective included. But criticisms from the religious perspective in Russia have several particular features rooted in the local context.

Public opinion. Religious concepts and values after many decades of systematic “atheisation” by state authorities are low profiled in the Russian public opinion (The level of awareness of Christian, Muslim, Jewish etc. “creeds” and cultural heritage is still low and self-contradictory in comparison with Western countries).

Publicity. Problems with the religious ethos and social doctrine articulation in the public domain.

(a) *Internal problems* – lack of production; moral monitoring of social life from the religious perspective is minimal;

(b) *Interaction problems* – lack of understanding. The translation of not only words but also concepts and normative models from the ecclesial language into secular is still problematic

in Russia (The recent initiative of the Russian Orthodox Church to launch the “media mistakes collector” seems to be a friendly step towards mutual understanding).

(c) *External problems* – lack of channels to translate, so the voices of religious leaders are not heard in society.

Autonomy of journalists. According to recent studies, journalists in Russia do not enjoy their autonomy because of their political and economic dependence. (Without proper autonomy they are not free enough to take into consideration the religious ethos and sometimes even professional codes – when the superiors enforce them to write stories “pre-paid” by third parties)

Agenda-setting and management. Agenda-setting process in the media is not ethical-oriented (The main players are mostly focused not on the audience, not on public interest, but on political subordination and commercial profit, therefore moral issues are secondary)

Objectivity. Poor and stereotyped coverage of religious life in the secular media leads to the marginalization of the religious ethos (And this dysfunction is not an issue of concern because of a minor weight of religious subjects in comparison with “heavy weight” political and economical ones)

Content. Ethical ignorance in media content (“Infotainment”- and “advertainment”- oriented media decision-makers do not seem to be concerned with fitting their products into even secular moral norms, so religious norms as stricter ones are ever more ignored).

The above described problems and conditions taken seriously do not leave too much space for the religious ethos impact on journalistic culture in Russia in general. Therefore several attempts to make an impact on the mass media from the religious moral perspectives have failed in Russia. One of them was the Orthodox initiative of Public council for morality on TV, which was never established.

In understanding the media and journalism in Russia we have probably arrived at the point when “facts do not speak for themselves” (Giddens, 1992).

Neutral and ambivalent research data are not enough for the explication and analysis of journalists' latent motivations and intentions. Value-oriented and ethos-focused interpretation theories, based on fundamental normative models, seem to be more suitable and heuristically promising for the explanation of media trends and the "fluctuations" of journalistic culture.

The notion of "ethos", which was originally defined by Aristotle in *On Rhetoric*, has been a subject of rethinking over the past decades in a context of human and socially-oriented activity, journalism included. Ethos means "custom, habit" (equivalent to Latin *mores*), "character", and later – guiding beliefs or ideals that characterize an axiologically united community. Ethos also refers to the spirit which motivates ideas and customs.

According to Aristotle, ethos presumes not only practical skills and wisdom, but also virtues and good will towards the audience. It was written about rhetoric, but journalism is, in fact, a very similar kind of professional activity.

In the case of journalism, the formation of the professional ethos could be a factor of integration through the virtues and the true origin of professional competence, but the practice in Russia is still far from the described model.

In fact, the notion of the "religious ethos" has a very narrow area of use because it is a speculative generic concept for different kinds of "ethos" – Christian, Jewish, Muslim etc. – which derive from the "creed", the fundamental commandments of a particular religion.

Therefore, it seems reasonable to focus the future studies on the impact of the religious ethos on the journalistic culture, on the particular ethos dominating in society – Orthodox, Catholic, Protestant, Muslim, Jewish, Buddhist etc.

And, again, analyzing journalism in the perspective of the religious ethos, the researcher has to take into consideration one important theological warning: "There can be no purely theoretical answers, none at all, just as religion as man's ultimate attitude is never just a theory" (Ratzinger, 1999).

JOURNALISTIC ETHOS AND BIBLE PROFANATION

Józef Kloch

Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw, Poland

jkloch@episkopat.pl

In the current paper three cases are being analyzed: tearing a Bible by a guitarist during a concert of a death metal group called Behemoth, choosing this musician to be a juror in a musical programme on Polish TV (TVP) and the media response to these events. There were some journalists who took the side of the musician and some who were against him. The evaluation of both groups of arguments will enable us to establish how much religion influenced the culture of writing about this case by journalists. The author also shows the defects of both sides in their course of thought.

A guitarist called Adam Darski (stage name: Nergal) tore the Bible on September 13th, 2007 during a concert in “Ucho” club in Gdynia (Poland). Uttering profane shouts, he threw among the audience the pages torn out of the Holy Scripture, and the audience burned them. He called the Bible a book full of lies and the Catholic Church – the biggest criminal sect. A recording from this concert was published on YouTube. A group of Catholics, including Polish MPs from the right-wing party “Prawo i sprawiedliwosc”, sued the guitarist for an insult of religious feelings, which is criminalized in the Polish law. During the trial on August 18, 2011, the judge of the Regional Court of Justice in Gdynia Krzysztof Wieckowski considered that no law had been broken. He found that destroying the Bible is a “particular form of art ingrained into the metal poetics of the Behemoth group” and dismissed the lawsuit. To make matters worse, at the beginning of September 2011 Channel 2 of Polish TV started broadcasting “The Voice of Poland” show. Adam Darski (Nergal) was employed as one of the four jurors in this programme. Many Christians, including journalists and bishops, protested against

his presence in this programme. A dispute started in the media, in which two main streams can be seen.

Representative for the first stream is a rather left-wing daily *Gazeta Wyborcza* (but also: *Polska Magazyn* as well as the weeklies *Wprost* and *Przegląd*). The newspaper *Gazeta* in the Nergal's case used justifications similar to the court verdict in the first instance: destroying the Bible is a form of artistic expression of a musician for a specific group of listeners, within the closed space of a club. According to the daily, Nergal did not intend to insult anybody's religious feelings. In the opinion of journalists of other newspapers resembling *Gazeta*, the musician's activities fit in the framework of Death Metal. *Gazeta* mentions, in fact, that the guitarist used a stage name of Holocausto in the past, but this fact does not bother it at all. While in other cases such a nickname would arouse a sharp opposition among *Gazeta* journalists and the like, here – in the case of a former Nergal's nickname – nobody even mentioned its association with the extermination of Jews. Columnists do not write about the menacing effects of Satanism – graves destroyed by its followers or sacrificing live animals. Satanism, for journalists, is at most another social phenomenon, similar to many anti-religious or religious communities, not harming anyone. Journalists present Adam Darski as a person interested in film and theatre. Article writers quote Nergal's words about his daily two-hour-long workout. Without the satanic make-up the guitarist is composed and elegant, denying the rumours about being a leader of a group (he does not even mention his connections with Satanists!) By the journalists from the *Gazeta* camp he is shown as an example of a person who won the battle with leukaemia, which is repeatedly emphasized in many comments. Columnists repeat, like a mantra, that one should separate Darski as a jury member from Nergal as the Behemoth group member. By adopting such two-track thinking, some columnists in response to Catholics' protests (among them also bishops) started to accuse the Church of *censoring* TV programmes or even of lacking tolerance of Darski.

Representative for the other trend is a right-wing *Rzeczpospolita* (as well as *Nasz Dziennik*, *Gazeta Polska Codzienna*

and Catholic weeklies *Gońж Niedzielny*, *Niedziela*, *Idziemy* and *Przewodnik Katolicki*). The columnists in these media analyze the events connected with Nergal and relate them to other religious situations. They emphasize that Nergal is against any values in general, but in particular he loathes God and Christianity. They draw attention to the satanic symbolism on the stage: in the stage set of Behemoth group concerts and also in the audience, where people often raise hands with the two-finger gesture (the forefinger and the little finger), alluding to the sign of Satan. Journalists demonstrate that in video clips Nergal is often decked with rosaries with crosses upside down or performs in a thorny crown made of crosses. Tearing out pages of the Bible is quite a regular element of his concerts. The journalists emphasize that Darski sings (actually, screams!) lyrics offensive to Christians, using vulgar language. They remind their readers of his former stage name “Holocausto”, which, as some columnists say, he stopped using only for marketing reasons. Darski and others of that ilk treat Satan in a special way, not as a character with horns and a pitchfork, but as a personal, intelligent being, leading people astray. Indeed, for them he is a fallen angel from the Bible, who declared his disobedience towards God, but who also acts here and now. The journalists, describing Nergal’s actions, draw attention to the fact that *a person of such beliefs* was put on the pedestal by Polish TV: Nergal was made a juror in a TV music programme “The Voice of Poland”. A guitarist, incidentally, without any formal musical education, judges people who sing in this programme and is shown as an authority.

Journalists influenced by religion perceive Nergal and his activities in a much broader context than those writing without reference to religious values or plainly ignoring them. In a wide perspective, the influence of religious beliefs of journalists from press titles like *Rzeczpospolita* is most easily seen. Satanism professed by Nergal leads its supporters to destroy cemeteries, celebrate the so-called Black Masses, during which not only animals, but even people are sacrificed for Satan. In Poland it has happened more than once that some teenagers, inspired by Satanism, killed other teenagers. The journalists notice the

destructive impact which Satanism has on its followers. At the same time they ask how it was possible to employ Nergal as a juror in a musical programme on public TV. They emphasize the lack of symmetry in numerous media responses to other, analogous, phenomena. It is the lack of symmetry in response to similar phenomena or creating a sham symmetry which is a most frequently used method of manipulating the audience. The journalists ask: would people who justify the presence of Nergal – a Satanist and, at the same time, a juror – on Polish TV likewise approve of an anti-Semite juror? Would the media celebrities be willing to separate the views from the person in the case of a neo-Nazi as an authority in a violin contest? The right-wing journalists with a Christian background show clearly analogous situations where neither an anti-Semite nor a neo-Nazi would be acceptable (and rightly so!) as jurors in any Polish TV programme! Why, then, give a prominent place in such a programme to a Satanist? – the journalists ask. At the same time, when the programme “The Voice of Poland” was being broadcast, in a Polish village called Jedwabne someone painted offensive inscriptions on a monument devoted to the memory of Jews burned alive in a barn during World War II. Somebody else in north-eastern Poland blotted out the Lithuanian city names placed on two-language road signs at the entrance to towns inhabited by both Polish and Lithuanians. In both cases this provoked the outrage of numerous media. However, when the Bible was publicly torn or when a Satanist is employed as a juror – the same media are silent, they do not defend religious values. In the name of freedom of art and democracy they are blind to the problem of a blasphemer playing the part of a juror! Fortunately, a group of journalists based their point of view on Christian values. Some even recalled a case known worldwide (albeit a more hazardous one, as it involved the risk for the international troops in Afghanistan of many soldiers being killed). It was the case when many authorities protested against burning the Koran by a protestant pastor of a small religious group in the USA.

* * *

On YouTube many short video clips can be found, shot during the Behemoth group concerts in many parts of the world. Their permanent element was destroying the Bible, accompanied by Nergal's obscene screams. This is a well known fact: the case of tearing the Bible in the "Ucho" club in 2007 was not a single one. Also, strikingly few columnists, even those with Christian values, reflect on the lyrics sung by Nergal. They are full of swearwords, hate and nihilism¹. Quoting these, even in short fragments, would probably open the eyes of many to the fact who Nergal, or Adam Darski, is – the one who destroys the Bible and at the same time – the one who is a juror on Polish TV.

¹ For instance: Soldiers! on the altar ov liberation crucify the whore/ rejoice!/ drink to crucifixion/ for oppression is no more!/ slay the whore!/ make it bleed, make it weep let it die forever more slit the throat! let them rot let them pay/ let em taste their own blood make em crawl!!/ upon this corpse I shall feast 'till no hope remains for the twisted mob! (...) I'm on my way/ destination hell/ by the power ov will/ I shall complete/ the devil's work [Behemoth, Christgrinding Avenue]

MEDIA EVANGELISATION AS TECHNICAL MEDIATISATION OF RELIGION

*Daria Klimenko
Lomonosov Moscow State University, Russia
d.klimenko@gmail.com*

Recent media scandals around the Holy See demonstrated the problem of its weak communication skills and strategy. Looking for the key problem of the Vatican's strained media relations we decided to find out its point of view on the processes of mediatisation of religion by analyzing the topics of the 44th World Social Communication Day. It was held in 2010 under the motto "Digital Testimonies", the metaphor for the modern generation, the target of the Catholic Church.

Following Paul VI's considerations in "Evangelii Nuntiandi" about the Church that "would feel guilty before the Lord if she did not utilize these powerful means that human skill is daily rendering more perfect", the Pontifical Council of Social Communication called new technologies "kairos", or the right time to act.

The period between two significant events on the way to mediatisation, "Mediated parables" in 2002 and the "Digital Testimonies" in 2010, was characterized by reactive involvement of the Church into the process of mediatisation. The evident result is the appearance of more than 6.000 catholic websites, 180 catholic weekly magazines with their on-line versions. This 8-year period was also an intensive preparation to inculturation of the New Evangelization, to the search for a new language to communicate the Gospel to the digital generation, the testimonies of technological changes in the world.

Consecutive analysis of the Vatican's steps in the communication field allows us to speak about the concept of mediaevangelisation, the term that is usually left without any specific definition. Thus, basing on different definitions of mediatisation we define mediaevangelisation as promotion of New Evangeli-

zation through the media channels and their selective use and only partly as a process of mediatisation of religion, especially in active adoption of technical *modus operandi* of the media.

As M. Hoover S. pointed out, the syllogism stating that mediation in the relations between the ancient “natural” Church and the contemporary “artificial” media is only about influence becomes much more complicated. The media create religious content and transform symbolic power of the Church.

As indicated by the research, experiencing the development in the meta-process of mediatisation the Vatican perceives it more as branding of religion. It tries to control the outgoing messages, providing the world with Christianity advertising campaigns, depriving itself of communication with the media on the topics of current interest, which cause media scandals as with the recent paedophilia case.

THE IMPORTANCE OF JOURNALISTIC COMPETENCES FROM DIFFERENT PERSPECTIVES

Carmen Koch
Zurich University of Applied Sciences (ZHAW)
Institute of Applied Media Studies (IAM)
carmen.koch@zhaw.ch

Vinzenz Wyss
Zurich University of Applied Sciences (ZHAW)
Institute of Applied Media Studies (IAM)
vinzenz.wyss@zhaw.ch

A comparative survey with editors in chief, journalism students and lecturers in Europe on competences in journalism with special focus on Russia.

Background:

The world of journalism is under constant change. Among other things the requirements for graduates from journalism schools increase with the rise in professionalism and academisation. This is not only a big challenge for the young journalists, but also for the journalism education. This inevitably leads to the questions: What demands makes the media world for journalists? Which competences do they expect a graduate of a journalism school to have? Do journalists, journalism students and lecturers agree in their weighting of journalism competences? Or do their opinions differ? These are questions investigated in a research project with an international comparative approach. The proposed presentation will especially focus on the results collected in Russia and give a comparative view to other countries. Therefore, the main focus will be on the requirements in the Russian media landscape and how they differ from other European countries.

Theoretical and methodological approach:

In the theoretical perspective the presented study reflects the principles of the comparative journalism research. It com-

compares different journalistic cultures with the aim to identify and explain interdependences between variables on the micro and in the macro level (see Esser 2004: 152). With recourse to Weischenberg/Altmeyden/Löffelholz (1994: 207-222) and Dörmann/Pätzold (1998: 61-67) the European Journalism Training Association (EJTA) defined in the Tartu-declaration (see EJTA 2010) fifty journalistic competences.

However, journalism schools neither have the resources nor the time to train students for all the theses competences in the same extent. Moreover, they constantly have to reflect the media landscape and the requirements of the media organisations and adapt their training according to this. Therefore, they have to weight the different competences up; they need to decide which competences are (or will be) more important than others. This is the initial position of this study proposed for presentation. The aim here is to show how Russian editors in chief, students and lecturers of journalism weight the different competences. A comparison with the results from other European countries will reveal Russian peculiarities.

In close collaboration with the EJTA the research team designed an online survey with three phases: In a first phase the heads of European journalism schools were asked to weight the fifty journalistic competences of the Tartu declaration. In a second phase the online questionnaire was spread in 16 countries in Central, Northern, Western, South Eastern and South Western Europe where 360 editors in chief from diverse media types were asked to weight the fifty journalistic competences too. Finally, in the third phase more than 1'300 students and lecturers from journalism schools of these regions have been asked to answer the same questions. All the questioned groups are or will be important actors in shaping the media landscape of their country.

Findings: The results indicate that the questioned editors in chief ranked analytical competences/the competences to select as well as personal competences (as being reliable, show initiative) as the most important ones. Less important to them seems to be the organizational aspects like “reflect on the future

career”, “know the market conditions” or “know the rights and obligations within an organisation”. Also the competences “societal role awareness” was not considered as very important. On the first sight the Russian editors in chief seem to be undecided and give over all competences an average weighting. Noticeable is, that they weight public (civic) awareness as one of the lesser important competences. At this point of time the survey with the journalism students and lecturers just has been closed and the analysis started. Besides the results from the editors in chief, their weighting will be highlighted and compared.

RELIGION IN PUBLIC LIFE OF RUSSIA TODAY

Roman Lunkin

Woodrow Wilson International Center, Washington, D.C., USA

Institute of Europe, Russian Academy of Sciences, Russia

romanlunkin@gmail.com

Under the presidency of Dmitry Medvedev, Orthodox Christianity has come to assume an important place in the mass media and in political life, but this has not resulted in the tapering of religious freedom and has given rise to public discussion. It has also forced citizens to realize the value of freedom of religion and faith. However, the Russian process of strengthening its civil society and the adoption of democratic standards is both slow and non-uniform, and is dependent on the regional and historical peculiarities associated with the development of a given region.

Despite all the conflicts, occurrences of discrimination and campaigns against the faithful adhering to other faiths, as well as inconsistent and authoritarian policy on the part of authorities at both the regional and the federal level, there currently exists more freedom for the faithful of different denominations in Russia than there has been at any previous time in the country's history. In practice, the public mentality is slower to accommodate religious freedom than is otherwise desirable. Ideological clichés (such as suspiciousness towards the West and towards believers of other faiths, as well as the promotion of imagery of them being criminal and destructive “sects”) unfortunately still hold some meaning for the bureaucracy and are still often broadcast in the mass media.

The freedom of religion and opinion in Russia is gradually becoming a value, which is acknowledged and paid for dearly by a considerable number of active citizens. This value, which was previously accessible only to Orthodox Christianity or the selected “traditional” religions or, during the Soviet period, to atheists, was essentially unattainable for marginal “dissidents”,

who did not even have the right to receive higher education. The last twenty years in Russia's evolution have considerably bridged the gap between the Russian Orthodox Church, which was among those severely affected during the Soviet era, and other religious faiths. Many of these movements have successfully developed in recent years, in parallel with the revival of the Orthodox church. Furthermore, many of them have been growing successfully and prospering.

At the federal level officials still continue to claim that democratic standards are being protected. The growing number of problems and cases involving the direct discrimination towards religious minorities on the part of the state is contradicted by a change in the social climate, and the expansion of public discussion to also include religion problems.

In the period of social intensity, seeking for new ways of church and state relations, uncertainty of federal religious policy the long standing problems and ideological complexes become sharper. Officials carry out senseless discriminatory campaigns in the name of national security: the social and all public actions of non orthodox religious groups are strictly limited, authorities deprive non traditional believers their houses of prayer, also for example, in 2009 was launched the campaign against the Jehovah's Witnesses, in December 2010 the Supreme Court confirmed the decision of local court that recognizing the 30 titles of magazines and book of JW's as extremist literature, and Russian officials banned to import the literature of JW's to Russia. In Russian regions began the inspections in the prayer houses of JW's throughout all country. In April 2010 one of the Russian local courts recognize as extremist some titles of the literature of Church of Scientology in Russia. In the new social situation often brutal violations of religious freedom became more evident.

At the same time state officials in a number of regions of Russia deal with religious diversity. Among the public, as well as the intelligentsia and students, there is indeed an opposition that exists against authorities' administrative actions that solely support one ideology. The real life creates the broad public support for the freedom of religion and belief, that will

gradually further establish the freedom of worship principle in the country's legislation and in the behavior of law enforcement agencies. This should happen in spite of historical myths about Russia's "distinctive way" and the use of such myths in explaining the absence of democratic practices, and in spite of the complexes and phobias (i.e. the superiority of the "traditional" religions as opposed to the purportedly crazy western "sects", etc.) that still plague the Russian State.

The influence of the real religious activity in mass-media is rather minimal in Russia because even religious holidays showed through stereotypes and symbols. Certainly media and especially TV have to display religion as national and patriotic symbol and some kind of ideology but there is a lack of information on the social projects and believers as active citizens. The reasons of that are the fears before religion (even not before concrete groups), also the lack of knowledge about religious diversity in their own country (or total ignorance of that subject). The officials and common citizens and religious bodies itself don't have a practice of seeing religion position in public life.

MOTIVATION BEHIND THE USE OF SOCIAL NETWORKING SITES AMONG YOUTH IN INDIA

Khattri Neeraj

Trinity Institute of Professional Studies, India

neerajkhattri101@yahoo.com

In the past three years it has been seen in India that Social Networking Sites (SNS) are very popular among youth. They can develop their own page to include their favorite music, TV shows ,profile and photos. These sites have attracted youth who wants to share their views and thoughts with other people. On the other hand sns like Facebook, Twitter, Hi5 enable individuals to play a very important role in constructing their own identity. So, we are conducting a research study which examine through focus groups that what are the Motivation in using Social Network Sites among Youth in India.

Objectives

We are planning to conduct a study titled Motivation behind the use of Social Networking Sites among Youth in India

1. To study why youth of India Use Social networking sites.
2. To find out the reason or motivation behind the use of Social networking sites.
3. To find out why SNS are so popular among youth in India.

Tools & Methodology

The study will be undertaken in National Capital Region Delhi, India. The data will be collected through focus group. This method is selected due to its advantages in Exploratory studies. This quantitative approach provide insights into the thoughts, ideas, perceptions and attitude of the sns members who use the online media to fulfill their needs.

Expected Outcome

The new era is taking its place very fast among us. We want everything very quickly especially Communication. SNS fulfill

their needs and wants. This study reflects that psychological aspect is the basic reason behind the use of SNS. They are strongly related to the human needs of communication, socialization, being an active part of a group or maintaining long distance friends.

A CRITICAL ANALYSIS OF SOCIO-CULTURAL IMPACT OF NEW MEDIA ON USERS IN INDIA

Usha Rani Narayana
University of Mysore, India
usharani_mc@yahoo.co.in

Sukanya
St. Philomena's College, Mysore, India

A study was undertaken using survey research method to analyze the impact of new media in general and internet and mobile phones in particular by the users in India. The sample consisted of 800 respondents spread over different regions in the State of Karnataka, considered as the IT bowl of India.

The findings make interesting revelations. The study of media exposure shows significant results. The t test is significant illustrating variation in the exposure of the respondents to different media ($t=21.58$, $p<0.01$). Obviously, highest exposure of the respondents is to television closely followed by newspapers and not new media like internet, email and online media. Surprisingly mobile phone surpasses exposure over computer, radio, magazine and internet. The media consumption pattern varies from one medium to another among the respondents.

As far as exposure to TV is concerned, there is no significant relationship between age of the respondents and television viewing ($\chi^2 = 4.09$; NS; $p > 0.05$). Irrespective of age, people of all age groups watch television. Unlike radio listening age is independent of television viewing. However, there is significant relationship between the age of the respondents and the use of computers ($\chi^2 = 15.92$; $p < 0.05$). It may be inferred that using computers varies from one age group to another. Further, there is no significant relationship between the age of the respondents and the use of mobile phones ($\chi^2 = 3.52$; NS; $p > 0.05$). Irrespective of age, the respondents use mobile phones. The use of mobile phone pattern is independent of age. The use of mobile phone does not vary

with age. There is no significant relationship between the gender and the surfing of internet ($\chi^2 = 0.35$; NS; $p > 0.01$). Both males and females surf internet in the same pattern. Surfing of the internet is independent of gender. There is significant relationship between the level of education and the surfing of internet ($\chi^2 = 19.12$; $p < 0.001$). Level of education has a bearing on the surfing of internet. Surfing the internet varies with the level of education. Surfing of internet increases with the level of education. There is significant relationship between the level of income and the surfing of internet ($\chi^2 = 37.48$; $p < 0.001$). Higher income groups show greater degree of internet surfing than others. Access to internet varies with one's economic background. Income does influence the exposure to internet. There is significant relationship between newspaper reading and surfing of internet ($\chi^2 = 11.79$; $p < 0.001$). Higher percentage of newspaper readers also surf internet. There is significant relationship between radio listening and surfing of internet ($\chi^2 = 5.25$; $p < 0.05$). Higher percentage of radio listeners also surf internet. There is significant relationship between television viewing and surfing of internet ($\chi^2 = 3.85$; $p < 0.05$). Higher percentage of television viewers also surf internet. There is significant relationship between magazine reading and surfing of internet ($\chi^2 = 17.52$; $p < 0.001$). Higher percentage of magazine readers also surf internet.

There is significant relationship between family income and surfing of internet at office ($\chi^2 = 48.98$; $p < 0.001$). There is varying degrees of access to internet at office from one economic group to the other. Nevertheless, access to internet at office is very low even in middle income and low income categories.

Of all the income groups, very high income group has highest percentage of access to internet at work place than other economic groups. There is significant relationship between family income and surfing of internet at home ($\chi^2 = 175.01$; $p < 0.001$). Here there is significant difference in the access to internet at home among low, middle and high income groups. Very high income group has highest percentage of access to internet at home than other economic groups illustrating the affordability of computer system and the internet facility.

The study shows significant relationship between frequency of surfing internet and news ($t=2.7207$), class assignments ($t=5.6887$) and examination ($t=-9.3633$). However, People who use internet do not use it primarily for collecting course material ($t=0.106$ N) and for writing articles, seminar papers, projects etc ($t=0.4593$ NS). The study shows significant results in the case of using internet for trading ($t=-22.3659$), for checking email ($t=13.2499$) and for information about movies, film stars and celebrities ($t=-12.2607$).

Less than 50 percent of the users use Internet for chatting (46.4%), for downloading music (43.9%), playing games (24.2%) and negligible percentage of them surf internet to watch obscene and pornography films (6%) and gamble (2.1%). It is interesting to note that maximum number of respondents have ranked Internet as number one resource for information.

The socio-cultural impact of internet reveals that internet has made difference in the lives of the users ($t=17.56$) with regard to language and increase in the level of knowledge. However, the respondents feel that internet has not influenced the behavior, physical appearance, and attitude and dressing style. Internet has not reduced the social contacts with friends and relatives say the study. Further contrary to popular belief internet has not affected the reading habits of the people. Exposure to internet has also not affected the people's access to other media like radio and television. Respondents claim that these new media have not made people less hard working and have not come in the way of professional duties and are not a cause for depression, frustration and loneliness. However, the study shows that lack of computer literacy develops inferiority complex among people and believes that internet is a symbol of modernity and felt connected to the world.

An overwhelming majority of people use and own mobile phones in India. The study shows majority of the users do not give in to the premise that mobile texting has affected their language capability but has improved their communication skills. People are divided on their opinion on whether mobile phones changed the way they live but firmly believe it has not elevated

their social position. Mobile phones have increased their socialization. The study has revealed some of the interesting features. Though many of the respondents are members of social networking sites, they are afraid of uploading personal information on these sites. They suspect the confidentiality of these sites and are apprehensive that their personal information could be misused. But majority of them believe the information what is available on the net is reliable.

JOURNALISM IN CHANGE – PROFESSIONAL JOURNALISTIC CULTURES IN RUSSIA, POLAND AND SWEDEN

*Gunnar Nygren
Södertörn University, Sweden
gunnar.nygren@sh.se*

Journalism is a key factor in public sphere, in political communication as well as in formation of identities in society. New digital technology, increased commercial pressure and the growth of a network society changes the conditions for journalism – but is it changing in the same way in different media systems? How are journalistic practices and values influenced by the media development in different media systems?

The purpose of the project “Journalism in change” is to study how professional journalistic cultures are influenced by media development in three different media systems: Sweden, Poland and Russia. The three countries have a different historical and political legacy, the relations between media and political/economical power are quite different and there are big differences in the patterns in media use. The question is how the trends in media development relate to the different conditions of the media systems, and how the professional journalistic cultures are changing in the three countries? What is the relation between common trends and national differences – and what does it mean for journalism?

The theoretical foundations for the project are comparative media studies and studies of journalistic culture. Earlier research in the area has mostly covered US and Western Europe – both comparative media studies and media development. The project will use these theoretical perspectives and focus on central and Eastern Europe in comparison with Sweden as a representative of the north/central European model of media system (Hallin/Mancini 2004).

Two methods are used in the project:

- A survey to 4-500 journalists in each country. The survey is focused on journalistic practices and how they relate to the tradition and journalistic values in each country.

- Interviews with journalists in two different generations; one group in the age of 25-30 and one group 60-65 years old.

In the project researchers from Södertörn University, University of Wrocław and Moscow State University are working close together with the same methods to make the project truly comparative. The project started 2011, and in the presentation some common theoretical perspectives are given – on professional values and on professional autonomy in relation to pressure from both political and commercial power inside and outside the media companies.

RUSSIAN AND SWEDISH JOURNALISTS – PROFESSIONAL ROLES, IDEALS AND DAILY REALITY

*Gunnar Nygren
Södertörn University, Sweden
gunnar.nygren@sh.se*

*Elena Degtereva
Södertörn University, Sweden
Lomonosov Moscow State University, Russia
elena.degtereva@sh.se*

A strive for autonomy is a key part of the professional journalistic culture. But the degree of autonomy differs between countries and media systems. The level of pressure on journalists from political power and commercial interests inside and outside the media companies is different – and sets the limits of autonomy for the journalists both as individuals and as professional group in society. Professional autonomy is also a key dimension in comparative media studies (Hallin/Mancini 2004, Hanitzsch 2007).

In a survey to 100 Swedish and 100 Russian journalists, mostly reporters in national news media, their views on professional autonomy are researched:

- Professional duties for journalists
- The degree of autonomy in the daily work
- Opinions on the development for press freedom.

The results show that in both countries journalists share many of the professional values and strive for autonomy. The journalists in both countries feel a pressure on their autonomy – in Sweden mostly a commercial pressure and in Russia predominantly a political pressure but also a commercial interest of owners, advertisers.

There are also some clear differences – for Russian journalists' it's more important to set the political agenda than for their Swedish colleagues. On the other hand, the Swedish journalists

think it is very important to investigate government claims. The independence in daily work is lower for Russian journalists and the obstacles before publishing more common – and they have a negative view on development of press freedom. Nearly half think that press freedom in Russian has declined the last decade. On the other hand the Swedish journalists seem to have a stronger pressure to produce and less freedom to manage their own time, many Swedish journalists are critical towards commercialization and much entertainment in media.

On questions about the future of the profession, the Swedish journalists are quite pessimistic: about one third of the Swedish journalists think that the profession will vanish or transform to something else. Their Russian colleagues believe it will remain the same.

RUSSIAN JOURNALISM AS A SOCIAL LIFT

Svetlana Pasti
University of Tampere, Finland
svetlana.pasti@uta.fi

The paper explores the character of change of journalism in post-Soviet Russia with the aim to clarify its adherence to independent status – the ideal for the becoming of the true profession. For this the analysis compares according to time factor journalism condition in politically different epochs: the 1990s, when the state journalism collapsed, the state de facto left media and the profession gained liberty, and the 2000s, when the state (in)directly came back into media and thereby infringed upon independence of journalism. The analysis reveals, on the one hand significant abridgement of journalist's autonomy along with the growing adaptive strategies, which emerge in the journalist's decision making to act depending on the situation. On the other hand, the majority of the journalists demonstrate their high satisfaction with the present market offers, material benefits and chances for personal career via journalism. These findings suggest a hypothesis that Russian journalism from the independent occupation of the 1990s has transformed into pro-state service and a private business during the 2000s and now is attractive as a social lift for newcomers to change their destiny and to achieve better position in the social structure of society. If it is true, Russian journalism has a weak perspective to become a profession in the near future. To verify the hypothesis the analysis pays attention to the professional population of the present journalists – who comes in journalism and what motivation.

The paper is based on the empirical findings from two surveys of Russian journalists carried out in culmination years crowning these political epochs. The first one was in 1992 right after the collapse of the Soviet Union on the peak of unprecedented political enthusiasm in the profession and society, con-

ducted by the research team headed by Professor Yassen Zassoursky at the Moscow State University, Faculty of Journalism. The second survey was carried out sixteen years later in 2008, when the temptation of big money in the media market was not yet darkened by the global economic crisis. It was a part of Academy of Finland project “Media in Changing Russia” headed by Professor Kaarle Nordenstreng at University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication. Both survey used questionnaires made up on the basis of Weaver’s research (1986, 1996) that provided a number of the same questions and ground for its comparability.

SPOKESMAN OF A CHURCH INSTITUTION AS A COMMUNICATOR, INTERPRETER AND NEGOTIATOR OF CHURCH'S REALITY IN THE ERA OF THE SOCIAL MEDIA

*Monika Przybysz
Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw, Poland
intellectus@wp.pl*

A large part of crises can be solved within an institution thanks to professional work of a spokesperson, that is: having regular contacts with journalists, constant monitoring of the media, including social ones, as well as undertaking effective internal communication, having an open communication policy, including media policy. It also requires the knowledge of contemporary changes occurring in human relationships and in the expectations towards companies and institutions. It is difficult to overestimate the role of a spokesperson in such situations and often it is a *sine qua non* condition for the media crisis to be promptly and permanently solved.

A Church institution spokesperson often faces the dilemma as well as a challenge how to communicate to the wider public the reality of the Church, which is not easy to comprehend. It is sometimes difficult to translate the sacral, religious and church matters into a simple language, appealing to the lay reality, in order to be understandable for a wider public. It concerns particularly the crisis situations in the Church, when “sacrum” and “profanum” intertwine, when the public expect the clarity of procedures, prompt investigation into charges, high communication competences and a clear message of what has been done and who will bear the consequences. However, the public quite often get a rather late comment on the situation, which can also be quite complicated, expressed in a hermetic, incomprehensible language and sometimes there is no comment at all. The journalist as well as the audience expects being told within the time of a standard news communication (which takes

several dozen seconds) about what the Church is doing, what her characteristics are or what happened in a particular situation, which can be quite a challenge. Additionally, a question arises how the spokesman should be present in the context of the social media.

The essence of a spokesman's job includes delivering to the public, through the media, a message which is important both for the Church institution and the public. The aim is to build a mutual understanding between the organization and the public, through the mass media; to achieve acceptance and co-operation between these two subjects – the institution and people interested in it; to support the managers in the quest to be informed about public opinion and adequately respond to it; to define the responsibility of the managers towards the public interest, using the available mass media; to support the managers to be able to catch up with the vicissitudes and effectively use them; to present the attitude of the public to the Church; to create a system of early alerts and anticipation in a crisis situation (proactive activities); to monitor the developing tendencies; lastly – to react in the crisis and communicate the key issues through the media. The characteristic of a spokesman in crisis activities is using research as well as honest and ethical communication techniques as their main instruments. The spokesman often undertakes the tasks of public relations specialist, as in many institutions there is no PR department, no expert on internet communication and no one to deal with the circulation of the information in the network.

The issue of a spokesperson presence in the social media poses, however, many questions. Should s/he be also active in the social media? In the times of media convergence and their mutual interpenetration, it is obviously impossible to separate the content published in the social media from that in the traditional ones. Another question is how to include all the most important places on the Internet which could kindle the future crisis. The work with the traditional media, managing information flow, monitoring and analyzing media content is clearly an absorbing task for a single person. Since the Internet is also some

kind of the press, in a wide meaning of this word, how far should the spokesman respond to a crisis on the Internet and what should be the proportion between the net and traditional media? Crises arise just when the Church institution is not working, often in the late hours, when members of the public have more time to post on Facebook. And after 3 hours from the crisis situation it is difficult to ease the situation as the public interested in the institution activities are already polarized, while its managers – so to speak – wake up in the morning already deep in crisis or even in serious trouble, including financial problems.

So is it not incidental that in order to professionally manage information, professional teams modelled after press teams in commercial companies are needed, that is, press offices in all Church institutions which have some kind of autonomy and independent function? Is the position of a spokesperson still needed? Or perhaps, it is enough to have the head of a press office, managing the whole press team, while each person who works there should be able to stand on their own in front of the camera and give the necessary information to the journalist? What are the tasks of a spokesperson in the social media in the case when there is no press team and what are they if there is one?

The functions undertaken by the spokesperson are as follows: communication – which has a two-directional character, as it is not only passing information to journalists, but also entering interaction; dialogue – which concerns shaping and sustaining mutual understanding between the organization and particular groups of people; analysis – which serves to analyze and interpret the changes in the surroundings which can be of great importance to the organization; strategy – which contributes both to formulating and achieving the socially acceptable goals of the institution, at the same time not losing anything from the Message of the Salvation.

The social media represent, however, four different realities. The first one is created by users, who every day repeatedly search for information, consumer aid, entertainment, or actually – something that connects information and entertainment,

that is infotainment. They want to enter into interaction, exchange opinions, dispute and argue, but they can also creatively shape reality and improve products. They expect a response, they want to be treated exceptionally, individually and served promptly, while information should be free from blatant promotion language. The social media help therefore to monitor public feelings, to examine public opinion, they give information who spreads opinions, where and what they are. Meanwhile, they are full of “troll-type” people, who deliberately destroy communication between the Church and the public, who circulate false information, slander the Church and ridicule her.

Apart from the users, the social media are also communication channels, thanks to which communities are created, hundreds of thousands of blogs, internet forums, micro-blogs and social websites, that is platforms and spaces intended for making acquaintances, interaction and managing information in groups resembling global tribes, tribes 2.0. The social media are then a space where communication is scattered between the institution and many communication hubs. Optimal communication means enable discussion among many people, make it possible for opinion leaders to reach much broader, than before, group of message addressees, the message being direct, profiled, personalized and distributed very fast. It would be then a sin to neglect communication in social media, since it is a space to evangelize.

The third element of the social media is groups and communities that consciously use different spaces to develop and sustain acquaintances, to discuss and exchange information. Within these specialized groups an especially effective tool is the recommendation clearly increasing people’s involvement. It is about the dialogue with the public, building credibility and trust and, at the same time, spreading the Good News about Christ. It is difficult to answer the question how an attractive message can reach communities which are in a sense anonymous. How can one sort the “wheat” from the “chaff”? And at the same time how to avoid casting “pearls before swine”? How to distinguish people who are truly interested in the message

and involved from people who mindlessly click “I like it”? What can a Church institution offer to those people?

The fourth and last element of the social media is content, i.e. the value that is exchanged between the users of the social media, a commodity most precious today: information. There is, however, a lot of useless information in the social media, there are junk opinions and comments, as well as bad information. Selection of information and its proper interpretation are therefore particularly important. Content is put on the Internet by just anybody, which means people who do not have adequate communication competence to enter into dialogue alongside with cultured users, brand representatives and journalists. So listening in the social media turns out to be a more important quality than talking. Response comes next, for the social media are a splendid source of information about people’s behaviours. It is easy to observe who does what and when. Planning the presence and activity of a brand within social websites requires understanding what needs and motivations of ordinary people form the basis of their behaviours. Consequently, the Church institution is able to offer them something significant and interesting, an added value.

What is then the role of a Church institution spokesperson in the social media? How can the Church be “well” present in the social media? Answering these questions is the purpose of our study.

JOURNALISM IN AN INNOVATION SOCIETY – A NEW ONTOLOGICAL STATUS?

*Marina Shilina
Lomonosov Moscow State University, Russia
marina.shilina@gmail.com*

The prognostic models of societal development in the 21st century clearly show how the “information as basic category”-oriented concepts transform and evolve. In particular, concepts of society based on knowledge economy, on production and consumption of knowledge and innovative ideas become more and more important.

The quality of human capital and creative work as a factor of production has become the ontology of the innovation economics for the first time ever. De facto, versatile education of an individual thus becomes a function of an innovation society.

Shaping an information society requires not only the development of individual’s abilities but also high ethical principles of life. It also requires shaping of the individual as well as joint responsible thinking and understanding the necessity of global ecologically responsible economic strategies.

In the centre of an innovation society paradigm stands the human as the main object, tool and condition of social and economic production efficiency. This paradigm announces the appearance of completely new – discourse – relations in economics and social medium of the innovation period.

In an innovation society a totally new production pattern is being formed. This pattern was designated by the author as the I-model (2010). In the communication process, all the participants act as co-producers of the services/goods and the audience obtains new functions by not only consuming but also forming tomorrow’s agenda for innovations and producing these innovations.

The innovation model includes new elements such as professional communicants, and in the first place PR, the media and journalists, who provide the interaction of all actors in the network of

the innovation model. Efficient realization of the I-model requires information partnership, high level of consumer loyalty, ability of all the actors in the communication process to adequately perceive and consume the complex innovation product etc. All of this becomes possible exclusively due to strategic institutional shaping of the information and communication flow.

The active audience that forms the demand for innovations participates in their production and consumes them, has become the major element in the prognostic matrix of the innovation discourse. This element earlier did not quite fit into the “triangles” and “spirals” of innovations (state-business-science). Engaging the active audience to be a communication actor is an indispensable condition to make the production model work in the network of innovation discourse.

It is the level of audience engagement in innovation processes, the level of acknowledgement of problems and responsibility while forming the socioeconomic discourse (in other words, the maturity of civil society) that allows us to speak of forming the preconditions for the innovation development realization. And the audience engagement becomes possible in the first place due to professional communications’ support.

In the perspective, as the multiple dimensions of the innovation process will develop (an increasing number of initiatives originated from various sources, engagement of different level entities in the process of generating the initiative etc.), the characteristics of an innovation society at its most efficient stage will develop. We propose to designate this model as civil.

The civil model of an innovation society, unlike the command and market innovation economics models, includes many various sources of initiative for creating innovative products and companies (settled companies as well as short-term working groups with vertical, horizontal and diagonal hierarchy), whose essence is in collaborating. The fundamental conditions making it possible to shape the civil innovation system with its many sources generating ideas for innovations are the equal engagement of all the elements in the process and the shared responsibility of all institutions. The evolution is taking place due to the possibilities of

communicative interaction. Professional communicants secure this interaction in the first place, and internet-based channels with their heterarchical communication patterns become optimal for implementing such communication.

Thereby, a totally new interaction pattern is born in an innovation society – an open heterarchical collaborative subject-to-subject active audience-engaging pattern.

Communication becomes an indispensable condition for the functioning of the innovation society model. And a totally new condition for the realization of economic processes appears – the communication condition.

We propose to designate the concept of “communication in the innovation field”. Thus, communication in the innovation field is a specific form of open heterarchical cooperation of social actors, individuals and organizations representing state, scientific and business structures as well as groups inside society that is provided and ensured by professional communicants (PR, the media) to create and realize innovative services/goods.

The cooperation is fulfilled in the multidimensional innovation field. We propose to designate this field as an open heterarchical collaborative environment of state, scientific, educational and business actors and active audience cooperation that is formed by professional social communicants (PR, the media) with the help of the most recently developed communication channels, the digital media and the Internet in the first place.

Thus, from the theoretical point of view, public relations, the media and journalism in the prognostic patterns of innovation communication become an indispensable element in the process of creation/realization of innovative products/services of all types. Professional communication is an indispensable condition of obtaining the added value in all the fields of innovation economics. Therefore, it is possible to conclude that professional communication of PR, the media and journalism in an innovation society, as a type of activity, can change their ontological status and become a new application domain which is as important as economic, political and cultural domains.

NEW GENERATION OF RUSSIAN JOURNALISTS: FROM DIGITAL ADVANCEMENT TO DIGITAL ADDICTION

Olga Smirnova
Lomonosov Moscow State University, Russia
smirnovaorama@gmail.com

The past decades have been critical for the Russian mass media, which have changed both qualitatively and structurally. The transformations have reshaped journalism as a profession dramatically. This is why researches in the '90s paid special attention to new professional standards and values of journalists, and also to the factors defining the development of the mass media, changes in ownership patterns, the legal status, the status of the mass media and journalists, their social and professional values, especially to the problems of their freedom and independence. In the 2000s, Russian journalism took its modern shape. This served as a background and content for the formation of the modern professional identity of Russian journalists seriously affected by the technological transformation in the media and profession.

Journalism studies in Russia have focused a lot on creative, deontological, legal and profession has been substantially influenced by the technological development. This is why special attention should be paid to the impact that ICT and their consequences have made on the professional journalistic culture in Russia.

The paper presents the preliminary results of the research "The Digital in Journalists' Activity in Russia", which is to be carried out among the students at the faculty of Journalism of Moscow State University during 2011. The research is set to define which digital means of collecting, processing, creating and storing are currently used by Russian journalists in newsrooms of the traditional and new media. Special attention is given to the influence of such factors as age group, gender, journalistic spe-

cialization and previous experiences. The aim of the research is to determine the key factors affecting the growing digital gap between the different generations of journalists and the peculiarities of the digital divide in the Russian context.

Therefore, the results confirm the suggestion that young Moscow journalists have become quite advanced in their use of personal digital devices. On the one hand, this increases the efficiency of their working activity. But, on the other hand, the signs of the digital addiction among journalists have been demonstrated as well.

They often become totally helpless without their digital tools and lose traditional communication skills. Some of them realize it and even suffer from it.

On the whole, the research has confirmed that digital devices have become an irreplaceable tool for a journalist. However, too much exposure or addiction to digital devices can cause great damage to one's professional achievements. In the times of tough competition with civil journalism, with amateur users intensely employing digital tools, only a combination of professional skills and experience of a journalist and their resorting to modern technologies can bring true success and efficient results.

JOURNALISM RELOADED – OR WHAT JOURNALISTS NEED FOR THE FUTURE

Alexandra Stark
MAZ – The Swiss School of Journalism, Switzerland
alexandra.stark@maz.ch

The world around journalists is changing at a high pace. And so are the circumstances, under which they work. Technology evolves, User change their habits, advertising-money is spent elsewhere.

If journalists want to do a good job in the future, they will need more skills, says Alexandra Stark, a Swiss freelance-journalist and Head of Studies at MAZ, the Swiss Journalism School. Because the classical competencies – research, selection and presentation, are not enough anymore, she writes in her Master's Thesis [«Journalism reloaded – kompetent in die Zukunft» (in german) can be downloaded at www.maz.ch/aktuell/news/431.asp]. These competencies are still crucial of course – journalism is journalism. But she is convinced that in the future journalists will have to take over more responsibility for the circumstances, under which they work: Before Journalists can do journalism, they will have to be involved in making journalism *possible*.

What does that mean? There are three main drivers who shape the world around us: Technology, Economy and User habits. So far, Journalists did not really care about these drivers of change. Nor did their bosses, as a recent study [Koch, Wyss, 2010] of the University of Applied Sciences of Winterthur shows. The study is based on the Tartu-Declaration, which states 50 european-wide accepted competencies for journalists. Asked about the most important skills, 360 Editors in Chief from all over Europe ranked the competencies as shown below:

Rank

Be reliable	1
have a good general knowledge	2
show initiative	3
be able to select information on the basis of reliability	4
be able to work under time pressure	5
be able to distinguish between main & side issues	6
be able to interpret the selected information	7
know current events	8
be willing to take criticism	9
be able to take responsibility for the product	10

This ranking shows: Important are competencies that are closely related to the heart of journalistic work. The Tartu-Declaration does not contain a lot of skills related to the above mentioned drivers. And the few who are, are not important to the editors in chief:

Rank

have the will to interact with the public	24
be able to work with technical infrastructure	25
be able to stimulate debate	34
be able to work within budget limits	41
be able to organise contributions from the public	44
be able to cooperate with technicians	45
know the market conditions	47
master the basics of layout	48
know the practical aspects of being a freelancer	49
be able to reflect on a future career	50

This has to change. Because the circumstances more and more restricts our possibilities to do a good job. That's why we have to be interested in changes within these drivers – that is

how the economy evolves, how technology develops and how our user change their habits. We have to be able to understand, what impact these evolution has on our work. And we have to be able to implement these knowledge in our (daily) work.

In her Master's Thesis, Alexandra Stark worked out additional sets of competencies along the three drivers of change, see below (file has been attached to the application):

Talking for example about Technology this means (for detailed description of the competencies please refer to the thesis):

Journalists ...

- are interested in the technological evolution in the media sector and the possibilities that these evolution poses (for production and usage of content).
- accept that tasks but also work-processes can change because of technical development.
- can help to shape and develop change.
- know that not everything that is technologically possible makes sense and that it can even be ethically problematic.
- can use research-, communications- and productiontools (hard- as well as software) efficiently.

Additionally to the new set of competencies, Alexandra Stark, a trained teacher and long-time journalism-tutor, proposes a different logic of structuring competencies that should help practitioners to handle the teaching of these competencies:

- to want (Attitude): can not be taught, competencies in this category have to play a role in the selection process.
- to be able (both on an intellectual level and on the level of skills): skills can be taught, intellectual ability can be trained.
- to know (both professional and with regard to content): professional knowledge can be taught, with regard to content it is important to select people with broad knowledge.

With her Thesis, Alexandra Stark hopes to give fresh ideas about how to further develop training of journalists. She is convinced that training of journalists is crucial in changing times. Maybe not so much for the paper of today. But certainly for the media of tomorrow.

FREEDOM OF EXPRESSION OF JAPANESE JOURNALISM IN THE INTERNET AGE

Watanabe Takesato
Doshisha University, Kyoto, Japan
twatanab@oak.ocn.ne.jp

Any society whose communication range is wider than that of face-to-face communication needs the mass media, and it is vital to maintain our present society, from the local level to the global one. It means that we make socio-economic judgments every day mostly on the basis of the information given through the media connected to the world network, which varies from the trivial matters of everyday living to those of international politics and economy. The media serve as the frame of reference of our views on the image or 'reality' of the societal and play a major role in our way of living and thinking, together with direct humane contacts, school education and the like.

The Japanese media are not so egregious compared to those of other countries in this sense but contain many drawbacks in collecting data and facts, their editing process, and the dissemination of information as "free and responsible" press organizations. We will examine here the status quo of the Japanese media and show their future positive and active directions for the promotion of healthier society based on mutual understanding in the age of the Internet, focusing on the "The Freedom of Expression" and "The Media's Social Accountability".

The Constitution of Japan (adopted on November 3, 1946) says in its Article 21: The freedom of assembly and association as well as speech, press and all other forms of expression are guaranteed. No censorship shall be maintained, nor shall the secrecy of any means of communication be violated. And the Canon of Journalism of the *Nihon Shinbun Kyokai*, or The Japan Newspaper Publishers and Editors Association (JNPEA, adopted on June 21, 2000) says: Aware afresh of the important mission of newspapers on the threshold of the 21st century and

pledging their continued effort toward an affluent and peaceful future, members of the Association have formulated this new Canon of Journalism. The public's right to know is a universal principle that sustains a democratic society. That right cannot be ensured without the existence of the media, operating with the guarantee of the freedom of speech and expression, while being totally committed to a high moral standard and fully independent of all powers. Member newspapers resolve to retain their role as the fittest standard-bearers in this regard.

The facts that the Constitution guarantees the freedom of expression and that all the daily newspapers and major broadcasting corporations in Japan are members of the JNPEA means that they admit the most important principle and the first priority of the democratic media goes to the freedom of expression, but actually there are few scholars in Japan who think that the Japanese media are enjoying the right. In my view, any nation or society of the world wherever it is and whatever type of political system it follows, has some type of controls given from outside onto the media. F. Siebert, T. Peterson and W. Schramm classified, in 1956, the types of the press into four groups: 1) Authoritarian, 2) Libertarian, 3) Social Responsibility and 4) Soviet Communism, but their analyses are no more effective at present or, I dare say, they were wrong from the beginning.

Members of Doshisha University Center for Media and Communications Research headed by Takesato Watanabe read freedom-of-expression-related clauses of the constitutions of all countries of the world and found that all of them refer to the 'freedom of expression' as is shown above in the Japanese case, but that they provide conditions when they are not permitted, so that we came to a conclusion that media 'freedom' exists to keep the safety of the people and the security of the states or nations, and that there are four types of freedom of speech, expression and information: 1) market liberalism type, represented by Japan, the USA and other Western European nations, 2) state controlled type, represented by China and other socialist-type countries, 3) religion and culture-oriented type, represented by Islamic countries such as Saudi Arabia, Jordan

and Iran, and 4) national development preceding type, represented by the majority of the developing countries in Asia, Africa and Latin America.

Undoubtedly, those four types of freedom exist in close interrelation in any place of the world, which means that there are no nations that have no limit to the expression in public: the first type is strongly influenced by the money and in this type those with big capital get power and influence on the media; the second type is controlled by the state and in the case of China the media are publicly announced to be the “mouthpiece of the Communist Party”; the third type prohibits the critical expression against religious and cultural lessons given by religion; and the fourth type disseminates selected information which is good only for national development suggested by the government.

We examined the real status quo of endangered freedom of expression in Japan, which belongs to the first type and is considered to be one of the members of the ‘free world,’ and have come to a conclusion that the present Japanese media are biased mainly for four reasons: 1) the power of big advertisers and the corporatism of media organizations, 2) state power control, 3) inadequate journalistic education and 4) lack of media literacy of the audience, or the citizens. In other words, Japan and Japanese society are moved along this line of the Japanese type of capitalism plus the Emperor system, which exists as a ‘taboo’ to be critically referred to.

Media accountability, that is, the media’s recognition and practices of their social *raison d’etre* might be defined by and differentiated into the following nine functions: (1) to provide accurate information; (2) to offer opinions and editorialize; (3) to serve as a forum for the exchange of views among citizens; (4) to educate; (5) to spearhead a broad array of campaigns on a society-wide basis; (6) to entertain; (7) to provide a medium for advertising; (8) to promote social welfare; and (9) to report on natural and manmade disasters and protect people from such disasters.

The conclusion wrought by the amalgamation of these nine points is this: the principal social function of the media is to pro-

vide their audience with information that serves as a key and basic tool in the construction of a better and truly civic society. Ultimately, the media must serve to protect the lives and possessions of their audience. However, that public service is not sufficient or rather is in a profound shortage in Japan, which was unfortunately proved in the news reports on the recent severe Fukushima nuclear accidents led by TEPCO (Tokyo Electric Power Corporation) and the central government of Japan.

In the present Japanese media, advertisements outnumber feature articles in newspapers, while more than half of the prime-time broadcasts on television are entertainment programs. Newsgathering organizations routinely withhold coverage of criminal activity committed by members of Japan's elite political and business communities – crimes that are relevant to the people's right to know – despite having learned of these crimes in advance of the police investigation. The media may devote copious reportage to a few individual cases, but they face obstacles in providing much information in the way of structural reforms to prevent future infractions, where technological innovations are not so effective.

THE INSTITUTIONAL ROLE OF JOURNALISM IN THE CONTEXT OF THE CAMPAIGN FUNDING CRISIS IN FINLAND

Sinikka Torkkola
University of Tampere, Finland
sinikka.torkkola@uta.fi

Anne Koski
University of Tampere, Finland
anne.koski@uta.fi

The “election campaign funding crisis” is the popular name in Finland for a string of political actions, public discussions and media revelations that concern unclear or hidden election funding and suspicions of political corruption. The crisis started in the spring of 2008, when the chair of the Centre Party parliamentary group revealed in a TV show that because there is no punishment for a violation against the election funding law, he had not made any public declaration of the budgets of his electoral campaigns as the law provides. A chain of different kinds of media revelations started from this disclosure which opened up public discussions on the problems of the election funding and suspicions of political corruption. In some cases, the revelations also led to criminal investigations. Today, more than three years after the first revelation, the crisis is not over and there are still some ongoing legal cases. In the public discussion it is also said that the crisis has changed both the journalistic and political norms and practices in Finland. Furthermore, it is said that the crisis is an explanation for the last general election result where the populist, conservative True Finns Party won the election and all of the so-called old parties lost votes. The Centre Party, which was the most involved in the crisis, lost 7.3 % of its votes, and the True Finns won 15% more votes than in the previous parliamentary elections in 2007.

In this paper, we will outline what self-understanding by journalism of its institutional role and of the relationship between political and journalistic institutions is and how, in the context of the election funding crisis, journalism defines and redefines its monitoring tasks and institutional role. The empirical data are contained in editorials, columns and news comments. There are 977 texts altogether which have been collected from 20 Finnish newspapers – including 1 nationwide paper and 10 regional newspapers, 2 tabloids, 1 financial newspaper, 1 farming newspaper and 5 newspapers owned by political parties. The data concern three cases: the start of the crisis in May – June 2008; the revelations concerning the hidden election funding and the connections between political parties, politicians and companies and pension institutions in June – July 2009 and the so-called “lumber pile” crisis, when a TV program of the national broadcaster YLE accused the then Prime Minister of corruption. The latter sub-data were collected at two different times: the first part was gathered when the program was broadcast and the second part when the Council for the Mass Media in Finland made a decision on the case.

It is not common for journalism to reflect its position or institutional role in society. According to the preliminary findings, self-understanding of journalism is deeply rooted in the monitoring role of journalism. Journalism likes to see itself as the Fourth Estate which controls power and not as an essential part of the power system. There is competition in journalism between editorial offices and media houses, but when journalism perceives even a small hint that self-control of journalism is threatened, it closes ranks and puts up a collective defense against all intentions of asking for more control of the media.

NEW TECHNOLOGY, NEW PROFESSIONAL PRACTICES: ON OFFICE AND COPY-PASTE JOURNALISM. A STUDY ON THE SOURCING PRACTICES IN ROMANIAN NEWS MEDIA

Natalia Vasilendiuc
University of Bucharest, Romania
nvasilendiuc@gmail.com

In my presentation for this conference, I will try to give an answer to the question “How does the Internet influence the professional practices of the Romanian journalists?”, by using the results of a qualitative research “The professional practices and constraints of the Romanian gatekeepers/journalists” which was carried out during December 2010 and January 2011 on a sample of 73 journalists from 67 local and national media outlets (11 television channels, 11 radio channels, 33 newspapers (daily and weekly) and magazines, three news agencies and nine online media).

The research data revealed that the Internet has changed quite to a great extent the journalistic practices of collecting, verification and dissemination of the information. The Internet has become for gatekeepers their main source of information and the space where they post news that would not have been broadcast by print and audiovisual media. The dissemination process occurs so fast that some media sites have created news time keepers, where all posted contents are counted per minute. As a result, the Internet represents a kind of waste bin, where the gatekeepers throw equally outdated, politicized, unverified, invented or even unfiltered information. Frequently, the sorting and correcting of information occurs *post factum*, sometimes with one day delay after the event was broadcast by media sites. Therefore this news hunt creates many editorial inaccuracies, especially false information, inadequate photos or video, unverified stories, etc.

One of the perverse effects of this change is considered the creation of Google reporters and copy-paste and office journal-

ists. The Google search engine has become a credible source of information and surpassed the official sources on the gatekeepers' top choices. Verification of information is no longer a present day necessity for most young practitioners. For this reason some Romanian media, especially online media, abounds in misinformation. Its disclosure has no effect on the professional activity of journalists, as long as the number of suchlike contents is growing. Plagiarism is another noticeable effect of using the Internet as information source. Not being a regulated or sanctioned practice, plagiarism increasingly enters into journalists' routine. Most gatekeepers justify this situation by the lack of organizational/media resources and deadlines.

At the editorial level, the Internet has allowed merging executive positions. It has helped to streamline gatekeepers' editorial work, by reducing staff and by merging the editor and reporter positions. A high number of traditional media journalists are required to work simultaneously for the online media. This practice has increased the professional competitiveness and forced media practitioners to pay more attention to information exclusivity. In some Romanian editorial offices, the Internet has allowed decentralization of decision-making, giving employees the opportunity to take decisions on their own about the quality of the disseminated information. In the newsrooms where this type of structure is not supported, the Internet has become only a tool to communicate quickly with field reporters and to take real time decisions on the journalistic contents. Only a few of the 1990s generation journalists have adapted to new conditions. Some of them could be found mainly in traditional media and others have left the profession. Their places have been taken in a short time by technologically savvy young journalists who managed to quickly change the relationship between the quality and quantity of the news.

One of the immediate effects of using the new technology has been the diversification of media contents. Even some quality media preferred to draw the audience by re-branding their image. The Internet has forced the Romanian media to use the web tools to promote and adapt to new media market require-

ments. For most of the media organizations, the Internet has become an extremely profitable economic solution to achieve organizational targets by reducing media costs and by attracting new audiences (especially the youngest one). One major change was rethinking its standing towards the public. For most gatekeepers, at least at declarative level, the Internet is a harbinger of the public requirements and criticism, and a barometer of news consumption which guides them to create the media agenda. In fact, the public's role in the journalistic practices is extremely low. It remains to be only a receiver of media contents. The professionals reject the public's intervention in their activities because of its (public's) lack of preparedness to face the challenges of the journalistic profession. Through these specific messages Romanian practitioners have attempted to delimit the boundaries of the journalistic profession, accepting the public only as a passive consumer of their products. This situation appears extremely confusing as long as in nowadays Romania the profession of journalist opens its borders for various categories of professionals, while the genuine journalists may practice other professions. The most common example is that of the journalist-politician who strives to substitute political institutions. The desire to be a power in the state, even the first power, leads the journalists to declare that they are the real opposition. The formation of televised parties or governments has become a common practice. Using the professional prestige, journalists turn into politicians. They actively participate in election campaigns and become a mouthpiece of political parties regardless of their orientation. Basically the journalists overestimate their activity being legitimated by the authority they have on the public.

ARE JOURNALISTS REALLY THAT DIFFERENT? A COMPARATIVE LOOK AT THE DEMOGRAPHICS, ROLES AND VALUES OF JOURNALISTS AROUND THE WORLD

David H. Weaver
Indiana University, U.S.A.
weaver@indiana.edu

This presentation compares journalists from more than 30 countries in a forthcoming book by David Weaver and Lars Willnat, eds., *The Global Journalist in the 21st Century* (New York: Routledge, in press) to illustrate the wide differences among these journalists in age, gender, education, perceptions of most important roles, and acceptance of various reporting methods.

The findings from the studies included in this book suggest that the typical journalist is still primarily a fairly young college-educated man who studied something other than journalism in college, and who came from the established and dominant cultural groups in his country. In several countries women are as well-represented as men in journalism (China, Finland, Malaysia, Russia, Singapore, Slovenia), which is a notable change from a dozen years ago, when there were no countries where women were as numerous as men in journalism.

The professional roles that most journalists agree on are the importance of reporting objectively and accurately, getting information to the public quickly, and providing analysis of events and issues. There is less agreement on the importance of being a watchdog on government and providing access for members of the public to express themselves. Beyond these roles, there is much disagreement over how important it is to provide entertainment.

Journalists also sharply disagree on whether some ethically questionable reporting practices might be justified in the case of an important story. The only practice that seems almost universally agreed upon is not revealing news sources who have

been promised confidentiality. There are large differences of opinion on whether it might be justifiable to pay for information, to pose as someone else, to badger or harass news sources, and to use personal documents without permission. There is more willingness overall to use business and government documents without permission and to get employed to gain inside information.

These differences are not easily explained in terms of geography. They probably have more to do with the cultural norms and journalistic traditions of each country than with region of the world or differing political systems, in contrast to journalistic roles, which seem to be more closely linked to political system than to culture.

Future studies should explore the reasons for these agreements and disagreements in more depth.

SOCIOLOGICAL CULTURE AS AN ESSENTIAL ELEMENT OF PROFESSIONAL JOURNALISTIC CULTURE

*Maria Anikina
Lomonosov Moscow State University, Russia
maria-anikina@yandex.ru*

The paper based on the notion of public sociology is focused on the role of sociology and its social mission from the viewpoint of the media system. It deals with the problem of professional competencies of modern journalists and suggests the necessity of sociological culture for journalistic professional standards.

Social development presumes the formation of citizens through the evaluation of the social process in an adequate mode, therefore the quality and correctness of the presentation of sociological information in the media becomes extremely important.

Getting topical information of high quality dealing with the main significant social problems in this or that way promotes the formation of civic consciousness and the development of social responsibility among the citizens.

But quite often the audience expresses doubts about the impartiality and truthfulness of sociological data. Nevertheless, besides the evident skeptical attitude of diverse social groups towards sociologists, their work and its results, the situation is far from definitely negative. More than half the Russian population (53%) is still interested in sociological studies, 67-69% of Russians trust them and 50% consider the publication of sociological data and results on some mode necessary. According to the poll results, sociological information is important for politicians, sociologists themselves and for the mass media.

Consequently, the need for sociological information in the public sphere is high in Russian society, and journalists are the main mediators of this kind of knowledge. This is also connected with the formation of the so-called “sociological imagination” essential, according to the Polish sociologist P. *Sztompka*, for society to realize itself”. As he wrote, this necessity increases in democratic societies, where civil activity influences people’s destinies in a significant way.

The interest of the media community in the sociological sphere is perfectly seen and is becoming more and more active. It is possible to fix two-times rise of attention of the print and online media in Russia to sociological information in the past 5 years (which could be regarded as a positive factor because it helps to enlarge the population’s awareness). At the same time it seems curious that the number of studies realized by journalists and editorial boards themselves also increases.

The conducted longitudinal analysis of two dozens of national-wide media outlets (daily newspapers, weeklies, the media of general interest and the niche press) leads to the conclusion about the development of sociological literacy of journalists and the media in general. A more thorough use of sociological information, more correct description of the data, more professional and concrete presentation of sociological studies made in accordance with existing requirements confirm this conclusion.

But in spite of the above-mentioned positive dynamic, the discussion on existing problems, such as the quality and validity of information presented in the mass media or the lack of specific competencies of professional journalists, seems to be still very important. We have to acknowledge the insufficient level of competencies demonstrated by Russian journalists working with sociological information and try to find effective ways to improve this situation.

This discussion is taking place at the moment when the standards of journalistic education in Russia are being revised. Therefore, there is a chance to enrich university curricula for

the students of journalism with courses focused on their “sociological literacy”. This change – if implemented – is likely to make an impact on the system of professional education and, consequently, on the general professional culture of Russian journalists.

AXIOLOGICAL CONSENSUS AS A CHALLENGE FOR JOURNALISTIC CULTURE IN RUSSIA

Victor Khroul

*Central European University, Budapest, Hungary
Lomonosov Moscow State University, Russia
amen@mail.ru, victor.khroul@gmail.com*

Axiological consensus understood as agreement on basic values is considered to be the necessary condition for social order and stability in democratic society. Social organization maintains its stability through codes of morality – basic axioms of self-integration and social interaction.

Consensus as an axiological set of values may be described as a result of interaction, dialogical processing of different opinions, positions, attitudes and beliefs sometimes aggregated into larger structures like platforms.

Pluralism as a possibility and actual existence of free opinions' expression is a departing point on the way to consensus and its precondition. But – besides pluralism – consensus has another precondition – well-managed dialogue, which leads to common agreement on values.

Pluralism and consensus are two “pillars” of dialectical approach to value agreement. Pluralism without horizontal communication in society leads to “atomization”. On the other hand, authoritarian models of the implementation of consensus do not presume dialogue at all.

The notion of consensus according to Rousseau presumes a way for individuals to remain free while being subject of collective decisions. Consensus remains the gold standard of political justification.

J. Habermas considers consensus as an ideal for public agreement: “The democratic principle states that only those statutes may claim legitimacy that can meet with the assent of all citizens in a discursive process of legislation that in turn has been legally constituted” (Habermas 1996, 110).

Other scholars favor consensus as a “modus vivendi” for conflicting values, describing it as a “minimal conditions of public order”, preventing from “centrifugal” tendencies (Galston 2002, 65-78). According to the Australian social philosophers J. Dryzek and S. Niemeyer, decisions “are democratically legitimate to the degree they are structured by free and reasoned consensus among individuals subject to them” (Dryzek, Niemeyer 2006, 648).

Three kinds of consensus – axiological (normative), epistemic and preference – are described by J. Elster (Elster 1998, 100). Axiological consensus refers to agreement regarding values driving the decision process, epistemic consensus refers to the judgmental aspect of preference formation and preference consensus means agreement about what should be done.

Axiological consensus involves recognition across difference and as such facilitates cooperative search for mutually acceptable solutions to joint problems while respecting value differences that can remain; epistemic consensus for its part can enable creation of problem-solving public; preference consensus produces agreement on the dimension along which the choice can be structured.

In practice, axiological consensus is especially urgent in situations featuring deep difference in identities and value commitments (this is exactly the Russian case).

The logical and processing sequence “pluralism – dialogue – consensus” in contemporary Russian context has problematic fields located in the dialogue area. More or less developed pluralism can be observed and empirically fixed. Other difficult questions are: how the above mentioned opinions, positions, attitudes, values, beliefs have been formed in mass consciousness and to what extent they correspond to reality. And these could be a good subject of separate research.

Pluralism without well-managed dialogue causes the failure to achieve consensus. Therefore, it is more reasonable to describe contemporary Russian mass consciousness as a number (not system) of “atomized” opinions with huge opportunities for manipulation and for aggregating the opinions into “loyal” plat-

forms pretending to be “signs” of social consensus. In fact, it is artificial consensus, “quasi-consensus”.

And this is a serious challenge for Russian journalism as a social institution functionally responsible for organizing, managing and promoting dialogue in order to achieve agreement on the basic values in Russian society. The social need to manage diversity turns journalism into the position of a facilitator setting up the frames and conditions of social dialogue.

The role of contemporary Russian journalism in managing dialogue on values may be illustrated by the coverage of one case. On the 25th of January 2011, the Russian Orthodox Church presented for public discussion a list of “eternal Russian values”. According to one of the co-authors of the text, archpriest Vsevolod Chaplin, the project entitled “The National System of Values” had been elaborated in order to “fill in the vacuum of values in society.” (Chaplin 2011).

The list of values included eight public virtues ranked according to their importance – justice, freedom, solidarity, unity, self-restraint and sacrifice, patriotism, welfare and love. Each point was accompanied by a commentary: freedom presumes personal freedom, freedom of expression and freedom of conscience and sovereignty and independence of the Russian people. According to Chaplin, these virtues have remained invariable in Russia “despite all the conservation and modernization processes.”

The Russian Orthodox Church called for the public debate of the document, saying the list was not fixed and could be amended. “There were many interesting comments, and some of them are included in the document. It will be further updated and modified in line with the debates involving various non-government organizations,” Chaplin said.

But this call was almost ignored by the Russian media and was almost invisible in the Russian public sphere – the dialogue on values failed because of the journalists’ ignorance. On the very first day the document was widely and fairly acidly commented on the Internet, but the big media were almost silent about the initiative, and the discussion died from the very beginning.

The question is who is passive – journalists, the audience or both? The question is always urgent in societies where the rules of the game and the framework of interaction have not been established in a democratic way but have been determined from above.

Public dialogue management is an essential part of journalistic culture. The case described above explicitly shows a lack of comprehending the necessity of public dialogue and the accountability in the professional culture of Russian journalists. (Another question is whether this “dialogue manager” is free enough in Russia to be an independent and influential actor?)

The challenge for the journalistic culture in Russia is much wider as it is located not only in the promotion and elaboration of axiological consensus but also in the comprehension of the key role of journalism in social dialogue, and axiological consensus may become just one of the positive consequences of managing social discussion in public interests.

BETWEEN NEWS DESKS, SOCIAL NETWORKS AND CLICK COUNTS – CATALYSTS OF CHANGE IN SWISS JOURNALISM

*Vinzenz Wyss
Zurich University of Applied Sciences (ZHAW)
Institute of Applied Media Studies (IAM)
vinzenz.wyss@zhaw.ch*

*Annina Stoffel
Zurich University of Applied Sciences (ZHAW)
Institute of Applied Media Studies (IAM)
annina.stoffel@zhaw.ch*

Over the last ten years, the Internet has been a key factor in the change of journalism (Bivens 2008, O’Sullivan/Heinonen 2008, Plesner 2009). New technologies and journalistic practices have led to new norms and a different understanding of journalistic roles; and media content is increasingly produced for converging news channels (Pavlik 2000). This change in journalism can be seen as a recursive process, where new technology, journalistic practice, norms, principles and journalistic identity is mutually influencing each other (Giddens 1984, Preston 2009). It can further be assumed that the change manifests itself mostly in four areas:

- 1) forms of editorial organization
- 2) use of and access to news sources
- 3) interaction with the audience, including the use of user-generated content
- 4) the co-orientation with other (online) media.

The combination of structuration theory and a model around these four aspects formed the approach for an empirical research project which aims at describing how the internet is changing journalism and how journalists and news organizations deal with and react to this change.

The mentioned research project was carried out in two language areas in 12 Swiss newsrooms of different kinds. Jour-

nalistic practice, newsroom routines and processes were observed and roughly 50 qualitative interviews with editors were carried out to find out how online technology is being used and how it has changed not only everyday practice, but also editorial organization and journalistic norms. The focus has been laid on the editorial organization, because it was assumed that this is where journalistic norms and principles mostly manifest themselves.

Findings show that the Internet has significantly altered not only everyday practice, but also the way how journalists see their own role in the creation of the public discourse. First findings also show that this change has both the potential to help journalism to extent its performance in society, as well as to harm the quality of journalistic work and products.

In the presentation we will focus on the following aspects:

Journalistic Research: Google knows best

The majority of the polled journalists confirmed the statement that the journalism research is reduced on the 20 first hits on Google. With this practice, some of them express their fears about forcible coordination of journalistic content throughout Google. Furthermore, there are various opinions on the defining significance of online research, best split up into three groups. The first confirms that, thanks to the Internet, there is more information and it can be accessed more efficiently, taking less time. “Back then one had to go for days to the libraries, now it costs you five minutes.” They believe that this aspect increases the variety of information and point of views.

The second group puts this into perspective: the myriad amounts of information pertaining to research that is available via the Internet generated complaints about “bad” quality. One must always remember the non-filtered nature of the Web. „With the Internet investigate is like to drive with GPS. It is much simpler to come to the end, but one does not know afterwards where one drove along, and one does not know the way to a goal”, said an interviewee.

The third group asserts that the originally diverse media content becomes more and more similar, since journalists will use the same search engine and visit the same websites.

Social Media: not yet daily work routine

The picture of a modern investigative journalist is of someone who uses every channel to gather information and is an experienced user of social media such as Facebook, Twitter, etc. But in reality things are different: most of the interviewees make only first experiences and do not use social media in their daily work routines.

There is ambivalence. Some journalists think that they find further aspects to a story in Facebook what they mainly find is usually limited access to photos or further aspects to persons. In addition, social media are also used (very rarely) as a research tool: to follow and link relations between people. For some journalists the number of 'likes' or 'friends' could be also an indicator for the relevance of an issue, story or person. But again it has to be highlighted that only few journalists can see the sense of these applications for their journalistic work.

Overall, it can be said that Internet as a new technology contains numerous catalysts of change in Swiss journalism. In spite of this cognition, journalism and journalistic practice is depending on factors other than technology as well and must thus be understood and analyzed in relation to the framework of norms, resources, existing journalistic culture and other factors.

MEASURING PRESS DIFFERENCES: AN UPDATE

Xu Xiaoge
Nanyang Technological University, Singapore
txgxu@ntu.edu.sg

As part of my ongoing research project on mapping, measuring and modeling media differences and also a follow up of what I presented at IAMCR regarding mapping media differences in non-Western countries, this paper presents proposed approaches and methods in measuring media differences in different countries. It consists of three parts. The first part deals with the proposed approaches and methods of measuring media differences at the normative level. The second part handles the ways the empirical differences should be measured. And the third part explores the methods of measuring the differences between the normative and the empirical. It concludes by paving the way for the third part of my research project: modeling media differences around the world.

TRAGEDY ON THE RUSSIAN TV SCREEN'11: ETHICAL AND NORMATIVE ASPECTS

Yuliya Yakusheva
Lomonosov Moscow State University, Russia
yyakusheva@gmail.com

Sometimes it seems that television is not associated with life. On the screen we see a different reality that is gradually accepted as the first and only. In March 2010, when at the underground stations “Park Kultury” and “Lubyanka” more than 40 people were killed, major television channels were silent for two hours about that. They showed a film about Nadezhda Babkina’s private life, the programs “Culinary duel” and “Malahov +”... Domodedovo airport terrorist attack this year has once again demonstrated the gulf between TV screen and the real life. The first reports appeared on *Dosht’* and *Rossiya 24* channels. On *Perviy Kanal*, *Rossiya 1* and *NTV*, reports appeared an hour and half after the incident. No one changed the broadcasting grid or organized a “crawler” about what had happened at Domodedovo. The audience was briefly informed in the scheduled news releases, rather than in special releases. And in between the news, scheduled series, talk shows and commercials were on the screen.

Moscow ratings that evening showed that people were interested only in news. The highest audience share – 30% of the Moscow viewers – watched the news on *Perviy Kanal* at 18.00: the first large amount of information about the attack was given. The news finished, and the audience declined. Even more demonstrative the situation was on *Rossiya 1*. *NTV* showed the same trend.

None of these three channels went beyond their traditional time frames in the evening news. There was also a small attempt to analyse. There were two exceptions: Michael Osokin on *REN TV* channel night news and Sergey Minaev in an *NTV* special program shown live at 11.30 p.m.

For most Russian viewers television is still the main, and often the only source of information because of its accessibility. But what should theoretically occur on TV in an emergency takes place on the Internet [Brayne, 2007]: prompt notification, organizing transportation, public disclosure of hospital addresses and necessary phone numbers ... Television is obliged to verify the authenticity of the facts in order not to spread rumours and misinformation causing panic, which the Internet provides in bulk. But at the same time it should inform in accordance with an event to stabilize the social needs and safety [Mogensen, 2008].

When it became known about the tragedy with the steam ship “Bulgaria” on the Volga river, the main federal channels, without waiting for the official mourning announcement, laid out the Sunday broadcasting schedule differently (although advertising was not neglected either), organized a teleconference with Kazan’ and returned to a live discussion of what had happened.

But Friday – ratings! – and it was Friday. At the end of the week Andrey Malakhov celebrated on *Perviy Kanal* the tenth anniversary of his program “Let Them Talk”. After that, a documentary “The Black Cruise» about “Bulgaria” was shown. Celebration and sorrow were separated by comma: shots of merriment in the studio interspersed with the announcements of the movie. Grigory Leps with a huge concert crowned the night program.

After “Bulgaria” had sunk, national mourning was declared in the country. After the plane with “Lokomotiv” hockey team had crashed (September, 7th), mourning was declared for some reason only in Yaroslavl’. The day of the mourning was Friday again, and Friday dictated its own rules: in the evening there was Yurmala anniversary comedy festival “Speaking KiViN” on *Perviy Kanal*, and almost at the same time on *Rossiya 1* – a festival of comedy programs.

The tragedy on the Volga last July forced TV to remember its main purpose: to inform, to analyse and to warn. It was found, however, that the suitable “formats” for such a discussion had gone for summer vacations. There was only a talk show “Let

Them Talk” on *Perviy Kanal* and “On Air” on *Rossiya 1* channel. The shows were hastily rebuilt on the ground of the fact that in the times of trouble people need to be talked to especially humanely and professionally. But interviews with victims, their relatives and friends are a delicate matter [Coté, 2000; Potter, Ricchardi, 2009].

Some questions and remarks by the show presenters sounded abominably. On the day of the air crash in Yaroslavl, Andrey Malakhov “buried” a hockey player that was still alive at that time.

It seems that television has forgotten how to talk with a human intonation. Its intonation is fake, sugary-sweet, or pretentious. The problem is not in shutting down entertainment programs. But in what the media can do in the days of mourning: honour the memory of those who died and awake sympathy. This is the so-called second act in tragedy story telling: victims’ profiles as a combination of injury and recovery [Ochberg, 1999]. There was a lack of profile stories about the deceased hockey players and the plane crew... *REN TV* channel initiated documentaries about the deceased. But it was done in the same style as the “yellow” documentaries, with an intonation that usually voices any documentary horror.

And finally, let us discuss the role of television in the days of the tragic events. What and whom are all these discussions and debriefing for? For just soothing the viewers? It is still unknown what conclusions have been drawn through these memorial TV shows and whether something has changed in the country, something that will possibly help us to avoid such disasters.

PART II

ЧАСТЬ II

РЕГИОНАЛЬНЫЕ СМИ РОССИИ: МУЛЬТИМЕДИА И ЭКОНОМИКА

*Валерий Викторович Бакшин
Дальневосточный федеральный университет
vvb-1@yandex.ru*

Информация играет важнейшую роль в жизни современного человека. Тем более сейчас, когда появились новые технические возможности для широкого доступа населения к информационным ресурсам: на смену традиционным СМИ приходят новые виды медиа. И хотя жители России по-прежнему предпочитают получать новости по телевидению (по данным фонда «Общественное мнение» таких 87%), интернет-СМИ все активнее внедряются в нашу жизнь. Не случайно сегодня и традиционные СМИ – газеты, журналы, телевидение и радиовещание – внедряют в свою деятельность интернет-технологии. И если еще сравнительно недавно интернет-сайты традиционных СМИ пытались быть похожими на свои «материнские» издания, то сегодня уже сформировался новый вид СМИ – сетевые издания. Так, в Приморском крае вместо сайта газеты «Владивосток» появляется интернет-издание Vladnews, зарегистрированное как информационное агентство, сайт информационного агентства PrimaMedia дополняет онлайн-телевидение PrimTV, на сайте филиала ВГТРК «ГТРК «Владивосток» можно не только прочитать сводку новостей, но и в онлайн-режиме посмотреть телеканал «Россия-1» и послушать «Радио России».

С внедрением в журналистскую практику новых технологий существенно меняются условия и методы работы сотрудников редакций. Корреспонденты информационного агентства PrimaMedia, отправляясь на задание, берут с собой не только традиционные ручку с блокнотом, но и фотоаппарат и видеокамеру. Несколько лет назад в ГТРК «Владивосток» (Приморское телевидение и радио) была создана единая служба информационных программ телевидения и радиове-

щения. Однако сегодня журналисты ПТР кроме теле- и радиосюжетов, должны одновременно готовить и материалы для сайта ptr-vlad.ru. По существу на базе традиционных СМИ формируются мультимедийные редакции, в которых журналисты должны уметь готовить материалы для разных видов СМИ.

Видимо, именно таким путем пойдёт в ближайшие годы региональная журналистика, столкнувшаяся в последнее время с серьёзными экономическими проблемами. Так, печатные СМИ Приморского края, ещё каких-то 15 лет назад игравшие ведущую роль в общественно-политической жизни региона, неуклонно теряют подписные тиражи. Ежедневная газета «Владивосток», тираж которой в середине 90-х годов превышал 100 тыс. экз., в сентябре 2011 г. выходила тиражом 8 тыс. экз. («толстушка» по средам – тиражом 16 тыс. экз.) За четыре года (с 2007 по 2011 г.) подписной тираж «Владивостока» сократился на 40 проц. (с 22,4 тыс. до 13,4 тыс. экз.), подписной тираж «Комсомольской правды» уменьшился на 34 проц. (с 15,5 тыс. до 10,3 тыс. экз.), тираж делового еженедельника «Золотой Рог» – на 21 проц. (с 2,3 тыс. до 1,8 тыс. экз.). И если в 80-х годах мы считали, что на среднюю приморскую семью приходится более 3-х газет и журналов, то теперь хорошо, если одно печатное издание приходится на три семьи.

Снижение подписных тиражей отразилось и на экономическом положении местных газет. Если в 90-х годах многие краевые издания Приморья работали с прибылью, то сейчас даже ведущие местные газеты выживают только за счет финансовой помощи учредителей. Перестала выходить популярная в крае газета «Ежедневные новости», осталось лишь онлайн-издание novostivl.ru. «Утро России» из ежедневной газеты «переформатировалась» в еженедельную. Отказалась от второго еженедельного выпуска деловая газета «Золотой Рог».

Нелучшие времена переживают сейчас местные радиостанции. Исчезла из эфира популярная в своё время радиостанция «Радио Владивосток». Местные радиостанции «Лем-

ма» и VBC явно проигрывают в борьбе за радиослушателей (и естественно, за деньги рекламодателей) сетевым радиостанциям, прежде всего «Авторадио». Особенно тревожно, что большинство радиостанций работают только в крупных городах Приморья, в основном во Владивостоке, используя малозатратный FM-диапазон. Вещание на всю территорию края осуществляет на средних волнах только «Радио России» с врезкой «Приморского радио» (ГТРК «Владивосток»). Однако «Радио России» транслирует в основном московские программы: если несколько лет назад «Приморское радио» выдавало в эфир 18 часов вещания, то теперь только 4 часа – три часа утром и один днём.

Похожая ситуация и на телевизионном рынке Владивостока и Приморского края. Исчезла первая частная телекомпания «Восток-ТВ». Местные информационные выпуски сегодня готовят только 5 телекомпаний – ПТР (ГТРК «Владивосток»), «ОТВ-Прим», ТНТ, «Лица» и РВК. При этом последние три вещают только во Владивостоке, и, наоборот, новостные выпуски принадлежащей администрации Приморского края телевизионной компании «ОТВ-Прим» очень мало смотрят во Владивостоке, т.к. в краевом центре эта компания работает на 38-м телеканале с передатчиком мощностью 100 ватт и врезается двумя новостными выпусками в программы «России-2» на 6-м телеканале, который также имеет ограниченное вещание в краевом центре.

Лидером местного информационного вещания является ГТРК «Владивосток» (торговая марка ПТР). Однако после реорганизации компании сначала в дочернее предприятие ВГТРК (1998 г.), а затем в филиал ВГТРК (2005 г.), ГТРК «Владивосток» потеряла вещание на 6-м телеканале, а объём вещания на «России-1» сократился вдвое. Не исключено, что объём вещания ГТРК «Владивосток» будет ещё больше сокращён, т.к. компания после реорганизации в филиал ВГТРК и сокращения субсидий из федерального бюджета более чем в два раза испытывает финансовые проблемы. Московское же руководство решение финансовых проблем своего владивостокского филиала видит не в увеличении бюджет-

ного финансирования, а в сокращении штатной численности филиала и объёма вещания.

В этих сложных условиях региональные СМИ видят выход прежде всего в оптимизации редакционных расходов, в том числе и в объединении разных видов СМИ в одной компании, в создании мультимедийных редакций, что уже на практике осуществили информационное агентство PrimaMedia и филиал ВГТРК «ГТРК «Владивосток». Но современная журналистская практика ведет и к изменению в методах журналистского образования. Видимо, уже настало время переходить на подготовку мультимедийных журналистов, отказываясь от традиционного деления по специализациям.

ЖУРНАЛИСТИКА В УСЛОВИЯХ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО КРИЗИСА

*Светлана Дашиевна Балмаева
Гуманитарный университет Екатеринбург
svet54@list.ru*

Развитие социальных сетей в структуре Web 2.0 создало новую социальную реальность. Для нее характерна почти мгновенная открытая и прозрачная коммуникация. «Три года назад Фейсбук запустил открытую платформу, открыл сайт для внешних разработчиков. Сегодня миллион разработчиков во всем мире пишут сотни тысяч приложений для социальных сетей, пользуясь которыми вы можете вообще никуда не ходить, потому что у вас ВСЕ здесь, начиная от погоды и заканчивая играми и общением в группах по интересам» (из интервью Ю. Мильнера журналу «Форбс», сентябрь 2010 года, с.135).

Таким образом, впервые в истории цивилизаций возникает новый тип власти – власть организаций без организационных институтов (Clay Shirky “Here comes everybody”, Penguin books, 2008). Ее проявление мы видим в рождении новых культурных навыков и привычек. Как справедливо отмечает К. Ширки, рассматривая этот новый тип власти, «революции происходят не тогда, когда общество адаптируется к новым технологиям, а когда общество адаптируется к новому поведению».

Сегодня активный пользователь, используя возможности разных сетей, может

- сам создавать контент
- программировать его
- редактировать контент
- публиковать его

продвигать контент во всех интересных ему сетях в любое время и организовать вокруг предложенной им темы обсуждение.

Если тема окажется действительно интересной, начнется волновое «вирусное заражение». Так, благодаря особой «природе» социальных сетей, вокруг острой темы стремительно возникает, «конструируется» заинтересованная аудитория.

Для представителей «цифрового поколения» это – вполне естественный процесс, они обладают такими навыками и умеют достигать с их помощью собственных целей. Все то, что раньше могли делать только редакции, в которых работали профессионалы, обученные особым навыкам и с помощью дорогого оборудования (печатного или радиотелевизионного) создававшие медиапродукт, теперь может сделать один человек или группа. Эра СМИ (средств *массовой* информации), работавших по особым графикам и правилам, заканчивается:

- изменился сам цикл информационного производства: теперь освещение события может разворачиваться параллельно самому событию, если рядом окажутся гражданские «мобильные репортеры»; более того, у события может быть несколько интерпретаций, несколько версий;
- в итоге редакции утратили право «первой интерпретации события», право формировать «повестку дня», а значит и монополию на «конструирование социальной реальности»;
- в погоне за аудиторией редакции вынуждены «раствориться» в социальных сетях, работая в присущей им логике и семантике.

Означает ли это перерождение журналистики? Ведь почти полувековое симбиотическое сосуществование СМИ XX века и журналистики провоцирует странное предположение, что разрушение СМИ будет означать и «смерть журналистики». Но разрушение привычных каналов доставки содержания отнюдь не разрушает саму суть журналистской деятельности.

Прежде всего, это понимание общественной значимости темы; умение «развернуть» её для своей аудитории; умение «держат внимание», используя самые удобные для

восприятия данной темы средства (текстовые, визуальные, мультимедийные). Деятельность А. Навального, ведущего расследование коррупционных схем в российской экономике, объединившего вокруг себя целое сообщество помощников, есть правовая журналистика нового типа, хотя у него нет за плечами профессиональной редакции. Но А. Навальный затронул очень «больную тему», у него есть аудитория и эта аудитория доверяет ему. В то же самое время некоторые работающие редакционные коллективы могут создавать «нечто», что никто не читает, не смотрит и не слушает – производство медиапродукта есть, а журналистики в этом случае нет.

Конкуренция за внимание теперь более жесткая, само внимание более хрупкое, а потребность в информации, которой можно доверять, не исчезает. Тот, кто способен ответить на такой запрос, и есть журналист (неважно, имеет он «корочки», или нет). Пока людям нужна достоверная информация о мире, затрагивающая общественный интерес, журналистика не умрет. Значит, власть теряет «институт СМИ» как исторически исчерпавшая себя форма организации и доставки информации, но не журналистика.

Конечно, ситуация не столь однозначная. С одной стороны, тезис о том, что традиционные СМИ теряют аудиторию, теряют «право первой интерпретации события», теряют право устанавливать «повестку дня» и часто черпают материал в социальных сетях и у блогеров, кажется очевидным, но детальное исследование показывает, что 80% тем, обсуждаемых блогерами, взяты из СМИ. С другой стороны, успешные СМИ умеют использовать информационные волны, порождаемые в блогосфере, привлекая собственных авторитетных экспертов и перетягивая доверие аудитории на свою сторону. Успешные «традиционные медиа» умеют тонко и точно заставить социальные сети «работать» на интерес к своим материалам, привлекая внимание через свою «стену» в Фейсбук. Именно так «Лос-Анджелес Таймс» удалось привести читателей в газету после публикации анонсов на «стене»

о грядущей серии статей на тему легализации марихуаны в Калифорнии.

В новых условиях, возможно, будет существовать не одна «журналистика, к которой мы привыкли», а разные журналистики: журналистика «гражданского участия», журналистика блогеров, журналистика лидеров общественного мнения, которые могут теперь напрямую объединять свою аудиторию.

ФОРМИРОВАНИЕ НОВЫХ СТАНДАРТОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ЖУРНАЛИСТОВ В ТРАНСФОРМИРУЮЩИХСЯ ПРАВОВОМ ПОЛЕ И КОРПОРАТИВНОЙ СРЕДЕ

*Сергей Павлович Булах
Дальневосточный федеральный университет
12041961@bk.ru*

Современный этап развития информационной среды в РФ характеризуется несколькими отличительными особенностями:

1. Очевидна трансформация традиционной системы СМИ. Мировой кризис первого десятилетия в печатных СМИ проявляется в полной мере и в России. Стабильна тенденция нескольких последних лет к снижению тиражей всех печатных СМИ – федеральных и местных. Аудиовизуальные СМИ – радио и телевидение, которые, как представлялось ранее, должны были в меньшей степени затронуты другим кризисом – мировым экономическим – на самом деле не только значительно «провалились» по уровню рекламных доходов, но и оказались вовлеченными в так называемый кризис «носителей». Традиционное аналоговое вещание планируется и кое-где уже заменяется цифровым, эфирные радио и телестанции решительнее осваивают новые способы распространения сигнала – интернет. В этом процессе важен не только технический и технологический аспект. Появляется новая возможность для профессиональной реализации пока мало осознаваемая большинством журналистов. Ситуация сравнима с появлением телевидения. Тогда технологические особенности повлекли и изменение профессиональных компетенций. В конечном итоге весь спектр традиционных СМИ пребывает в незавершенной стадии трансформации, что, безусловно, влияет на формирование иных, отличных от устоявшихся принципов профессиональной культуры.

2. Характерным признаком последнего десятилетия становится процесс конвергенции СМИ, причем не только в традиционном понимании этого явления как сближения и взаимопроникновения разных типов СМИ, но и конвергенции профессиональных компетенций работников масс-медиа. Трансформирование традиционного инструментария, решаемых задач, перепозиционирования журналиста из **монополиста, владеющего средствами массовой информации** в «модератора» информационного пространства, выступающего в роли «маршрутизатора», **трансформатора информационных потоков**. В этой связи профессиональному сообществу еще только предстоит определить функции и статус журналиста в этом новом, совершенно непривычном качестве в новой информационном пространстве.

3. Наконец, очевиден факт серьезного изменения принципов поведения и стандартов в корпоративной медиасреде. Это результат тенденций монополизации медиаактивов в последние 15 лет, следствие перевода СМИ на функционирование в реальных бизнес-моделях. На трансформировании принципов и стандартов, конечно же, сказалась последовательная политика законодателей к сужению правового поля деятельности журналистов и СМИ, а также в целом безуспешные попытки совершенствования системы саморегулирования.

Отмеченные тенденции не являются единственными, но, с нашей точки зрения, доминируют, определяя дальнейшие тренды в формировании корпоративной, профессиональной культуры в журналистской среде.

Исследователи в начале века отмечали особую роль медиакритики в формировании профессиональных стандартов и культуры. Целый ряд авторов, в числе которых А. Короченский В. Тулупов и М. Симкачева отмечают, что в условиях активной трансформации медиасреды «современная российская журналистика, претерпевающая с середины восьмидесятых годов прошлого века коренные изменения, всё ещё не определилась с выбором ведущей модели профессионализма: «В профессиональном сознании и на практике

реализуются три альтернативные функции СМИ в обществе. Это управленческая функция, которая осуждается прогрессивно настроенными критиками, коммерческая функция, побеждающая сегодня в мире масс-медиа, и социально-объединяющая, гуманитарная функция» [Симкачева, 2006; Тулупов, 2006].

Современный журналист, вынужденный действовать в условиях, когда масс-медиа развиваются по новым бизнес-моделям должен проявлять присущие рыночным элементам черты – следование принципам конкурентной борьбы – стремление занять доминирующее положение, приоритет коммерческих целей над остальными. Исследователь М. В. Симкачёва справедливо указывает, что регламентированная «сверху» деятельность журналиста всё больше походит на работу сотрудника пресс-службы государства. И работодатели уже требуют от сотрудников таких навыков, как владение манипулятивными тактиками, умение найти сенсацию; меньше уделяется внимания компетентности, ориентированности на конечный результат (эффективность и действенность) и т.д. Именно с этим связана актуализация относительно новых качеств журналиста: *политизированность и корпоративный менталитет.*

По мнению А. Короченского, который в свою очередь ссылается на подсчеты исследователя К.-Ж. Бертрана, вне зависимости в доминировании одной из названных трех моделей, «в странах с развитыми демократическими традициями применяются около 40 различных видов прямого и косвенного, формального и неформального регулирования деятельности СМИ и журналистов, осуществляемого без непосредственного вмешательства государства и дополняющего государственное регулирование печатной и электронной прессы.

Основными мотивами применения подобных форм регулирования является стремление противодействовать ужесточению режима правового регулирования труда журналистов и функционирования средств массовой информации, побудить персонал масс-медиа придерживаться высо-

ких профессионально-этических стандартов, не прибегая при этом к «карательным» мерам.

Для общества, приверженного демократическим ценностям и идеалам, немаловажно присущее негосударственному регулированию свойство способствовать повышению доверия граждан к прессе, поскольку независимая, авторитетная и влиятельная пресса является важнейшим институтом демократии [Короченский, 2004]. Институты саморегулирования СМИ в РФ сегодня пребывают в очевидном кризисе, который порожден и последствиями системного кризиса отрасли в целом, а также кризисом политических институтов – неразвитостью структуры гражданского общества. В этой связи осознание объединяющей идеи для большинства журналистов и СМИ, как это было в период после теракта на Дубровке и при попытке законодателей исключить СМИ из процесса выборов в РФ, приобретает исключительное значение. Однако, в этом процессе и сам добровольный характер признания юрисдикции документов саморегулирования, и разные мотивации журналистов и СМИ не способствуют внутрикорпоративному диалогу и консенсусу. Напротив, сейчас все активнее, в отличие от 1994 года, когда был принят этический кодекс российского журналиста, действуют скорее центробежные, нежели центростремительные силы.

Наконец, немаловажное значение имеет тенденция перекроя правового поля журналиста. С одной стороны – многочисленные поправки в существующие законы, которые носят явно ограничивающий характер для выполнения профессиональных функций журналистов. С другой – появление новых инициатив, которые ломают в принципе сложившуюся систему правового регулирования медиадеятельности. Речь о третьем пакете поправок в уголовное законодательство, который внесен в Государственную думу Президентом РФ Д. А. Медведевым в четвертом квартале 2010 года. В соответствии с этими предложениями из числа уголовно наказуемых деяний исключается клевета. Она становится предметом административного кодекса. С одной стороны очевидная либерализация законодательства. С другой – дополнительная

сложность в отстаивании права на свободу слова для журналистов и СМИ. Как известно, в отношении уголовных дел в отношении обвиняемых действовал принцип презумпции невиновности. А к ответственности могли быть привлечены исключительно физические лица. Как и в случае с антиэкстремистским законодательством, новое административное может стать дополнительным ограничителем свободы (отсутствии названной презумпции невиновности) с одной стороны и способом сведения счетов с независимыми СМИ (привлечение к административной ответственности за клевету и юридических лиц, в том числе, редакций, учредителей, а также физических лиц, включая журналистов, главных редакторов). Формирование в новых условиях профессиональной культуры в журналистской среде очевидно столкнется с серьезными трансформациями в привычном понимании роли и функций, которые очевидно **уже** меняются и **еще** будут меняться вслед за системой законодательства, регулирующего деятельность масс-медиа в России.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ СООБЩЕСТВО: МЕХАНИЗМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Иосиф Михайлович Дзялошинский
*Национальный исследовательский университет «Высшая
школа экономики»*
imd2000@yandex.ru

Профессиональная деятельность журналиста осуществляется в рамках культурно и исторически обусловленного социального института (который обычно обозначается с помощью понятий «журналистика», «СМИ», «масс-медиа» и др.), представляющего собой механизм социальной регуляции данного вида деятельности. Через этот социальный институт, предъявляющий устойчивые требования к целям, функциям, задачам профессиональной деятельности, процесс и результаты ее реализации приводятся в соответствие с определенными образцами и стандартами.

В ответ на эти социальные регулятивы профессиональное сообщество вырабатывает комплекс принципов, норм и правил, которые целесообразно обозначить понятием «профессиональная культура». Профессиональная журналистская культура – это не только способы деятельности, схемы профессионального поведения, но и специфические способы межличностных профессиональных отношений, принятые в журналистике способы мироосмысления, профессиональные обряды, ритуалы (вроде клятвы журналиста) и т.п. Другими словами, профессиональная культура есть тот механизм, посредством которого складывается и самоосознается профессиональное сообщество журналистов как система взаимодействующих и взаимообусловленных профессиональных групп, механизм, с помощью которого профессиональное сообщество журналистов осуществляет одну из своих основных функций: формирование профессиональных журналистов, возведение их по ступеням профессионального самовыражения.

Следует заметить, что живой мир профессиональной культуры – это не только типичные формы деятельности, не только хранилище стандартов и стереотипов профессионального поведения, не только «память» журналистского сообщества, но и индивидуальное своеобразие, творческое воплощение и развитие форм профессиональной деятельности.

При вхождении в профессиональную среду начинающий журналист вступает в мир ценностей, охраняемых и поддерживаемых системой социальных норм, предписаний, запретов, санкций, которые обеспечивают стабильность профессионального сообщества. В ходе общения, сотрудничества и совместной деятельности журналиста и его окружения происходит все более глубокое усвоение профессиональных стандартов и ценностей данной профессиональной среды.

Внешние на первых порах нормативы должного профессионального поведения под влиянием обучения (использующего различные механизмы одобрения и порицания) и иных воздействий профессиональной среды, входят в сознание личности, оформляясь в определенную ценностно-нормативную модель профессионального поведения – продукт индивидуального опыта личности и коллективного опыта макро- и микросреды, воспринятого через образцы поведения и систему значений.

В результате глубинного усвоения и многократного повторения применения исходных профессиональных принципов, простых и всеобщих норм профессиональной деятельности, формируются стереотипы профессионального поведения, которые не осознаются как профессионально нормированные, так что вопрос «правило ли я действую?» обычно и не возникает. Принятый образ деятельности, став привычным, становится потребностью.

Профильрованные через личный опыт и профессиональную практику личности различные стороны и явления профессиональной деятельности, соотносимые с потребностями, интересами, целями индивида вызывают к себе определенные отношения и приобретают определенный смысл, выступающий формой выражения личностной значимости явления для чело-

века. Возникают оценочные отношения к явлениям профессиональной действительности. Эти профессиональные ценности как на уровне общепрофессиональной творческой среды, так и на уровне конкретных коллективов и единичных журналистов выстроены в иерархически организованные целостности – шкалы ценностей (разумеется, довольно часто эти шкалы у представителей разных профессиональных сообществ не совпадают, что может стать источником конфликтов). Можно выделить несколько видов оценочных отношений. Это, во-первых, отношение к принципам и нормам профессиональной деятельности, институтам, контролирующим соблюдение этих принципов; во-вторых, это отношение к отклонениям от общепризнанных способов профессиональной деятельности, в-третьих, отношение к органам, обеспечивающим поддержание определенного выполнения существующих норм и принципов деятельности; в-четвертых, отношение к собственной профессиональной деятельности (профессиональная самооценка).

Эти отношения выражаются в оценочных суждениях, которые могут быть получены с помощью известных методов, обеспечивающих большую или меньшую степень соответствия этих высказываний подлинным мнениям их авторов.

Каковы же пути формирования профессиональной культуры? В этой связи следует, прежде всего, указать на такой механизм воспроизводства профессиональной культуры как **традиция**. Именно традиции выступают средством аккумуляции и трансляции коллективного опыта деятельности, выраженного в социальных и профессиональных стереотипах. Подчеркиваем этот тезис, потому что многие руководители редакционных коллективов и некоторые исследователи слишком много внимания уделяют формальной стороне – разработке миссий и кодексов. Разумеется, редакционные миссии и кодексы могут помочь уменьшить внутренние конфликты, возникающие в условиях, когда люди имеют разные мнения о событиях, политике, субсидиях, рекламе, этике и проч. Однако вряд ли нужно доказывать, что попытки разработать некие кодексы профессионального поведения с явно авторитарными устремлениями и административно-

регламентационными механизмами контроля за поведением журналиста бесполезны и бессмысленны, если журналист не рассматривает профессиональную среду как лично значимое сообщество, все члены которого придерживаются примерно одинаковых профессионально-этических стандартов. Как только профессиональная среда расслаивается на несколько конкурирующих сообществ, так профессионально-этические стандарты из средства регуляции профессионального поведения становятся инструментом взаимного противопоставления разных групп профессионалов.

Другим важным носителем профессиональной культуры являются так называемые культурные герои, или точнее говоря – **герои профессионального сообщества**. Эти герои представлены определенными личностями, которые могут быть реальными людьми или воображаемыми персонажами, нашими современниками или легендарными личностями прошлых лет, но все они обладают характеристиками, которые получают высокую оценку в профессиональном обществе, и, таким образом, становятся образцом для подражания.

Разумеется, там, где есть герои, обязательно есть и антигерои, воплощающие в себе все мыслимые недостатки, отвергаемые профессиональным сообществом.

Исследование, проведенное среди студентов старших курсов факультетов журналистики нескольких российских университетов, показало, что независимо от региона, опрошенные называют в качестве героев и антигероев журналистики одних и тех же представителей профессии. Более того, отвечая на вопрос о том, почему тот или иной профессионал включен в группу героев или антигероев, участники исследования называли практически одни и те же профессиональные, личностные и нравственные качества.

Это дает основание для вывода о том, что в сознании даже начинающих профессионалов есть отчетливое представление о неких профессиональных образцах, на которые можно ориентироваться, выстраивая стратегию своей профессиональной самореализации.

ЦЕНТР И РЕГИОНЫ РОССИИ В МОДЕЛИРОВАНИИ МЕДИАСИСТЕМЫ

Юрий Михайлович Ершов
Томский государственный университет
ershov@newsmen.tsu.ru

В теории журналистики, как и в социальных науках вообще, взаимосвязь между политическим режимом и медиасистемой, как правило, не подвергается сомнениям. Вместе с тем эмпирические связи между двумя типами систем в научных исследованиях выявляются нечасто. Остро не хватает работ, в которых эмпирикой и профессиональной статистикой подтверждались бы данные о демократичности или авторитарности, советском (нерыночном) или постсоветском (многоукладном) характере современных российских медиа. Пилотное исследование томской кафедры телерадиожурналистики ТГУ охватывает взаимоотношения Центра и регионов как моделирующих факторов медиасистемы страны.

Региональная специфика исключительно важна для построения медиасистем со своими информационными пространствами. Даже руководители советского агитпропа с их тягой к централизации всего понимали, что близость местной прессы к своей аудитории – не пустой звук. Человек всегда чаще интересовался новостями своего населенного пункта и неизменно больше доверял сообщениям местных журналистов. Региональные особенности – это привязка новостных сообщений к данной местности и учёт информационных потребностей конкретных групп жителей. В сочетании с общенациональными СМИ региональные в освещении жизни достигают необходимого баланса общего и особенного, чужого, далёкого и родного, близкого.

Региональная пресса может считаться подсистемой прессы общенациональной, если СМИ в стране системно организованы. Однако региональная пресса может и противоречить столичным медиаканалам, конкурировать с ними и

создавать параллельную повестку дня. Синхронность или разнонаправленность информационных потоков на региональном и федеральном уровне зависит от того, доминируют ли в стране центростремительные или центробежные силы. Распад СССР и последующие общественные процессы были ничем иным как регионализацией. Это бурное время, когда единицы административно-территориального деления СССР (потом и Российской Федерации) приобретали всё новые права, статусы и полномочия. Страна на некоторый период сбросила с себя тяжкое бремя империи, а регион как самостоятельная территориальная общность начинал противостоять Центру по линии «демократия – авторитаризм».

Уровень институциональной децентрализации в 1990-е годы был беспрецедентно велик для нашей страны. Никогда прежде в медиасфере не было такой открытости и состязательности. Никогда прежде в России за всю историю периодической печати не доминировали по совокупным тиражам местные издания. Никогда прежде за десятилетия развития аудиовизуальных СМИ жители региона не отдавали предпочтения местным новостям в эфире перед программой «Время». Это значит, что порождение информационной картины дня было на время перехвачено у центральных каналов региональными редакциями. Регионы предстали как жизненные миры со своими правами и своими устоями. Люди начали идентифицировать себя по региональной принадлежности: сибиряки, уральцы, пермяки, поморы, кубанцы.

Однако эти процессы оказались обратимыми и, сделав шаг вперёд, российская журналистика отступила на два шага назад. Вскоре выяснилось, что региональная элита ничуть не лучше кремлёвских правителей. Стало понятно, что «региональные бароны» кроме успешных выборов ничем не интересуются, а прессу любят только в преддверии дня голосования. В отличие от далёкого московского начальства, которое руководило в удалённом доступе и оставляло какую-то свободу для самостоятельных решений, местное руководство склонно к мелочной опеке и в силу близости наблюдаемых процессов, как наказание, неотвратимо. Позиции, завоеван-

ные прессой в годы перестройки и гласности, были утрачены вместе с престижем профессии журналиста. Об этом многие говорили в подведении итогов 20 лет после путча ГКЧП.

Анализируя причины того, что процесс демократизации оказался обратимым, а знакомое по советской эпохе «Центральное телевидение» стилистически вернулось в виде нескольких федеральных телеканалов в эфир, следует подчеркнуть решающую роль государства, а точнее исполнительной власти. Именно эта власть оказалась главной угрозой публичной сферы и гражданского общества. Исполнительная власть всё время посягает на автономию СМИ и ограничивает плюрализм. Устанавливать контроль содержания в массовой медиа государство может вместе с доверенным бизнесом или в одностороннем порядке, но оно никогда не идёт на самоограничения.

После регионализации 1990-х «собрание земель» пре-емником Б. Ельцина и усиление государства во всех сферах общественной жизни оказалось переходом к авторитарной системе управления. Ещё в позапрошлом столетии европейские умы поняли, что в стратегическом плане децентрализация даёт больше народам, чем централизация. «Я не могу представить себе, – писал А. Токвиль, – чтобы нация могла жить и особенно процветать без сильной политической централизации. Но я думаю, что централизация административная способна только расслабить народы, ей подчиняющиеся, потому что она стремится безостановочно умалить в них гражданский дух. Административная централизация успевает, правда, соединить в данную эпоху и в данном месте все свободные силы нации, но она вредит воспроизведению этих сил. Она дает нации победу в день битвы, но она уменьшает с течением времени ее могущество. Она превосходно может содействовать преходящему величию одного человека, но непрочному благоденствию великого народа».

И сегодня в Европе происходят схожие процессы, когда централизм власти и управления сменяется волной децентрализации, и наоборот. В последние три десятилетия более отчетливо проявляется курс на децентрализацию, причем в

немалой степени под влиянием решений Совета Европы о развитии демократических институтов. Наиболее наглядно это видно во Франции, где с 1982 г. последовательно принимаются законы о децентрализации. В Конституции Республики Польша говорится о том, что территориальное устройство обеспечивает децентрализацию публичной власти (статья 15). На протяжении последних тридцати лет реформы по децентрализации государственного управления были осуществлены в большинстве европейских стран, а сам термин «децентрализация» по отношению к системе государственного управления приобрел исключительно положительные ассоциации. Целый ряд международных организаций, в том числе Организация экономического сотрудничества и развития, проводят регулярные измерения степени децентрализации различных государств.

В России в результате обратных процессов становится всё меньше информационно богатых и просто богатых регионов. По таким показателям развитости информационных рынков, как насыщенность производителями информационных продуктов, технологический уровень инфраструктуры СМИ, уровень потребления СМИ [Вартанова, 2003], регионы России деградируют. В нашей стране существует настоятельная необходимость в создании механизмов участия граждан в принятии решений, а также в стимулировании гражданской активности и форм самоуправления. В этом большую роль могла бы играть местная пресса, если бы были найдены механизмы её финансирования муниципалитетами. Журналистскому сообществу так же, как и профессиональному сообществу исследователей журналистики, необходимо активнее продвигать свои варианты реформирования российской медиасистемы в сторону большей самостоятельности, состязательности, демократизации и, соответственно, децентрализации.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ РЕДАКЦИЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ГАЗЕТНОЙ ГРУППЫ METRO И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РЕДАКЦИОННУЮ КУЛЬТУРУ

*Борис Васильевич Коношенко
Генеральный директор-шеф редактор газеты Metro Москва
boris.konoshenko@gazetametro.ru*

В борьбе за читателя и рекламодателя новостные печатные СМИ проигрывают развлекательным (телегидам, лайф-стайл изданиям, «жестким» таблоидам). По данным TNS, в TOP-5 изданий с самой большой аудиторией номера в Москве входят 3 телегида и всего две газеты – еженедельник «АиФ» и газета Metro. При этом Metro – единственное из московских ежедневных изданий, попавшее в этот рейтинг. Газета «Московский Комсомолец» в рейтинге аудиторий номера среди всех изданий только девятая, уступая в Москве даже классифайду «Автомобили и цены». Успех Metro объясняется во все не бесплатной моделью распространения, ведь у газеты много других бесплатных конкурентов. Востребованным оказался Infotainment-формат Metro: «клиповый» характер подачи новостей, множество иллюстраций, яркий дизайн, материалы достаточного качества, поданные динамично и развлекательно, постоянное обновление издания, большая доля интерактива с читателями, регулярных выпуск особых тематических номеров, выходящих одновременно во всех 22 странах Metro International.

Международный характер проекта, его четко сформулированный месседж «Мой город – и весь мир», стремление создать у читателей Metro ощущение мира без границ и мира безграничных возможностей, – определяют контент издания и влияют на внутреннюю редакционную культуру. Горизонтальные связи между редакциями Metro из разных стран мира, обмен идеями и наиболее яркими материалами, «международное творческое соревнование» – стали частью

ежедневной редакционной практики Metro. Знание английского языка теперь практически обязательно для журналистов газеты.

Metro жестко придерживается своей редакционной концепции, сформулированной в виде особого документа – «Metro Bible». К сожалению, наличие редакционной концепции и ее использование в каждодневной практике – редкость для российских изданий, где чаще формат издания формулируется главными редакторами вербально, а порой – просто понимается интуитивно. В «Metro Bible» четко описан формат газеты Metro и сформулированы правила, обеспечивающие редакционную непредвзятость, нейтральность и объективность издания. Кроме «Metro Bible», редакция ежедневно работает с большим и регулярно обновляемым каталогом шаблонов стандартных полос. Для Metro графическое решение каждой полосы не менее важно, чем текстовое. В редакциях Metro International применяются особые технологии: журналист/редактор сам выбирает из каталога шаблонов нужный дизайн полосы и сам пишет/верстает статьи прямо на своей полосе. Для журналистов Metro обязательным стало наличие навыков дизайнера.

Бесплатная модель издания предполагает, что оно, как и массовые телеканалы, окупается за счет рекламодателей. Основной целевой группой всего бизнес-проекта в таком случае становятся именно рекламодатели, которым медиа предлагает правильных читателей (редакционную целевую группу). Осознать необходимость выпускать газету жесткого формата, ориентированную на интересную рекламодателям целевую группу читателей – это вызов для редакций всех новостных изданий, основным источником дохода которых является реклама. Необходимость постоянного взаимодействия с отделом маркетинга при производстве газеты стала условием жизни современных редакций. В прошлое отошла позиция «Если журналисты сделают хорошую Газету – рекламодатели подтянутся сами». Metro, строго соблюдая правило различимости /раздельности рекламы и редакционного контента, периодически публикует креативные рекламные

форматы, когда рекламные модули нестандартной формы окружены текстом статей. Создающий полосу журналист при этом решает дизайнерскую задачу по гармоничному расположению креативной рекламы и редакционных текстов.

Бесплатная модель издания требует интенсификации труда журналистов, жесткой минимизации затрат на производство контента при сохранении его достаточно высокого качества. Редакции Metro в каждой из стран по численности очень небольшие, необходимое проекту качество контента достигается за счет обмена материалами между странами, и за счет интенсивных технологий производства полос. В последнее время к обязательным для сотрудника редакции Metro навыкам журналиста и дизайнера добавилось умение работать с интернет платформой и умение работать в социальных сетях.

С ростом значения интернета редакции приходится преодолевать конфликт между интенсивными газетными технологиями Metro и модными трендами по превращению редакций в «интегрированные ньюс-румы», когда контент производят и размещают в хранилище файлов одни (авторы), а в разные медиа-продукты эти файлы komponуют другие (редакторы). Этот «полуфабрикатно – конвейерный метод», к сожалению, приводит к образованию разрыва между автором новостных материалов и изготовителем медиапродукта, непосредственно потребляемого аудиторией. В созданных таким способом медиа может пропадать «нерв» и персональная энергия автора новости, очень важные на фоне обилия интернетного «копи-паста».

ОСОБЕННОСТИ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО КОНТЕНТА В ЖУРНАЛИСТИКЕ

*Диана Юрьевна Кульчицкая
МГУ имени М. В. Ломоносова
diana.kulchitskaya@gmail.com*

В книге “Понимание медиа” известный исследователь Маршал Маклюэн заметил, что все средства коммуникации являются расширением наших чувств, они представляют нашу нервную систему, вынесенную вовне [Маклюэн, 2007]. Сегодняшний день СМИ раскрывает глубокий смысл этой метафоры: в практику масс-медиа вошли мультимедийные технологии, а вместе с ними – и мультимедийные продукты. Они создаются с помощью многих знаковых систем из информации, получаемой всеми органами чувств, и обладают способностью передавать ее многообразие, воздействуя на все органы чувств адресата и вызывая у него мультисенсорные переживания.

Внедрение мультимедийных технологий в процесс массовой коммуникации вызывает огромные трансформации в индустрии СМИ и в журналистике как таковой. Во-первых, изменяется структура редакций, которые переходят на конвергентную модель функционирования. Во-вторых, изменяются роли и компетенции журналиста: ему приходится осваивать новые способы работы. Если раньше корреспондент мог отправиться на задание только с ручкой и блокнотом, то теперь он должен владеть новой техникой, поскольку обязан приносить в редакцию контент, представленный в разных знаковых системах. Его произведение включает в себя текст, звук, видеокартинку, фото и т.д.

В итоге рождается новый тип медиатекста – мультимедийная история, составленная из разных составляющих и призванная отразить разные грани освещаемого события. Такая история считается вершиной деятельности конвергентной редакции, ее эталонным продуктом. Теоретики Интернет-

СМИ дают следующее определение такому медиапродукту: “Мультимедийная история или статья – журналистский материал, в котором тема раскрыта с помощью различных медийных платформ – текстовых и аудиовизуальных средств, единство которых создает объемную картину события” [Интернет-СМИ: Теория и практика, 2010].

Эксперты американского агентства Associated Press придерживаются атомно-молекулярной теории мультимедиа. Они считают, что любая мультимедийная история состоит из так называемых “инфоатомов” и “инфомолекул” (статичной иллюстрации, фоторепортажа, аудиоиллюстрации, видеосюжета и т.д.), при интеграции которых получается полноценная мультимедийный продукт. То есть любой мультимедийный материал состоит из нескольких относительно независимых информационных единиц, которые связаны единым сюжетом и при объединении создают многогранный образ того, о чем рассказывает журналист.

Следует отметить, что такой мультимедийный продукт обладает особыми свойствами.

Голландский исследователь Т. Ван Дийк (T. van Dijk) рассматривает следующие характеристики мультимедиа: стратификацию, модульность и манипулятивность. Под стратификацией он подразумевает то, что пользователи могут найти больше информации об интересующем их вопросе и интерпретировать данные, упакованные по-разному: в виде текста, цифр, иллюстраций, фото, видео, анимации, звуков и т.д. Модульность в понимании исследователя связана с тем, что информационные базы данных состоят из отдельных частей (модулей), которые пользователь может отыскивать по отдельности или в любой удобной для него комбинации. И третья характеристика – манипулятивность, которая позволяет пользователю перетасовывать модули информации в любой последовательности [Perspectives on Multimedia: Communication, Media and Information Technology, 2004].

Одна из характерных особенностей мультимедийного контента связана с тем, что мультимедиа обладает большой интерактивностью. Этот новый тип медиатекста позволяет

аудитории из пассивного потребителя стать активным пользователем, имеющим возможность выбирать последовательность, в которой будет усваивать информацию. Кроме того, новая степень интерактивности СМИ позволяет аудитории превратиться и в производителя информации. Сегодня любой обладатель камеры или фотоаппарата может стать поставщиком контента для масс-медиа.

Существенно, что мультимедиа, несмотря на очевидную новизну, имеют глубокие корни, так как представляют собой воплощение идеи, к которой стремилась журналистика на протяжении всей своей истории. Средства массовой информации всегда пытались вовлечь как можно больше органов чувств в восприятие информации. Сначала газета предлагала читателю картинку и текст, работая со зрением, радио начало работать со звуком и задействовало слух, телевидению удалось интегрировать уже три типа информации (текст, картинку и звук). Мультимедиа же дало возможность воздействовать на множество органов чувств одновременно.

Появление мультимедиа стало возможным благодаря цифровой платформе, позволившей объединить разные типы информации, и развитию Интернета как плодородной среды, к которой имеют доступ множество пользователей. Причина того, что мультимедийные технологии получили такое распространение именно сейчас, связана с особенностью наших дней: на аудиторию обрушился огромный поток информации, а время на освоение этого потока ограничено. Потребителю продукции масс-медиа приходится просматривать содержание СМИ на бегу. А мультимедийный контент является наглядным и способствует быстрому усвоению информации, что, безусловно, является преимуществом в сегодняшней информационнонасыщенной среде.

ЭТИКА ФОТОЖУРНАЛИСТИКИ: ОБЛАСТЬ МОРАЛЬНОГО И ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

*Алексей Маслов
Воронежский Государственный университет
a-s-maslov@yandex.ru*

Результативность фотожурналистики во многом зависит от соблюдения правовых и этических норм. Свобода фотографа должна сопрягаться с ответственностью – правовой и этической. Этическая составляющая в значительной мере регламентируется профессиональными Кодексами. Однако многие положения подобных документов носят декларативный характер и не оказывают реального воздействия на деятельность конкретных журналистов. Противоречивость и несовершенство нормативно-правовой базы также не способствует безусловному соблюдению журналистами норм профессиональной этики.

Сказывается и существование двойных стандартов в обществе в отношении того, что может считаться этичным/неэтичным в журналистике. В ходе предпринятого автором социологического опроса подавляющее большинство респондентов продемонстрировало именно такой подход в отношении того, что можно и что нельзя делать темой фотографий, публикуемых в прессе. На вопрос о том, хотели бы читатели газет, чтобы их родственники, знакомые или они сами попали в объектив фотокорреспондента, 58% ответили отрицательно, мотивируя это тем, что «неизвестно, с каким текстом будет опубликован снимок», «я же специально не готовился, вдруг получусь неудачно», «не хочу, чтобы моя жизнь выставлялась на всеобщее обозрение» и т.п. причинами. При этом 61% респондентов отметили, что с интересом рассматривают снимки известных людей, а 47% не видят ничего плохого в том, что такие снимки могут быть скандальными. На вопрос о том, надо ли сопровождать материалы, за-

трагирующие личную жизнь конкретных людей фотографии-ми героев публикации, 46% респондентов дали однозначный ответ «да», еще 13% – «скорее да, чем нет».

Безусловно, фотографии, используются ли они для достоверного показа происходящих событий, для их иллюстрации или для разъяснения того, что представляет интерес для общества, являются необходимым средством точного информирования людей. Высокое влияние визуального ряда на читателя газет (журналов) объясняется верой в то, что камера – это машина, которая беспристрастно фиксирует тот или иной момент жизни. Однако мало кто из читателей всерьез задумывается над тем, что камера правдива лишь в той мере, в которой правдив держащий ее в руках фотожурналист.

Изучив основные закономерности, принципы, функции и нормы профессиональной деятельности фотожурналиста с точки зрения этического регулирования, мы пришли к выводу, что формирование профессиональной морали в сфере журналистики – постоянный процесс, обусловленный как развитием технологий, так и сменой нравственных приоритетов в том или ином конкретном социуме.

Проведенный нами анализ профессиональных кодексов журналистов позволил выделить основные области, в которых перед журналистами возникают главные этические проблемы, и которые, соответственно, находят свое отражение в этих кодексах. Это, во-первых, поиск истины, во-вторых, стремление к ответственности и, в-третьих, свобода слова. Поиск истины требует от журналиста точной, объективной и достоверной информации. Стремление к ответственности подразумевает служение обществу в целом, а не интересам отдельных групп и властных структур. Свобода слова подчинена служению правде и ответственности.

Нам представляется важным то, что, несмотря на четко сформулированные правовые и моральные ограничения в журналистике в целом и в фотожурналистике в частности, они носят только рекомендательный характер. Решение следовать им или нет, принимает конкретный журналист или фотокорреспондент. Провозглашаемое как необходимое

условие деятельности журналиста следование нормам профессиональной этики всегда основывается на необходимости определения, что именно конкретный журналист считает этическим или неэтичным. Кроме того, особенности применения этических норм определяются в значительной степени спецификой того или иного жанра фотожурналистики.

Фотожурналистика подразумевает сознательное отношение к своей деятельности, то есть способность автора снимка, опубликованного в СМИ представлять все общественные последствия этого факта.

В ходе предпринятого социологического исследования мы пришли к выводу, что проблема объективности/субъективности в фотожурналистике с точки зрения ее социального функционирования не решена до сих пор. Мы полагаем, что объективность, существующая в фотожурналистике как принцип творчества, в реальной практике невыполнима из-за наличия сильного личностного (субъективного) начала.

Суммируя результаты анализа эмпирического материала, а также рекомендации профессиональных объединений и мнения экспертов, можно сделать определенные выводы об этическом/неэтическом поведении фотожурналистов.

Этические кодексы фотожурналистов разных стран базируются на трех основных принципах: правдивом освещении событий; независимости действий; ответственности перед обществом. Исходя из этого, могут быть определены основные рекомендации по соблюдению фотожурналистами норм этики в профессиональной деятельности.

Не может быть признано этическим чрезмерное вмешательство в личную жизнь или публичное освещение личных фактов. Однако законодательно не всегда определены границы такого вмешательства. В принципе, можно фотографировать все, что доступно глазу в общественных местах, тогда как фотографии на территории частной собственности требуют разрешения.

Фоторепортер не должен изображать персонажей своих снимков в ложном месте или в ложной ситуации. Неэтичность ложного освещения беспорна. Быстрое развитие техноло-

гий, позволяющих монтировать любые изображения, все больше беспокоит общественность. Нарушение фотокорреспондентом этических норм приводит к снижению доверия к журналистике в целом.

Однако фотожурналист, придерживающийся принципа «демонстрация правды, во что бы то ни стало», будет делать снимки вне зависимости от степени жестокости или мерзости изображаемого. Полагаясь исключительно на профессиональные принципы, он рискует тем, что его фото будет сделано с нарушением этических принципов.

Тем не менее, наиболее важным, по нашему мнению, является следующее заключение. Выработка профессиональных стандартов, исследования этической философии и т.д. помогают фотожурналистам определить правильный курс в решении спорных моментов. Но как бы то ни было, в момент, требующий принятия решения, каждый репортер опирается на собственную интуицию и моральные установки и ценности.

При этом этический подход должен осознаваться фотожурналистами как одна из основополагающих категорий, составляющих понятие профессионализм. В связи с этим мы считаем необходимым введение в учебную программу подготовки (фото)журналистов курса по профессиональной этике. Это мнение высказано и респондентами-экспертами. Необходимо учить фотожурналистов не быть навязчивыми и наглыми; понимать, что вмешиваться в ход любого события – не доблесть, а искажение этого события.

Анализ публикаций в печатных СМИ позволяет нам сделать вывод о том, что объективности в фотожурналистике, как любом другом творчестве, по большому счету не бывает. Любой фотокорреспондент – это, прежде всего, личность со своими взглядами, убеждениями и жизненной позицией. Поэтому идеализированные требования, содержащиеся в этических профессиональных кодексах, в реальной жизни трудно выполнимы. Если фотограф только констатирует определенную жизненную коллизию, то он может быть беспристрастен. Но уже самим фактом отбора снимков он ставит объектив-

ность изображаемого под сомнения. Составит ли аудитория полную картину происходящего, если факты (иллюстрации) предоставлены журналистом, а не самой реальностью. Если же фотожурналист берет на себя роль комментатора, это заранее предполагает нечто большее, чем просто констатация тех или иных событий.

Подводя некоторый итог сказанному выше, отметим, что представляется продуктивной разработка кодексов и уставов на уровне конкретных СМИ, в том числе региональных, с учетом общих подходов, принятых в профессиональном сообществе, внесение соответствующих поправок в действующее законодательство, а также повышение эффективности работы Советов по этике при региональных отделениях Союза журналистов РФ.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ РЕДАКЦИОННЫХ КОЛЛЕКТИВОВ СМИ г. БЕЛГОРОДА И БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

*Мария Владимировна Коротицкая
Елена Ивановна Радченко
Белгородский государственный университет
korotitskaya@bsu.edu.ru*

Одним из важнейших аспектов редакционной коммуникации выступает формирование и развитие коммуникативной культуры редакции. Насущно необходима в настоящее время углубленная разработка структуры, а также основных критериев коммуникативной культуры редакции.

Изучение культуры коммуникации и коммуникативных отношений важно на всех уровнях развития современного российского общества – на личностном, организационном, национальном и международном. Именно нерешенность проблем взаимопонимания, согласованности в информационных и коммуникационных взаимоотношениях приводит в конечном счете к конфликтным ситуациям. Напротив, высокая коммуникативная культура способствует достижению эффективного взаимодействия людей в редакции и обществе в целом. Повышение коммуникативной культуры является фактором адаптации, устойчивости, самоорганизации социальной системы, ее прогрессивного развития. Только коммуникативное взаимодействие, взаимное принятие ролей, достижение согласия и понимания создают редакционную структуру и возможность кооперации и вправления. Коммуникация обеспечивает реализацию всех основных функций управления – планирования, редакции, руководства и контроля. Эффективные коммуникации способствуют повышению показателей деятельности редакции и уровня удовлетворенности работников трудом, формированию чувства сопричастности к работе компании.

Говоря о сотрудниках редакций, мы имеем в виду как творческую часть коллектива: корреспондентов, фотожурналистов, так и технические службы. Поскольку не во всех редакциях отделы рекламы и PR полностью сформированы, то мы также не выделяли менеджеров по работе с клиентами, PR-специалистов в отдельную группу респондентов.

Актуальность исследования связана с необходимостью повышения эффективности деятельности редакции, посредством совершенствования информационных и коммуникационных процессов, разрешению не только экономических, связанных с разделением труда, но и социальных проблем, направленных на полное раскрытие способностей, интеллектуального и культурно-духовного потенциала всех ее сотрудников. С другой стороны, повышения коммуникативной культуры – фактор адаптации, выживаемости и успешного развития редакции.

Цель проведенного нами исследования – эмпирическая и практическая характеристика интерактивной составляющей коммуникативной культуры редакции газеты, выявление условий и путей ее повышения. Достижение данной цели предполагало решение следующих исследовательских задач:

- анализ и характеристика интерактивного уровня коммуникативной культуры редакции, обоснование ее критериев;
- выявление условий и путей повышения коммуникативной культуры редакции.

Практическое исследование проводилось с помощью методов включенного наблюдения, интервьюирования, анкетирования, кроме того использовались метод анализа, сравнительный метод.

Для реализации поставленных целей и задач нами было проведено социологическое исследование, в ходе которого были опрошены 64 человека – сотрудники и руководители 12 редакций г. Белгорода и Белгородской области. Выборка случайная, гнездовая.

Взаимопонимание людей как основной критерий эффективной коммуникации имеет несколько сторон и форм прояв-

ления. Предметом нашего исследования являлось организационное взаимопонимание, т.е. взаимопонимание сотрудников редакции относительно того, что, во-первых, ограничивается рамками данной организации, во-вторых, имеет важное значение для ее успешного функционирования и развития.

В структуре взаимопонимания сотрудников редакций, как и вообще организационного взаимопонимания, выделяются четыре компонента (элемента): 1) служебный, 2) целевой, 3) мотивационный, 4) эмоциональный. В нашем исследовании мы обратились к изучению важнейшего компонента – служебного.

Следует оговорить, что коммуникативное взаимодействие в редакции строится в двух направлениях: горизонтальном (между сотрудниками) и вертикальном (между руководителями и подчиненными).

Эти аспекты и легли в основу нашего исследования, которое началось с оценки вертикального взаимодействия сотрудников редакций.

На первом этапе исследования мы выяснили, насколько правильно сотрудники умеют работать со служебной информацией. Под ней мы понимаем необходимые для работы сотрудников сведения о деятельности организации. Изучались несколько критериев: восприятие и понимание, оценивание, использование информации сотрудниками редакций, кроме того понимание и оценивание побуждений и действий, а также различных аспектов деятельности руководства и коллег.

Далее анализировалось взаимодействие сотрудников по горизонтали (друг с другом). Для этого респондентам был задан вопрос относительно того, насколько они правильно понимают и оценивают следующие аспекты деятельности друг друга: производственные задачи, планы работы, результаты труда, поведение в коллективе, личные мотивы и стимулы.

Поскольку неотъемлемой частью организационной коммуникации являются слухи, нам было важно узнать отношение к ним сотрудников редакций.

Эффективность использования слухов и адекватное к ним отношение выступает показателем общего высокого уровня

коммуникативной культуры организации в целом и достаточно развитыми умениями взаимодействовать сотрудников в частности.

Для анализа уровня коммуникативной культуры редакции было важно узнать отношение к слухам сотрудников. Анализ ответов на вопрос: «Каково отношение сотрудников Вашей редакции к слухам?» дал возможность прийти к следующему выводу: практически половина опрошенных (45,5%) неоднозначно относится к этому явлению; 15,2% респондентов относятся к слухам отрицательно. Далее варианты ответов распределились так: «в основном отрицательно» – 9,1%, «безразлично» – 3,0%; «в основном положительно» и «затруднились ответить» – 6,1%.

На основе полученных данных были разработаны рекомендации по построению эффективного коммуникативного взаимодействия, а также создан на основе анализа результатов социологического исследования редакций г. Белгорода тренинг.

ПУБЛИЧНОЕ ОБСУЖДЕНИЕ КАК ЦЕЛОСТНЫЙ ПОЛИСУБЪЕКТНЫЙ ТЕКСТ

*Ирина Дмитриевна Фомичева
МГУ имени М. В. Ломоносова
fomichira@gmail.com*

Как лингвистика довольно поздно поняла, что нужно переходить от изучения «кирпичиков» речи (слово, фраза, предложение) к ее естественным образованиям (высказывание, сообщение), так и теория и социология журналистики/СМИ/массовой коммуникации запаздывает с разработкой методологии исследования некоторых реальных текстовых объектов, которых становится все больше.

С одной стороны, медийные факторы (расширение возможностей интеракции через СМИ, особенно через новые медиа), с другой – социально-политические и социально-психологические факторы (закрытость политики, политическая апатия населения) предполагают как совершенствование соответствующих социальных технологий, так и разработку подходов и методов исследования явлений, связанных с обменом информации по каналам СМИ. Последние являются основными средствами такого обмена в больших социальных общностях (страна, город, район города) и не могут быть заменены другими. При этом новые информационные технологии не приводят к становлению эффективной практики их использования сами по себе, а требуют создания **социальных технологий**.

В поле нашего зрения – целый ряд различных текстовых образований, созданных в процессе публичного обмена сообщениями (дискуссии, дебаты, кампании, форумы и т.п.). Они образуют класс, а может быть, и несколько классов объектов, которые необходимо рассматривать как **целостные**, хотя он состоят из множества отдельных сообщений, или высказываний. Это и контент дискуссий, кампаний, где естественной единицей речевого общения выступают от-

дельные завершённые публикации, и посты/комментарии, попадающие на форумы, чаты, в социальные сети, у которых нет так ярко выраженной «отдельности» в общем потоке высказываний.

Среди рассматриваемых явлений в СМИ существуют такие, где связь между автономными сообщениями может **конструироваться** комментатором, обозревателем (например, подборка писем для сопоставления различных точек зрения). Есть и «более естественные» формы прямого диалога, которые бурно умножаются в Интернете, хотя и традиционные СМИ задолго до появления Всемирной паутины практиковали, например, обсуждения в редакции, студии и т.п.

М. Бахтин считал, что предложение – это единица языка, а вот реальная единица речевой коммуникации – высказывание. И рассматриваемые нами целостные текстовые образования из множества отдельных высказываний – такая же реальность речевой коммуникации, но составная, многосубъектная, созданная совместными усилиями и имеющая особые качества, отражающие взаимоотношения участников коммуникации. В исследованиях речевой практики обычно для них используется понятие диалога.

Это образование тоже может стать единицей анализа (например, при сопоставлении содержания ряда ветвей на форуме).

В любом случае есть **факторы, объединяющие сообщения от разных авторов в единой целое**. По крайней мере, это – 1) единство объекта рассмотрения, или предмета высказывания; 2) коммуникативная интенция инициаторов процедуры обмена мнениями или совокупности участников; 3) наличие формальных признаков, отделяющих данный объект от другого (общая рубрика, единый заголовок, ветвь в древе дискуссий на форуме, графические средства оформления).

Континуум отдельных текстов-высказываний в рассматриваемых объединениях может разворачиваться в **пространстве** (подборка публикаций на полосе газеты) или **во времени** (последовательность комментариев на форуме). В последнем случае особенно важно различать на практике

и в исследованиях различные стадии процесса, возможные действия журналистов при переходе от одной стадии к другой и т.п. В свое время автор предлагал обозначить такие объекты долгосрочными акциями в журналистике. Но развитие Интернета, новых форм речевых взаимодействий требует более объемного определения. За неимением иных вариантов предлагаем **«полисубъектный текст»** – тот, что является некоторым речевым единством, созданным усилиями ряда коммуникантов. Понятие акции фокусирует внимание на организационной стороне дела и его анализа, понятие полисубъектного текста – на содержании и его создателях.

Упомянутые явления могут быть рассмотрены с разных сторон: как формы организационной работы журналистов, как функционирование СМИ в режиме двусторонней коммуникации, как способ гражданского участия и др.

Изучая данные феномены через текст, необходимо выработать специальный инструментарий для их измерения на эмпирическом уровне. В отечественной лингвистике не раз отмечалось, что ее недостаток связан с рассмотрением языка с точки зрения говорящего, но не его отношения к другим участникам коммуникативно-речевого взаимодействия. По существу, это упущение имеют в виду и те, кто изучает обмен мнениями с обществоведческих, теоретико-коммуникативных позиций. Их подходы, в частности, созвучны идеям Ю. Хабермаса о необходимых качествах коммуникативного процесса, где участникам следует не только высказываться по предмету обсуждения, но прямо заявлять свои цели, содействовать выработке правил процедуры обмена сообщениями и т.п. (см., например: Rafaeli Sh., Sudweeks A. Networked interactivity// Journal of computer-mediated communication. Vol.2/issue 4.1997).

Для краткости ограничимся несколькими заключительными положениями:

- в эмпирическое исследование указанных объектов следует включать **две единицы анализа – высказывания (сообщения) и совокупность текстов, объединенных определенными признаками** (они указа-

- ны выше) со своими группами характеристик;
- при изучении высказываний следует обращать внимание не только на такие их признаки, как тип входящих в них суждений (факты, оценка, предложения и т.п.), но и описывающие их отношение к **другим высказываниям** (согласие, несогласие, реакция на отдельные высказывания или на обсуждение в целом, предложения относительно «правил игры», попытки кристаллизации/обобщения идей, высказанных в ходе обсуждения и т.п.); вес вклада отдельных участников, в т.ч. – плотность и содержание появляющихся во временной последовательности высказываний.

Указанные характеристики – лишь часть описания объектов. В зависимости от задач исследования потребуется ввести и ряд других, в частности, описывающих поведение журналиста, в том числе обусловленное целями разных видов информационного обмена. Сегодняшняя практика говорит о том, что медиапрофессионалы зачастую просто не вмешиваются в его ход там, где надо бы, а практика модерации сужается до контроля над оффтопик и соблюдением правил приличия и ограничений, предписанных законом. Для СМИ особенно актуально участвовать более продуктивно в процессах выражения, формирования, кристаллизации общественного мнения, поскольку они являются не только центрами производства и распространения информации, но и средствами общения и гражданского участия.

СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: РЕВОЛЮЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ?

*Татьяна Ивановна Фролова
МГУ им. М. В. Ломоносова
mediagender@gmail.com*

Новая ситуация, сложившаяся в последние десятилетия в медиапространстве, принципиально изменила и медиапроизводство, и индивидуальную профессиональную деятельность журналиста. Эффекты медиатизации неоднозначны: все чаще в последние годы профессиональным сообществом выражается тревога, вызванная тем, что под воздействием новых технологий происходит деформация основ традиционной журналистской культуры. По мнению журналистов, диктат оперативности и давление конкуренции, постоянная гонка и требование максимальной краткости ведут к стандартизации в оценке мировых событий и интеллектуальному нивелированию. «Торжество инфотейнмента», «триумф поверхностности», «труднопреодолимая инертность медиа», «дождь из пресс-релизов», «холостая словесная канонада», «привычка к клише» – все эти проявления зафиксированы профессиональным сознанием журналистов. Лозунг «Make nice not news» – воплощение новых ценностей.

В российской журналистике эта проблема, осложненная дополнительными обстоятельствами, особенно остра. Ситуация «медиатизация+политизация+коммерциализация» в журналистике, вступившей в эпоху цифровизации, но не имеющей достаточного иммунитета в силу особенностей исторического развития, приводит к многочисленным конфликтам. «Профессия потеряна – из-за того, что оказалась не готовой к деньгам», «начался психоз заработка, все оказалось можно», «нравственности в профессии не густо, а этических норм для пишущих не существует» – эти высказывания журналистов также свидетельство кризиса главных профессиональных ценностей.

Кризис (революция?) ценностей, как видим, зафиксирован профессиональным сознанием журналистов. Сегодня очевидна необходимость выдвижения ценностно-этических проблем в центр научных исследований, внесение рекомендаций в учебные пособия и планы факультетов журналистики – и это является глобальной проблемой всей мировой журналистики. Недостаточно признания этических принципов в качестве главных ценностей профессии, требуется разработка современных инструментальных практик, механизмов защиты, позволяющих дать адекватный ответ вызовам информационной эпохи.

INSTANT PUBLISHING: РАСШИРЕНИЕ ПРОСТРАНСТВА МЕДИА

Владимир Владимирович Харитонов
Гуманитарный университет Екатеринбурга
vharitonov@gmail.com

Издание книг для крупного СМИ вовсе не новость, а давняя традиция, уходящая корнями ещё в XIX век: «Библиотека журнала...» или «Приложение к газете...» Для печатных медиа производство книг под своим брендом было и остаётся вполне органичным бизнесом, что обусловливается близостью производственных процессов. Кроме того, любое СМИ могут самостоятельно организовать рекламу производимой им книжной продукции практически бесплатно, а потребителями её станет лояльная аудитория самого СМИ. Далеко не все СМИ, впрочем, способны войти в книгоиздательский бизнес: сходство производства не всегда компенсирует различие дистрибуции. Бизнес СМИ и книжной индустрии, конечно, разный.

Развитие ниши электронных книг, однако, даёт и традиционным, и новым медиа новый шанс для повышения своей капитализации, расширения аудитории и, отчасти, повышения доходов, поскольку электронное книгоиздание резко сокращает затраты на производство книги, в цифровом виде избавленной от расходов на бумагу, тиражирование и дистрибуцию.

Резкой подъём рынка электронных книг в США и Великобритании, который стал особенно заметным в 2010–2011 гг., не остался незамеченным и для крупнейших газет и журналов. Одно за другим англоязычные СМИ пускаются в эксперименты по *instant publishing*, «оперативному изданию книг», причём в электронном виде. Как правило, это небольшие по объёму книги, собранные по узкой и «горячей» тематике. Одной из первых выпустило такую «книгу быстрого приготовления» газета The New York Times: ею стала «Open Secrets:

WikiLeaks, War and American Diplomacy», подготовленная по материалам публикаций самой газеты о WikiLeaks. После громкого убийства Осамы бин Ладена историю о нём упаковала в книгу Washington Post, издав «The Hunt for bin Laden». Английская The Guardian запустила целую серию «Guardian Shorts». Первой книгой серии (всего анонсировано десять книг) стала «Phone Hacking: How the Guardian broke the story», в которой собраны материалы «телефонного» скандала вокруг империи Мердока, второй – книга, посвящённая десятилетию трагедии «9/11: Ten Years On». На ту же тему выпустил книгу The New Yorker. А онлайн-издание Ars Technica умудрилось спустя сутки после релиза новой операционной системы для Macintosh продать серию обзоров этой системы в виде книги на 15 тыс долларов.

Почему эти книги пользуются спросом (некоторые из них до сих пор не на последних местах в списках бестселлеров Amazon)? Казалось бы, читатели этих СМИ могли прочитать все материалы, которые стали основой этих книг, в самих газетах? Причин этого много: покупают те, кто не читает эти СМИ; те, кто пропустил материалы по интересной теме в момент их публикации в газете; те, кого привлекают не только сами материалы, но и «упаковка», дополнительные материалы по теме или экскурсии в историю (в основу выпущенной The Boston Globe книги «Whitey's Fall» легли материалы расследования скандального дела мафии, проводившегося журналистами газеты 16 лет назад). Наконец, просто те, кого интересует конкретная тема, например, текущий финансовый кризис и его последствия, которой посвящена «A People's History of the Great Recession», изданная The Huffington Post.

Главное отличие этих изданий – обычно короткий формат, средний между длинной журнальной статьёй и книгой; наличие небольшого количества дополнительных материалов по теме; активное использование архивных материалов издания; небольшая цена. Очевидно, что доходов, сравнимых с основной деятельностью СМИ – во всяком случае, пока, – эксперименты с конвергентными электронными книгами «быстрого приготовления» не приносят. Но они расширяют

аудиторию, создают позитивную рекламу, позволяют актуализировать сданный в архив контент, при этом не неся существенных затрат.

Instant publishing – это не только новые возможности для СМИ, но и определённый вызов, аналогичный тем, который должны принимать редакции СМИ и сами журналисты при трансформации работы медиа в сторону универсальной конвергентной модели. В данном случае следует говорить о том, что, помимо компетенций собственно журналиста, работник такого СМИ должен освоить дополнительные навыки. Прежде всего – книжного редактора: понять ожидания читателя, умение «увидеть» книгу, способность выстроить большую историю из серии журналистских репортажей и, в соответствии с «сюжетом» – спланировать композицию материалов сборника. Традиционная профессия книжного редактора в сфере электронного книгоиздания, однако, также трансформируется: здесь пригодятся навыки, необходимые для работы онлайн-СМИ – умение работать с видео- и аудиоматериалом, понимание основ инфографики, визуального представления информации в целом. Поскольку электронное книгоиздание – новая технологическая сфера, – то, в отсутствии соответствующих специалистов, большая работа по технической подготовке издания также может лечь на плечи журналиста, который должен владеть хотя бы минимальными представлениями о веб-стандартах и соответствующих языках. Наконец, стадия дистрибуции книги в интернете вряд ли сейчас может обойтись без обращения к работе с новыми медиа и социальными сетями и, следовательно, от сотрудника редакции потребуется овладение навыками маркетинга в социальных медиа.

К ПРОБЛЕМЕ ТРАНСФОРМАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИАКУЛЬТУР В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ЛОКАЛИЗАЦИЯ ИЛИ ГЛОБАЛИЗАЦИЯ?

*Александр Валентинович Чернов
Гуманитарный институт Череповецкого
государственного университета
avchernov@bk.ru*

Любая региональная медиасистема предопределяется и в то же время продуцирует сама специфическую локальную медиакультуру. Роль, место, статус региональных медиасистем в российском общенациональном медиапространстве, национальной медиасистеме представляется одной из актуальных тем модернизационного дискурса актуальных социальных коммуникаций.

Трансформационные процессы в национальной медиасистеме (нарастание информационного доминирования социальных сетей, формирование мультиплатформ медиа как базы конвергенции, количественное увеличение числа каналов одной платформы и другие последствия перехода на цифровой вещание) ставят в повестку дня и изменение понимания региональных медиа как особого «медиа-социального» института.

Институциональный подход к региональным медиасистемам позволяет сконцентрировать внимание на их особенности, специфичности. В том числе, особом характере «вмонтированности» региональных СМИ в систему социальных коммуникаций региона, как раз и создающем медиакультурный локус.

Институциональный подход, как представляется, позволяет перевести разговор о будущем региональных медиа из дискурса общегуманитарного, в дискурс футурологический, прогнозный, высказать ряд принципиальных предположений, которые могут быть оценены и осмыслены в рамках задач модернизации российских территорий. В этом контексте вопрос направления трансформации локальных медиакультур приобретает особую значимость.

ЖУРНАЛИСТ, СМИ И ДОВЕРИЕ ОБЩЕСТВА

*Алла Александровна Ширяева
МГУ имени М. В. Ломоносова
kafsoc@yandex.ru*

Если говорить о профессиональной культуре журналиста как о многогранном, комплексном понятии, то уместно, на наш взгляд, проанализировать её в социологическом аспекте и прежде всего в ракурсе сложившегося в обществе отношения к СМИ и журналистам. Это – важнейший результирующий показатель. Согласно данным исследования Фонда «Общественное мнение», более 60% опрошенных отмечают, что быть журналистом в нашей стране престижно. Однако, при немалом количестве положительных оценок примерно каждый третий не считает, что журналисты пользуются уважением в обществе, а каждый четвертый – что они оказывают позитивное влияние на развитие страны. Лишь 37% говорят о них как о выразителях общественных интересов. Такая информация должна насторожить журналистское сообщество и привлечь внимание исследователей.

В этом контексте необходимо выделить проблему доверия нашего общества к СМИ и, естественно, к журналистам как одну из центральных. Наиболее систематично проводит мониторинг на эту тему Левада-Центр. По его данным, начиная с 1994 г. количество вполне доверяющих СМИ неуклонно снижалось и на конец 2010 г. не превышало 30%, не вполне доверяющих – 50% и совсем не доверяющих – 15%. Это, безусловно, говорит о неблагополучии в функционировании отечественных СМИ. Полагаем, что необходим более дифференцированный и углубленный анализ такого рода оценок по отношению к прессе (качественной и массовой), телевидению и радио (новостным, общественно-политическим и другим передачам), интернет-СМИ.

В любом случае в центре внимания должно быть качество медиаконтента. Чрезвычайно значимыми являются при этом

такие вопросы, как повестка дня, её актуальность, значимость для аудитории, влияние со стороны власти, учредителей и владельцев СМИ, роль руководителей редакций и особенно реальное участие в её формировании журналистов.

Ключевым также является вопрос о качестве информации, её точности, полноте, разносторонности. В этом как раз и наиболее наглядно должна проявляться профессиональная культура журналиста. Но именно по этим позициям население чаще всего критикует СМИ. Согласно опросу Левада-Центра, лишь треть респондентов согласны с тем, что СМИ объективно информируют граждан о событиях в мире и стране, а половина считает, что они скорее являются средством пропаганды и манипулирования общественным мнением. По данным ВЦИОМ и других социологических организаций, отсутствием в СМИ достаточно полной информации о состоянии экономики страны в наибольшей степени были недовольны люди в предыдущие кризисные годы. В этом контексте нужны углубленные исследования проблемы профессиональной свободы журналистов, в том числе при выборе тех или иных тем и их аспектов, позиционной независимости.

Очевидно, что проблемы формирования медийного контента различны для качественных и массовых СМИ. Можно предположить (и это требует изучения), что для первых особо актуален вопрос о независимости, неангажированности привлекаемых экспертов. Для вторых – дисбаланс между социально-значимым содержанием и облегченно-развлекательным. А для полюса массовых СМИ с «налетом желтизны» – снижения и часто даже отсутствия профессиональных стандартов плане точности, проверенности фактов.

В целом вопрос о методах работы журналистов с источниками информации для обеспечения её полноты и объективности выходит за рамки чисто профессионально-технологической стороны, а имеет глубокий социальный смысл. Речь идет о необходимости более тесных и систематических информационно-коммуникативных связей (в разных формах) с обществом. Пока это не вошло неотъемлемой частью в профессиональную культуру российских журнали-

стов, что на конкретном примере показал проведенный Фондом развития информационной политики широкомасштабный мониторинг участия СМИ в реализации национальных проектов.

Впереди сложный для страны период выборов в Государственную Думу, а затем – президентских. Для СМИ и журналистов это время проверки на доверие общества.

ЖУРНАЛИСТСКАЯ КУЛЬТУРА: РАЗВИТИЕ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНЫХ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЕРЕМЕН (ЭССЕ)

*Елена Андреевна Титок
МГУ имени М. В. Ломоносова
reyame@mail.ru*

Рассуждения о культуре журналистики имеют многолетнюю историю. В большинстве стран существуют этические кодексы, регламентирующие нормы профессионального поведения журналистов. Эти нормы не являются законами, однако их несоблюдение подлежит осуждению со стороны коллег и общества.

Изначально считается, что журналист – профессия социальная, имеющая своей главной задачей служение обществу и деятельность, направленную на благо людей. Журналист несёт ответственность за те сведения, которые он передаёт читателю. Некоторые исследователи журналистики утверждают, что журналист, творя художественно-образную реальность, создаёт иллюзорный мир, в котором предлагает существовать своему читателю. Получается, что читатель видит своеобразный «сон наяву», и будет ли это приятный сон или страшный кошмар, во многом зависит от журналиста. Любую новость можно преподнести по-разному, нарисовав её черными или белыми красками. Поэтому для журналиста важно системное понимание природы любого социально значимого явления, которое поможет ему чётко и объективно осветить то или иное событие. С одной стороны, журналист, создавая, например, аналитический материал, имеет полное право на субъективную оценку происходящего, на своё мнение, которым он вправе поделиться с читателем. С другой стороны, важно не забывать о фактах, которые в любом случае остаются для журналиста превыше всего. Искажение фактов или их вольная трактовка в журналистике недопустимы, т.к. социальная ответственность журналиста очень велика.

Журналистская культура немыслима без проявления уважения к коллегам и читателям. Например, когда журналист создаёт тот или иной текст, он должен помнить о том, на какую аудиторию этот текст рассчитан. Если в материале встречаются сложные термины, узкопрофессиональные понятия, устаревшие или иностранные слова, журналист должен проанализировать, насколько к этому подготовлен читатель, поймёт ли он все употреблённые в тексте слова. И если возникают сомнения в доступности тех или иных понятий, лучше их объяснить, проиллюстрировать примером, иначе будет проявлено неуважение к читателю. Впрочем, любая небрежность в тексте недопустима: опечатки, грамматические и лексические ошибки, неверно употреблённые слова – всё это может стать негативным фактором для восприятия материала.

Сегодня, в век интернета и новых информационных технологий, разговор о журналистской грамотности актуален как никогда. Редакторы многих электронных СМИ, стремясь опередить конкурентов и как можно быстрее обновить свой сайт, часто забывают о необходимости вычитки материала. В результате материал появляется в СМИ без необходимых исправлений, со всеми авторскими ошибками и опечатками. Спешка также часто приводит к некорректной вёрстке материала, пропуске слов, предложений, а иногда и целых абзацев, подбору не слишком подходящих иллюстраций и непродуманных заголовков «на скорую руку». Такие тексты выглядят смешно и нелепо. Чаще всего они вызывают у читателя раздражение и неудовольствие.

Что касается уважения к коллегам, то и здесь весьма показательным является поведение некоторых интернет-СМИ, которые запросто копируют материалы с других сайтов, даже не потрудившись внести в них самые минимальные изменения. Если речь идёт о новостном сообщении, то обвинения в нарушении авторских прав не могут быть предъявлены. Но всё-таки не стоит забывать, что даже у небольшого текста есть автор. Поэтому прежде чем копировать чужой текст, неплохо бы сначала спросить разрешения. К сожалению, боль-

шинство представителей интернет-СМИ не считают нужным этого делать, несмотря на то, что процедура при сегодняшних технических возможностях (мобильный телефон, Skype, e-mail т.п.) занимает не больше нескольких минут.

Технологический прогресс не должен идти вразрез с общепринятыми понятиями об этике и культуре, в том числе, культуре журналистики. Новые технологии призваны помогать журналисту, например, облегчать процесс поиска и передачи информации, обработки фото и видео материалов, редактирования текстов. Но главное – интернет позволяет журналистам общаться с читателями в режиме реального времени, узнавать их мнение, читать комментарии. Большинству из нас важно знать мнение о своей работе. Форумы, чаты, социальные сети, комментарии к статьям делают это возможным и доступным для каждого журналиста. Если грамотно использовать все преимущества новых технологий, можно лучше изучить целевую аудиторию и сделать журналистику более динамичной, интересной и социально полезной.

Одна из сложностей журналисткой профессии заключается в том, что материал должен быть написан быстро и качественно. В большинстве случаев пренебречь нельзя ни тем, ни другим. Особенно в век интернета, когда время иногда идёт на секунды. Однако в любой ситуации журналист должен помнить об ответственности, которую он несёт перед читателем. Только уважение к читателю, желание и умение считаться с его интересами, потребностями и мнением, может свидетельствовать о высокой культуре журналиста и его профессиональной состоятельности.

ЖУРНАЛИСТСКАЯ КУЛЬТУРА: РАЗВИТИЕ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНЫХ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЕРЕМЕН (ЭССЕ)

*Галина Арчиловна Хатиашвили
МГУ имени М. В. Ломоносова
galina.khatiashvili@gmail.com*

За последние несколько лет журналистская культура в мире претерпела существенные изменения. На сцене внезапно (хотя и вполне закономерно) появилась гражданская журналистика. И поставила под угрозу журналистику традиционную.

Традиционная журналистика сегодня трещит под тяжестью издательств и владельцев, бренд-кодов, политики редакции и партии. Те СМИ, которые еще пытаются назвать себя независимыми, тем не менее часто являются ангажированными и «заряженными» на определенную политико-социальную позицию.

Так называемая гражданская журналистика ни от кого не зависит. Над блогером не сидит редактор, не нависает издатель, не парит рекламодатель. В основе гражданской журналистики – технологический прогресс: стремительно набравшие популярность в двухтысячных сервисы блогов, а затем социальные сети открыли путь к трибуне каждому грамотному (и не только) человеку. Именно благодаря блогерам и активным пользователям Рунета общественность узнала о рынде, занялась страшным ДТП на Ленинском, подняла волну протестов против «мигалок» и т.п.

Казалось бы, очевидное преимущество на стороне гражданской журналистики. Однако в действительности это не совсем так. В блогах и социальных сетях высока доля «вирусности», когда массы реагируют буквально на все, не умея критически осмыслить полученные известия. В результате в интернете множатся непонятные слухи, и добро очень быстро становится злом. Совсем недавно в Facebook случай-

но попал телефон тети тяжело больной девочки с просьбой сдать кровь. Сначала общественность бросилась помогать, потом – ругать (за якобы недостоверную информацию) и только потом – выяснять, в чем дело. В результате оказалось, что и тетя, и девочка действительно существуют, вот только телефон начал гулять по соцсетям без их ведома.

Что я хочу сказать – так это то, что журналист служить гражданской журналистике может, а вот блогер стать журналистом – вряд ли. В блогах и социальных сетях журналистская культура подвергается серьезным испытаниям на прочность. Блоги и социальные сети могут стать инструментом поиска и отбора информации, но никак не самим СМИ. Любую информацию необходимо проверить, критически осмыслить – и делать это должен редактор. Неслучайно все медиа, запускающие сервисы блогов, имеют в штате редакторов, модераторов, которые ведут дискуссии и отбирают то ценное, что покажут читателю.

Еще раз подчеркну, что в основе журналистской культуры – умение анализировать, логически мыслить, а не только нестись на амбразуру в общественно-патриотическо-правозащитном запале, не успевая прояснить обстоятельства.

PART III

ЧАСТЬ III

Н. М. КАРАМЗИН О М. В. ЛОМОНОСОВЕ

*Александра Романовна Акчурина
МГУ имени М. В. Ломоносова
vassa3004@list.ru*

Имена Карамзина и Ломоносова, следующие друг за другом, – довольно редкое явление. Как классики литературы они, бесспорно, принадлежат к одной весовой категории, но при ближайшем рассмотрении неизбежно возникает вопрос: что роднит ярчайшего представителя классицизма и главу сентиментализма в России? Направления эти во многом полярны друг другу, и закономерно предположение, что пути Ломоносова и Карамзина пролегают слишком далеко друг от друга. Тем не менее Карамзин, с уважением относившийся к литературной традиции, был прекрасно знаком с творчеством предшественника и в критических статьях нередко принимал ломоносовское наследие за отправную точку рассуждений.

О Ломоносове Карамзин написал немного, однако часто обращался к писателю в критике, стихотворениях и, смею предположить, в мыслях. Самое крупное произведение, посвященное Ломоносову, – статья в «Пантеоне российских авторов», вышедшем отдельным изданием в 1802 году. Крупное – очень смелое слово, ведь статья едва занимает страницу. В ней мы знакомимся со скудными фактами биографии и подробной авторской оценкой заслуг великого деятеля. Великого – несомненно, с первых слов Карамзин выдерживает статью в патетическом тоне – «рожденный под холодным небом Северной России», «пламенное воображение», «отец российского красноречия и вдохновенного стихотворства».

Автор прежде всего говорит о Ломоносове как о «первом образователе нашего языка», который «открыл в нем изящность, силу и гармонию». Будучи литератором, Карамзин не мог не признавать достижений Ломоносова в этой области и, привнося в язык немало нового, отдавал дань уважения

предшественнику. Однако о реформе языка мы подробнее скажем чуть позже.

Приведем еще одну, ключевую фразу о Ломоносове: «Гений его советовался только сам с собою, угадывал, иногда ошибался, но во всех своих творениях оставил неизгладимую печать великих дарований». «Иногда ошибался» – здесь уже автор «оды в прозе» превращается в тонкого дипломатического критика, что всегда прекрасно удавалось Карамзину – говорить горькую правду с улыбкой.

Отдельные критические замечания не противоречат общей оценке творчества Ломоносова: Карамзин признает его «талант великого оратора», предрекает, что «Россия должна Ломоносову монументом» (как выяснится, не одним), и вписывает его имя в «книгу бессмертия» вместе с Пиндаром, Горацием, Руссо.

В ряду других литературных деятелей России Карамзин отводит Ломоносову почетное место. В том же «Пантеоне российских авторов» в статье о Феофане Прокоповиче встречаем следующие строки: «В Феофане сияет уже заря российского красноречия; но, будучи предшественником Ломоносова, он не похитил у него славы быть нашим лучезарным Фебом». Из статьи о Сумарокове: «Имя Сумарокова было в свое время так же велико, как имя Ломоносова. Один славил Елисавету на лире и на кафедре академической; другой пленял ее чувствительность драматическими картинами на сцене. Оба талантами своими украсили и прославили время ее царствования. Имя того и другого напоминает счастливое рождение нашего нового стихотворства».

Ломоносов как реформатор языка значил для Карамзина если не больше, чем писатель, то и не меньше. Карамзин во многом шел по стопам Ломоносова, и пусть их реформы сильно разнились, оба они стремились усовершенствовать русский язык. Произнося речь в Российской Академии в 1818 году, Карамзин упомянул о системе, предложенной реформатором: «...Ломоносов, дав нам образцы вдохновенной поэзии и сильного красноречия, дал и грамматику...».

Карамзин, как и его предшественник, немало сделал для русского слога. В преобразованиях писателя-сентименталиста можно проследить два направления: сближение литературного языка с разговорным, светским и ориентация на европейские, в частности французские, нормы. Известный филолог Б. А. Успенский в работе «Из истории русского литературного языка XVIII – начала XIX века» утверждает: «Требование писать, как говорят, – принципиально новое для России, оно знаменует решительный и демонстративный отказ от предшествующей (церковнославянской) культурной традиции и именно противопоставляется этой традиции...». И, как замечает Успенский, «эту языковую программу принято связывать с именем Карамзина, приписывая Карамзину роль реформатора». В свое время теория «трех штилей» Ломоносова внесла серьезные изменения в существовавший язык, и между этими реформами наблюдается сильная связь. Об их сходстве и различии мы подробнее скажем в докладе.

Таким образом, в нашем выступлении мы затронем два аспекта: в первой части мы проведем анализ статей Карамзина, посвященных творчеству Ломоносова, а во второй части речь пойдет о языковых реформах литераторов. На основании изложенного материала мы сможем сделать вывод о степени влияния Ломоносова на Карамзина.

ПОЭТОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТОРЖЕСТВЕННОЙ ОДЫ В ТВОРЧЕСТВЕ М. В. ЛОМОНОСОВА (К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ)

*Татьяна Александровна Алпатова
Московский государственный областной университет
alpatova2005@rambler.ru*

Торжественная ода М. В. Ломоносова по традиции рассматривалась в первую очередь в аспекте историко-политической проблематики и, соответственно, образный строй, одические топосы, характерные «общие места» интерпретировались как средства оформления историко-политических смыслов, в арочно-аллегорическом ключе. Однако представляется возможным обратиться к еще одному смысловому и художественно-эстетическому пласту оды: одическая образность, и в первую очередь элементы, создающие т. н. «одический беспорядок» и оформляющие «парение» как эмоционально-образную доминанту жанра может рассматриваться как своеобразный метатекст, «текст о тексте», автоописание творческого процесса во всем его многообразии. Анализ поэтологического потенциала торжественной оды Ломоносова позволит расширить представление о месте создаваемого автором жанрового канона в системе нормативной поэтики эпохи, а также наметить перспективы развития русской лирической поэзии второй половины XVIII – начала XIX в.

МИХАИЛ ВАСИЛЬЕВИЧ ЛОМОНОСОВ: ОБЗОР КАЗАХСТАНСКОЙ ПРЕССЫ

*Альжанова Айгерим Болатхановна
КазНУ им. аль-Фараби
aljanova.aigerim@gmail.com*

Великое имя и дела Ломоносова вдохновляли и продолжают вдохновлять научную мысль общественности. Деятельность ученого оценена сегодня во всем мире, и Казахстан не является исключением.

Автор в настоящем докладе представляет количественный контент-анализ различных печатных изданий, радио- и телепередач, информационных агентств и интернет-порталов. При анализе автор делал акцент на выявление смысловых единиц (темы, выраженные в целых смысловых абзацах, частях текстов, статьях, фамилии, события, факты).

При выборе категорий для контент-анализа автор избегал многочисленных и дробных категорий, почти повторяющих текст. Единицей анализа, служащей в тексте индикатором описываемого явления, послужила фамилия М.В. Ломоносова, сообщения о нем в целом.

Всего за период с 2008 по 2011 гг. СМИ было выпущено **887 материалов**, в которых встречалось упоминание М. В. Ломоносова. Первую позицию в рейтинге упоминаемости за указанный период занимают центральные СМИ, на долю которых приходится наибольшее количество материалов – 739. Вторую позицию занимают региональные СМИ, которые за этот же период выпустили 106 материалов. Зарубежные СМИ выпустили 42 материала с упоминанием фамилии ученого М.В. Ломоносова.

СТИХОТВОРЕНИЕ Э. Г. БАГРИЦКОГО «ЛОМОНОСОВ»

*Антон Владимирович Бакунцев
МГУ имени М. В. Ломоносова
bakuntsev.anton@smi.msu.ru*

Покинувший очаг и закопелый кров,
Чтоб сердце напоить неведомою болью,
О рыбарь, невод твой изъеден тусклой солью
И легкая ладья бежит от берегов.

Но крик тюленьих стай, и мертвая вода
В твоём глухом мозгу не будут позабыты,
Недаром ты узрел рожденье Афродиты
Из черной проруби средь голубого льда.
<Одесса, 1918>

Как ни странно, стихов о М. В. Ломоносове в русской литературе очень мало. При этом одна их часть общеизвестна – как произведения А. С. Пушкина («Невод рыбак расстилал по берегу студеного моря...»), Ф. И. Тютчева («Он, умирая, сомневался...»), А. Н. Майкова («Ломоносов»), Н. А. Некрасова («Школьник»), – другая, напротив, по каким-либо причинам находится на литературной «периферии». К текстам именно такого рода относится и стихотворение Э. Г. Багрицкого «Ломоносов».

О самом существовании этого произведения долгие годы ничего не было известно. Стихотворение было впервые напечатано 23 июня (6 июля) 1918 г., в № 5 одесского «еженедельника театра, искусства и общественной мысли» «Фигаро» и после этого словно кануло в Лету: оно не включалось ни в один из прижизненных и посмертных сборников поэзии Багрицкого. По-видимому, «Ломоносов» стал жертвой (или заложником) «рокового стечения обстоятельств», которые ни к литературе, ни собственно к поэзии не имели ни малейшего отношения.

Обычно, если тот или иной текст «выпадает» из литературного наследия автора, причину этого следует искать либо в высокой степени авторской самокритики, либо в объективно низком качестве самого текста. Но случай с «Ломоносовым» Багрицкого явно не из разряда обычных. Несмотря на свои очевидные художественные несовершенства, это стихотворение, при известных условиях, наверняка попало бы в книги Багрицкого. Ведь печаталась же во всех посмертных сборниках поэта его ранняя лирика, которую советские критики и литературоведы не без оснований упрекали в излишней романтической условности, отвлеченности, стилизованности и эпигонстве. «Ломоносов» в этом смысле мало чем отличается от юношеских творений Багрицкого; он имеет тот же декадентский (не то акмеистский, не то символистский, не то футуристский) привкус, что и «Креолка», «Суворов», «Гимн Маяковскому» и другие произведения поэта, напечатанные в одесских литературно-художественных альманахах 1915–1917 гг.: во всех этих «Авто в облаках», «Серебряных трубах», «Седьмом покрывале», «Смутной алчбе», «Аметистовых зорях», «Чуде в пустыне».

Впрочем, «Ломоносов» был далеко не единственным произведением Багрицкого, оказавшимся в положении своего рода литературного «изгоя». Та же участь постигла и целый ряд других текстов поэта, датированных 1918–1919 гг. и опубликованных в тогдашней одесской периодике. А это уже не простая случайность – тут прослеживается система, своего рода расчет.

Дело в том, что практически все издания, выходившие в этот период в Одессе, впоследствии, уже при советской власти, независимо от их партийной или просто идейной принадлежности, были определены как «белогвардейские». По мнению большевиков, все они «были солидарны в своей ненависти к власти пролетариата», а потому подлежали засекречиванию и сдаче в спецхран, где и пребывали в течение многих десятилетий.

Именно это обстоятельство, на наш взгляд, и стало главной причиной того, что идеологически безвредное стихотворение Багрицкого «Ломоносов» оказалось за пределами его «официального» творческого наследия.

ФЕОФАН ПРОКОПОВИЧ И М. В. ЛОМОНОСОВ: ОТ ПРЕДКЛАССИЦИЗМА К КЛАССИЦИЗМУ

Олег Михайлович Буранок

*Поволжская государственная социально-гуманитарная академия
buranok@pgsga.ru*

Личность и творчество Феофана Прокоповича хорошо были известны М. В. Ломоносову. Установлено, что, находясь в Киеве, Ломоносов читал «Поэтику» Феофана Прокоповича, оставил пометы на полях рукописи [Моисеева, 1971]. На формирование Ломоносова-филолога повлияли теоретические воззрения, изложенные Феофаном Прокоповичем в «Поэтике», «Риторике». Оба теоретика высоко ценили общественную функцию искусства. При определении цели и задач искусства они исходили из его общественной значимости. Ломоносовские «Краткое руководство к риторике, на пользу любителей сладкоречия сочиненное» (1744) и «Краткое руководство к красноречию» (1748) продолжают любимые идеи Феофана Прокоповича о патриотизме и гражданственности искусства, а также многие собственно эстетические взгляды знаменитого идеолога Петра I. Совершенно не случайно то, что свою трагедокомедию «Владимир» он посвящает одному из переломных моментов новой истории [Автухович, 1987]. Ломоносов пошёл дальше своего предшественника в этом вопросе: он выдвинул тезис о том, что отечественная древняя и новая история должна стать основой для образов и сюжетов литературных произведений, что нашло подтверждение и в написанной им специальной работе «Идеи для живописных картин для российской истории (1764).

Проблема барочности в творчестве М. В. Ломоносова логично может быть увязана с проблемой барокко в творчестве Ф. Прокоповича (при этом необходимо учитывать то обстоятельство, что Феофан испытал воздействие итальянского и польского барокко, а Ломоносов – прежде всего немецкого).

Схож самый принцип их подхода в разработке исторических тем: и Феофан Прокопович, и Ломоносов тщательно изучали все доступные им исторические материалы – летописи, «Синописис», жития, исторические повести и др.

Ф. Прокопович «санкционировал» и теоретически, и на практике доступ русским драматургам к сюжетам из отечественной истории, что стало, с его лёгкой руки, достоянием русской классицистической драматургии.

Сам характер работы над историческим документом, система многолетних изысканий из отечественной истории, опыт написания собственных исторических произведений, специфический ввод исторического документа в пьесу – всё именно сближает Ф. Прокоповича и Ломоносова.

Образ Петра – метаобраз, образ-символ отечественной культуры. В его разработке у истоков стоят Феофан Прокопович и Ломоносов.

Гражданский долг выдвинут на первое место в ораторской прозе этого периода. Ясность, логичность, умение убедить слушателей разумными, стройно изложенными доводами – вот основные требования Феофана-оратора, высказанные им в «Риторике» и успешно применённые на практике. Ломоносов не только усвоил наследие Ф. Прокоповича, но слова, посвящённые Петру, ставил выше ораторских сочинений иностранцев. Жанр панегирика, узаконенный в теории Ломоносова, генетически близок к словам и речам Ф. Прокоповича.

Безусловно, при всей близости Ф. Прокопович и Ломоносов (и теоретики, и художники) живут каждый в своей эстетической эпохе: в словах первого имеется неповторимый эффект присутствия, «птенец гнезда Петрова» рисует образ не только монарха, великого человека, но и близкую ему личность.

М. В. Ломоносов блестяще усвоил этот приём не только в ораторской, но и в своём одическом творчестве. Под влиянием Феофана-оратора Ломоносов придаёт оде публицистический, гражданственный характер. Многие исследователи отмечают, что словосочетания «всенародная польза», «общее

добро отечества» и т.п., активно эксплуатируемые Ф. Прокоповичем, перейдут в наследство Ломоносову.

Эпическая поэма «Епиникион» открывает целый ряд монументальных исторических полотен русской поэзии XVIII в. Ф. Прокопович создаёт верное до деталей описание Полтавской битвы; поэма проникнута гордостью за отечество, за новую русскую армию, за героя битвы – Петра. Уже здесь начинается звучать мотив мира. Эти образы не будут забыты и создателем героической поэмы «Пётр Великий» (1760), кстати, изучавшим Петровскую эпоху, жизнь Петра по «Истории Петра Великого» Феофана Прокоповича. Историчность, документальность поэмы Ломоносова не совпадали с требованиями Н. Буало, но продолжали традиции отечественной поэзии.

Укажем ещё одну связующую Прокоповича и Ломоносова нить: жанр разговора, у истоков которого также стоит Феофан Прокопович, прочно вошёл в систему жанров XVIII в.; откликнулся на него и М.В. Ломоносов: жанр его «Разговора с Анакреоном» мог быть подсказан не только античными и западноевропейскими образцами, но и художественным опытом Феофана Прокоповича.

Таким образом, предклассицист Прокопович и теоретически, и художественным своим наследием подготовил яркий классицизм Ломоносова.

М. В. ЛОМОНОСОВ В ОЦЕНКАХ А. С. ПУШКИНА И В. Ф. ОДОЕВСКОГО 1830-Х ГГ.

*Никита Владимирович Гусев
МГУ имени М. В. Ломоносова
gusevnikitavl@mail.ru*

Жизнь и многогранная деятельность М. В. Ломоносова становились объектом изучения и размышлений для многих русских литераторов и деятелей культуры второй половины XVIII – XX вв. Для нас особый интерес представляет проблема восприятия личности и творчества Ломоносова в русской литературе и журналистике 30-х гг. XIX в. В этом отношении принципиально важно рассмотреть позицию А. С. Пушкина и В. Ф. Одоевского этих лет.

А. С. Пушкин посвятил Ломоносову целую главку в своей неопубликованной при жизни по цензурным причинам статье «Путешествие из Москвы в Петербург» (впервые опубликовано в посмертном собрании сочинений Пушкина в 1841 г.). Фрагмент статьи, где речь идет о гениальном русском ученом и писателе (главка «Ломоносов»), предназначенный для опубликования в одном из периодических изданий того времени, был написан в период с декабря 1833 г. по апрель 1834 г.

Пушкин, отталкиваясь от анализа фрагментов книги А. Н. Радищева о Ломоносове, дает свою характеристику его творчества. Для Пушкина он был, без сомнения, «великим человеком», великим «сподвижником просвещения». Вспоминая письма Ломоносова к И. И. Шувалову и М. И. Воронцову, Пушкин подчеркивал, «с каким жаром говорит он о науках, о просвещении!». Называя его «первым нашим университетом», Пушкин отмечал его заслуги в стремлении к комплексному изучению наук, основанном на идее связей между всеми науками.

В то же время Пушкин, представляется, несколько недооценивал Ломоносова – поэта и прозаика. В его «утомительной и тяжелой» прозе он видел «схоластическую величавость». В

поэзии Ломоносова Пушкин не ощущал самостоятельности, обвиняя его в «утомительном и надутом» калькировании с тогдашних немецких стихотворцев. В целом Пушкин выделял негативное влияние поэзии Ломоносова на последующую литературу: «высокопарность, изысканность, отвращение от простоты и точности, отсутствие всякой народности и оригинальности». Хотя немного позднее, в 3 кн. «Современника» (1836 г.), в статье «Мнение М. Е. Лобанова о духе словесности, как иностранной, так и отечественной», Пушкин не соглашался с «неосновательным» оспариванием у Ломоносова «титла поэта» и унижением его таланта стихотворца.

Одоевский на протяжении всей своей творческой биографии обращался к жизни и энциклопедической деятельности Ломоносова, который был для него идеалом ученого. Одоевский в отличие от Пушкина практически не писал о Ломоносове-литераторе. Основной акцент он делал на изучении роли Ломоносова в российской и мировой науке.

Показательна в этом отношении обнаруженная нами в Научно-исследовательском отделе рукописей Российской государственной библиотеки неопубликованная небольшая по объему, но емкая по содержанию заметка Одоевского о черновых бумагах великого энциклопедиста «по части естественных наук», которых «никто не касался» (НИОР РГБ. Ф. 479. № 2. Ед. хр. 6). Материалы Ломоносова, найденные Одоевским в архивах Академии наук, – «приуготовительные работы, журналы или заметки во время опытов, вычисления и т.п.».

Данным материалам посвящена заметка Одоевского, отнесенная архивистами к 1830–40-м гг. Как нами установлено, она написана не ранее 1831 г., поскольку в ней есть упоминание о статье Д. М. Перевощикова из научно-литературного журнале «Телескоп» указанного года, которая была посвящена Ломоносову. Заметка, скорее всего, написана до 1836 г., так как в созданном в том же году эпилоге к «Русским ночам» Одоевский с уверенностью говорил о первенстве Ломоносова в опытах с электричеством, а в неопубликованном материале лишь ставилась проблема первенства российского

ученого XVIII в. в выдвижении гипотезы о «тождестве электричества и молнии». Таким образом, представляется верным датировать ее 1831 – 36 гг.

Подчеркнем, что Одоевский большое внимание уделял значимости опытов Ломоносова не только для российской, но и мировой науки. Научная теория электричества Ломоносова (1753) лежит в основе современных взглядов физиков на эту проблему. Кстати, и само слово «электричество» было введено в русский язык именно Ломоносовым.

Одоевский пытался понять причины пренебрежения к наследию великого русского энциклопедиста XVIII в. в первой половине XIX в. Для Одоевского было важно в своей заметке, которую он планировал опубликовать, призвать русское общество к восстановлению «славы Ломоносова как физика, химика, металлурга и астронома». Он понимал, что это долг соотечественников, ведь иностранцам «нет интереса» заниматься возвеличиванием русского ученого.

Таким образом, и Пушкин, и Одоевский признавали заслуги Ломоносова в развитии просвещения в России, ценили универсализм его знаний и научных интересов. Для них Ломоносов был образцом того, как необходимо заниматься наукой, «типом славянского всеобъемлющего духа» (В. Ф. Одоевский). И сегодня чрезвычайно актуальны размышления Пушкина и Одоевского, пусть и не всегда однозначные, о значении гения великого энциклопедиста XVIII века для России и мира, о роли его прозы и поэзии в последующем развитии русской литературы, о необходимости изучения и пропаганды его опыта, о возможности опираться на этот опыт не только в собственно научно-исследовательской работе, но и общепросветительской деятельности.

200-ЛЕТНИЙ ЮБИЛЕЙ М. В. ЛОМОНОСОВА В ТОМСКЕ (ПО МАТЕРИАЛАМ ГАЗЕТЫ «СИБИРСКАЯ ЖИЗНЬ»)

Наталья Вениаминовна Жиликова
Томский государственный университет
retama@yandex.ru

В дореволюционной сибирской журналистике, обладающей ярко выраженным «литературоцентричным» характером, постоянно (хотя и с разной степенью регулярности) появлялись имена русских и зарубежных писателей и поэтов. Газеты Сибири чутко реагировали на различные литературные юбилеи, и конечно не могли пройти мимо крупного события в российской культурной жизни – 200-летия со дня рождения М. В. Ломоносова. В одной из крупнейших газет региона, «Сибирской жизни» (1897-1919, г. Томск), в 1911 году был опубликован целый ряд материалов, свидетельствующих о значительном общественном интересе к фигуре знаменитого поэта, ученого и мыслителя.

До ноября 1911 года в «Сибирской жизни» встречались единичные телеграммы, свидетельствующие о подготовке россиян к ломоносовскому юбилею. Однако в номере от 9 ноября 1911 года в общей рубрике «Телеграммы Петербургского телеграфного агентства» в отдельный раздел («К юбилею Ломоносова») впервые была выделена телеграмма из Санкт-Петербурга от 7 ноября. В ней сообщалось о заупокойное панихиде, совершенной «накануне 200-летия со дня рождения Ломоносова в церкви Александро-Невской лавры», «в присутствии великого князя Константина Константиновича и представителей академии наук» (Сибирская жизнь. 1911. № 247).

В следующем номере от 10 ноября 2011 года, в этой же рубрике, были помещены телеграммы не только из Санкт-Петербурга, но и из Москвы и города Александровска Архангельской губернии. Читатели могли узнать из них о таких

юбилейных мероприятиях, как торжественное заседание Академии наук (Петербург), торжественная панихида, собрание возле памятника Ломоносову и торжественные акты (Архангельск), открытие народного дома «на берегу Ледовитого океана в становище Тернберке» (Александровск). Сообщалось, что «телеграфным агентством из разных городов империи получены телеграммы о панихидах по Ломоносову, совершенных в церквях, учебных заведениях, а также о литературных утрах и вечерах, посвященных памяти Ломоносову», при этом было отмечено, что «в учебных заведениях обычных занятий не было», а «вечером во многих местах состоялись юбилейные спектакли, сопровождавшиеся чтениями» (Сибирская жизнь. 1911. № 248).

Общую картину ломоносовского юбилея, отмечаемого по всей России, дополнили сообщения о чествовании памяти М. В. Ломоносова в Томске, помещенные в «Сибирской жизни» в рубрике «Томская жизнь». Мероприятия, посвященные памяти ученого и поэта, были проведены в городе на общеобразовательных курсах, на высших женских курсах, в Томском учительском институте, в реальном училище, частной гимназии Н. А. Тихонравовой и в других томских учебных заведениях (см.: Сибирская жизнь. 1911. № 248, 249). Но главным событием юбилейного дня было торжественное собрание общества естествоиспытателей и врачей, которое состоялось 8 ноября 1911 года в Императорском Томском университете. Журналист в информационной заметке о собрании подчеркнул, что в нем приняли участие «много членов общества, представители местной профессуры, студенты, курсистки и масса публики», вследствие чего «обширная вторая аудитория была переполнена, много публики толпилось в коридоре и проходах» (Сибирская жизнь. 1911. № 249).

Содержание докладов, прочитанных на заседании общества естествоиспытателей и врачей, составили объемный материал «Памяти М. В. Ломоносова» (подписан криптонимом «И...»), опубликованный в следующем номере газеты «Сибирская жизнь» (от 11 ноября 1911 года). Автор этого материала

еще раз обратил внимание читателей на то, что «чувствование привлекло громадное число публики», при этом отметив, что «внешняя обстановка чувствования была более чем скромной»: «около кафедры, утопая в зелени, помещался небольшой потрет юбиляра». Статья была разбита на несколько частей с подзаголовками «Ломоносов и его академические идеалы», «Ломоносов, как физик» и «Ломоносов, как геолог и минеролог»: каждая из них представляла собой конспект выступления докладчиков – профессоров Н. Я. Новомбергского, А. П. Поспелова, приват-доцента П. П. Пилипенко. Передавалось также краткое содержание выступления лаборанта И. К. Куликовского о заслугах Ломоносова в области химии.

Докладчики характеризовали Ломоносова как «великого помора», «великого соотечественника», «научного гения, одаренного необыкновенно пронизательным умом, способным находить при помощи неотразимой логики связь между отдельными фактами и приходиться таким образом к гениальным теориям, которые мы привыкли считать результатом работ других позднейших исследований». Особо выделив взгляды Ломоносова на университет и его задачи, «до сих пор не утратившие своего значения для жизни русской высшей школы», профессор Н.Я. Новомбергский обратил внимание слушателей и на то, что ученый сто пятьдесят лет назад «увлекался и пропагандировал патриотические требования о познании России и ее окраин», однако в начале XX века «Сибирь, этот изумительный по разнообразию своего материала естественный музей, и до сих пор располагает единственным университетом, да и то половинчатым, несмотря на давно выраженную Высочайшую волю о дополнении его всеми факультетами» (Сибирская жизнь. 1911. № 249). Проводимые параллели «приближали» Ломоносова к сибирякам, делали его воззрения актуальными для современной жизни.

В свою очередь профессор А. П. Поспелов акцентировал свою мысль о том, что на Ломоносова «привыкли смотреть как на первого русского филолога и литератора, и его естественнонаучная деятельность не нашла себе достойной оценки у современников и скоро была забыта в потомстве».

Поэтому в своем докладе профессор осветил гениальные догадки Ломоносова в области физики – его атомистическую гипотезу, идеи о тепле и холоде, «об упругой силе воздуха», о природе света, об атмосферном электричестве, о силе тяжести, – опередившие свое время на столетия, и потому не понятые и не признанные наукой XVIII века. Этот же аспект подчеркнул и П. П. Пилипенко, рассматривая достижения Ломоносова как геолога и минеролога.

Автор газетной статьи счел необходимым также остановиться на заключительном слове председателя общества естествоиспытателей и врачей профессора В.В. Сапожникова, высказавшего мысль о причине, превратившей предполагаемое скромное заседание в «действительное торжество» – это «большое имя» Ломоносова, «которое всех объединило» (Сибирская жизнь. 1911. № 249).

Необходимо добавить, что большинство докладов, прочитанных в Томске на торжественных собраниях, в первую очередь освещали деятельность Ломоносова как «самобытного русского ученого», как физика и химика. Однако говорилось и о заслугах Ломоносова в области языка и литературы, прежде всего на собрании в Томском учительском институте. Директор института во вступительной речи «определил место юбиляра в истории русской культуры», а «преподаватель литературы выяснил значение Ломоносова в русской словесности». В реальном училище также была прочитана речь «О литературной деятельности Ломоносова», а в частной гимназии Тихонравовой состоялось литературное утро, на котором звучали кантаты Ломоносову, стихотворения, посвященные ему.

Таким образом, ломоносовский юбилей не прошел незамеченным в томском обществе, о чем свидетельствовали газетные материалы. Освещение юбилейных мероприятий убедительно доказало, что сибиряки хорошо помнили заслуги Ломоносова в области культуры, признавали его научный гений, далеко опередивший свое время, но особенно ценили внимание Ломоносова к своей «малой родине» – Сибири.

МОРЕ В ПОЭТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ МИРА М. В. ЛОМОНОСОВА (К ВОПРОСУ О ФЕНОМЕНЕ БАРОЧНОГО КЛАССИЦИЗМА)

*Александр Ильич Иваницкий
Российский государственный гуманитарный
университет (РГГУ), Москва
meisster@mail.ru*

В оде Ломоносова и его младших современников барочная компонента не «украшает» классицизм, а выражает мироощущение эпохи. Ключевую роль в этом играет образ моря.

В прагматическом плане выход к морю знаменовал в оде проложение торговых путей, для чего требовалось умиротворение врагов. При этом победы русского флота метафорически предстают умиротворением самого моря: «Вы, бурны вихри, не дерзайте / Подвигнуть ныне глубину...». В рамках классицизма этот перенос значения – риторический. Однако просвещенный абсолютизм передвигал монарха из средневековой позиции наместника Бога в позицию Бога как такового: «Он бог, он бог твой был, Россия, / Он члены взял в тебе плотския, / Сошед к тебе из горьних мест...». В оде демиургия монарха воплощалась и в покорении моря как такового, воцарении в нем и установлении новых отношений между водой и сушей. Так, у Сумарокова Петр -

На грозный вал поставив ногу, / Пошел меж шумных водных недр

И, положив в морях дорогу, / Во область взял валы и ветер,
...Подвигнул страхом глубину, / ...Тритоны вспели песнь ему...

Покоряя море, Петр, в конечном счете, бросает вызов его повелителю: «...Нептун познал его державу...» (Сумароков). В итоге Петр замещает Нептуна, и побежденный царь «пространная пучины», двинувшийся навстречу Петру «Из глубины своей, где царствует на дне, / В недосыгаемой от смертных стороне...», фактически предлагает своему преемнику взаимоподобить море и сушу: «"Твои, сказал, моря, над ними цар-

ствуй век... / ...поставь в пучине стены...»». Неслучайно Петербург является «свету страш[ым] град[ом]», так как, по сути, построен «в пучине» – «недосягаемой от смертных стороне». У Сумарокова Петербург – орудие покорения моря: «...Тритоны в окяине тонут, / ...О коль ты грозен, Невский град!».

Прагматика морской экспансии связала в оде моря в один образно-смысловой узел с ведущими к ним реками:

... великая Двина... / Сливаясь в сонм един со безднами морскими,

Открыла посреде играющих валов / Других всех прежде струй пучине зрак Петров...

Подобно морям, реки выступают в одах, в частности, у В. Петрова самостоятельным объектом покорения: «Дунай от страха вспять потек, / Скрывает воды Прут под брег...». Но тем же река ода отводит главную роль в рукотворном переустройстве Натуры. По воле монарха они текут вспять от морей, вглубь страны – меняя фундаментальные отношения моря и тверди:

...Великая Елисавет / Дела Петровы совершает

И глубине повелевает / В средину недр земных вступить!..

Рукотворная «премена» побуждает реки течь к царице уже по своей воле: «... Амур / В зеленых берегах крутится, / Желая паки возвратиться / В твою державу от Манжур...». Подобно им, навстречу монарху «текут» подданные: «Как с солнцем восстают к берегам Индейским воды, / Так в устья Невские лились к Петру народы...». *Восторг* вод и подобных им людей лежит в основе их «течения» к царице и венчает его: «Всегдашним льдом покрыты волны, / Скачите нынь, веселья полны, / В берегах чините весел шум...». Восторг подданных носит опять-таки «водный» характер: «...Всего народа весел шум, / Как глас вод многих, вверх восходит...».

Уподобление народного волнения морскому – общее место поэтической топики, основанное, в том числе, на этимологическом происхождении волнения от волны. Но в барочном классицизме «водоподобное» волнение народа являет собою род упорядоченной «феерии». И также осуществля-

ется через этимологическое родство: людского «рукоплекскания» плеску воды: «Брега Невы руками плещут...»; «...Тебе от верной глубины / Руками плещут воды белы...». Ликующие люди «плещут» подобно водам и вместе с ними: «...А вам, дражайшие супруги, / Вам плещут ныне лес и луги, / Вам плещут реки и моря...».

Кульминация восторженного течения воды навстречу царице – ее устремление вверх: «...Великой в похвалу богине / Я воды обращу к вершине, / Речет: и к небу устремлю». В свою очередь, народный «...плеск на небеса стремится, // Как шум от сонма многих вод» (Майков). Это центростремительное течение вод и людей и его восторженное устремление вверх в виде «плеска» замыкает на себе столица, построенная в «пучине»: «...Петровы возвышали стены / До звезд плескание и клик!».

Всеобщее «течение» к царице в конечном итоге делает ее питающей рекой – через цепочку метонимических сдвигов. Изначально царица «...Седми пространных морь берегов / Надежда, радость и богиня...». С берегов власть царицы по смежности переходит на моря, и «...благодарение...» в одноименной оде адресуется Ломоносовым уже «Владычице российских вод». Которая, в свою очередь, преобразуется в олицетворенную реку. Как неявно: «Владеешь нами двадцать лет, / Иль лучше, льешь на нас щедроты...»; «...От ней текут на нас щедроты...». Так и открыто уравниваясь с рекой:

...Ты суд и милость сопрягаешь, / ...Так Нил смиренно протекает...

Свою сладкою водою, / ...Златой дает Египту век...

В своем подобии реке царица преемственна Nature, которая «Сосцами реки проливает / И теми всяку тварь питает...» – и прямо объявляет свое «претворение» в царицу: «В ней хитрость вся моя и сила / Возможность крайнюю положила...». «Речная» природа царицы передается, в свою очередь, ее державе:

Да возрастет ее держава, / ...Как ток великия реки

Чем дале бег свой простирает, / Тем больше вод в себя вмещает

И множество градов поит...

Этот переход также является «ступенчатым». «Излияние» царицы – «реки» на державу продолжается течением рек в качестве вестников русского золотого века вечной весны:

...О чистый Невский ток и ясный, / ...Промчись до шведских берегов,

И больше устраши врагов, / Им громким шумом возвещая,

Что здесь зимой весна золотая... / Замерзлым жизнь дает водам...

Центробежная устремленность вод и наделенных их энергией людей делает мирную экспансию России разливом моря:

...море нашей тишины / Уже пределы превосходит,

Своим избытком мир наводит, / Разлившись в западные страны...

Таким образом, из объекта умиротворения море последовательно превращается в вассала России и царицы; внутреннее состояние России, а затем и мира в целом. Монарх же утверждает свое «богоподобие» тем, что становится олицетворенным средоточием упорядоченного центробежного / центростремительного движения вод и подобных им людей. В «мобилизованной и призванной» государством ломоносовской оде барокко не замещало собою классицистический рационально-государственный порядок, а осуществляло его в «витально – динамической» и игровой форме.

М. В. ЛОМОНОСОВ В ОДНОИМЕННОМ ПРОИЗВЕДЕНИИ К. А. ПОЛЕВОГО (1836)

Ольга Евгеньевна Кобякина
МГУ имени М. В. Ломоносова
olga-kobyakina@yandex.ru

М. В. Ломоносов – «первый наш университет», как называл его А. С. Пушкин, – титаническая фигура в истории рождения российской науки, литературы, культуры. О жизни Ломоносова повествуют многочисленные биографии, начиная с 1772 г. (Н. Н. Новиков, М. И. Веревкин и др.). Особое место среди них занимает книга «М. В. Ломоносов» К. А. Полевого (1836) – «поэтическая биография» гения. В. Г. Белинский называл такой жанр «совершенно позволительным и законным» изобретением и отмечал, что это «не роман и не биография... Это *поэтическая* биография, принадлежащая и к науке, и к искусству – род совершенно новый, оригинальный».

В этом первом беллетризированном жизнеописании описана вся жизнь Ломоносова (8 ноября 1711 – 4 апреля 1765). Автор рассказывает о нем как об обычном человеке и, конечно, несколько романтизируя его образ.

К. Полевой подробно говорит о Ломоносове-ученом (химике, физике, металлурге), но явно недооценивает его литературный талант. В книге лишь упоминается об «Оде на взятие Хотина» и говорится, что под пером ее автора «родился ямбический стих». Интересно, что через 7 лет, в 1843 г., Н. Полевой написал драматическую повесть «Ломоносов. Жизнь и поэзия», в основу которой положил произведение брата. Однако Н. Полевой «сделал в своей драме Ломоносова по преимуществу поэтом и на его поэтическом стремлении основал пафос своей драмы. Недостаточно показан у К. Полевого и вклад его героя в создание университета».

Возможно, что именно созданная Полевым «поэтическая биография» гения способствовала популярности Ломоносова: с 1840 по 1850 гг. трехтомное собрание его сочинений переиздавалось три раза, став своего рода бестселлером.

М. В. ЛОМОНОСОВ В ДУХОВНЫХ ШКОЛАХ

*Владимир Николаевич Мандзюк-Ильницкий
МГУ имени М. В. Ломоносова
vladymyros@mail.ru*

Ломоносов знал, что только в трёх городах России – в Москве, Киеве и Санкт-Петербурге – можно овладеть высшими науками. Свой выбор он остановил на Москве.

15 января 1731 года Михаил Васильевич Ломоносов записался в Спасские школы – Славяно-греко-латинскую академию. Богословская школа была открыта при Богоявленском монастыре, потом в Заиконоспасском – Спасские школы в 1685 г.

По благословию патриарха Иоакима 6 марта 1685 года в Москву приезжают ученые монахи Софроний и Иоанникий (Лихуды), потомки жившего еще в XI в. профессора Константина Лихуда, который преподавал право в Константинопольском университете.

В Славяно-греко-латинской академии Ломоносов учился во время ректорства архимандрита Германа Копцевича. За латинскую азбуку «посадил» его иеромонах Модест Ипполитович, позже его перевели в латинский грамматический класс Германа Канашевича; синтаксис преподавал ему белец Тарасий Посников; в российской и латинской поэзии наставлял иеромонах Феофилакт Кветницкий. Ломоносов слушал риторику у иеромонаха Порфирия Крайского, который после того заступил место ректора.

Братья Лихуды одновременно были носителями и европейской образованности, и греческой святоотеческой традиции. Их деятельностью и было положено начало Славяно-греко-латинской академии, в которую в 1687 году влилась в полном составе Типографская школа. Таким образом, у истоков отечественной высшей школы стояли обе традиции образования: как западноевропейская, так и восточно-византийская.

После братьев, два их ученика Николай Семенов и Федор Поликарпов в течение пяти с половиною лет (1694—1699) продолжали миссию братьев. На греческом языке они преподавали грамматику, пиитику – науку стихотворства, риторику; философию и богословие не преподавали, потому что и сами не успели выслушать курс этих наук от Лихудов.

Стефан Яворский, выходец из киевской академии, в силу царского указа, вызвал в 1701 г. из Киева наставников, которые ввели в московскую академию полный курс наук, какие читали тогда в Киеве. Также были введены одинаковые методы преподавания, порядки, как училищные, так и домашние – все это предало ей дух и внешний вид киевской кадемии.

С этого времени московская славяно-греко-латинская академия больше тридцати лет находилась под исключительным и вплоть до времен митрополита Платона под преобладающим влиянием киевских воспитанников.

Решено было преподавать духовные и светские науки – грамматику, пиитику (теория поэзии, литературы), риторику (теория красноречия, наука о правилах искусного ораторского изложения), диалектику, философию и богословие, и языки славянский, греческий, польский и латинский для людей всякого чина в возраста.

Академия назначалась быть блюстительницею православия во всей России. Никто не должен был держать у себя учителей иностранных языков, а должен был для обучения языкам отдавать своих детей в Академию. Она обязывалась смотреть и за тем, чтобы в России не было иноверной пропаганды, и за новообращенными, тверды ли они в вере, и за всеми вообще людьми духовного и мирского чина, не держит ли кто у себя запрещенных книг, не вступает ли в сосязания о вере и проч. Ей предоставлялся и суд по религиозным преступлениям: по суду ею запрещенные книги должны были подвергаться сожжению; нетвердых в вере она могла подвергать ссылке, а иноверцев, виновных в хуле на православную веру, и русских отступников – даже смертной казни чрез сожжение. Последние грозные полномочия Академии

не были, впрочем, осуществлены на практике, и ей досталось одно, более скромное, просветительное значение.

Полные курсы Лихудов начались в 1686 году по отстройке зданий Академии в Заиконоспасском монастыре, причем в нее переведены были и ученики типографской школы. Ученики говорили на обоих языках и перевели несколько книг, старшие из них начинали и сами заниматься обучением начинающих.

В преподавании своем они старались избегать всяких следов своего западного образования – и схоластического метода, и господства латыни, – вместо Аристотеля на первый план выдвигали Священное Писание и отцов церкви, вместо латыни – греческий язык, схоластического богословия вовсе не преподавали.

Удивительная целеустремленность была присуща М. В. Ломоносову. Он в первый год закончил три класса Академии и уже мог писать стихи на латинском языке. Затем он выучил греческий язык. Юноша много работал в библиотеке Академии и в других доступных ему московских библиотеках, читал русские рукописные и печатные книги, летописи, труды латинских и греческих авторов. Чтобы заработать немного денег, он занимался с детьми священника и отправлял в Заиконоспасском монастыре пономарскую должность.

Современные исследователи отмечают глубокое знакомство Ломоносова с самыми разными жанрами древнерусской литературы. Из академической биографии известно, что по прошествии первого полугодия он был переведён из нижнего класса во второй, и в том же году – в третий. Через год, в достаточной мере овладев латынью, и будучи уже способен на латинском сочинять небольшие стихи, начал учить греческий.

Поскольку Славяно-греко-латинская академия готовила служителей церкви, то в ней уделялось мало внимания изучению естественных наук, к которым в особенности тянулся М. В. Ломоносов. Поэтому, в поисках более глубоких знаний по физике и философии он с разрешения ректора Спасских школ осенью 1733 г. уехал учиться в Киево-Могилянскую ду-

ховную академию – старейшее высшее учебное заведение в Российской империи.

Первоначально, в 1615, архимандритом Елисеем Плетенецким в Богоявленском монастыре была учреждена Киево-братская школа, предназначенная для изучения классических языков, риторики, богословия и некоторых предметов элементарного образования.

Киевский митрополит Пётр Могила объединил эту школу с основанным им училищем; заведение получило впоследствии звание высшего учебного заведения, известного под названием Киево-Могилянской коллегии (1631—1701).

По своему основному характеру коллегия напоминала иностранные коллегии и академии, в которых обучался сам Могила. Здесь преподавались: языки (славянский, греческий и латинский), нотное пение, катехизис, арифметика, поэзия, риторика, философия и богословие; ученики делились на восемь классов: аналогия, или фара, инфима, грамматика, синтаксима, пиитика, риторика, философия и богословие. Кроме изучения этих предметов, воспитанники каждую субботу упражнялись в диспутах.

Из числа деятелей этой коллегии пользуются наибольшей известностью: Иннокентий Гизель, Иоасаф Кроковский, Лазарь Баранович, Иоанникий Голятовский, Антоний Радзивилловский, Гавриил Домецкий, Варлаам Ясинский, св. Дмитрий (Туптало), Стефан Яворский, Феофилакт Лопатинский, Феофан Прокопович, св. Иннокентий Кульчинский и Гавриил Буянинский.

В 1701 году коллегия переименована в академию, и круг наук расширен: введены языки французский, немецкий и еврейский, естественная история, география, математика; некоторое время преподавались также архитектура и живопись, высшее красноречие, сельская и домашняя экономия, медицина и русская риторика.

Число преподавателей к концу XVIII доходило до 20 и более; в академической библиотеке было более 10000 книг. Богословие с 1759 преподавалось по системе Феофана Прокоповича, риторика – по руководству к красноречию М.В. Ло-

моносова, остальные предметы, главным образом, – по иностранным руководствам.

О пребывании М. В. Ломоносова в этом учебном заведении говорят многочисленные пометки, оставленные им на полях старинных книг и летописей. Однако ему не удалось найти в Киеве ничего нового по сравнению с тем, что он изучал в Москве, он «прилежно перечитывал летописи и творения святых отцов» и в 1734 г. он вернулся в Московскую академию.

В 1734 году М.В. Ломоносов подумывал принять священство и отправиться с И.К. Кирилловым в Оренбургскую экспедицию.

В следующем, 1735 году, не дойдя ещё до богословского класса, Ломоносов из философского класса был отправлен в Академию Наук.

ГИНЕКРАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ГОСУДАРСТВЕННОГО МИФА В ОДИЧЕСКОМ ТВОРЧЕСТВЕ М. В. ЛОМОНОSOBA

*Елена Евгеньевна Приказчикова
Уральский федеральный университет
miegata-logos@yandex.ru*

Среди культурных мифов эпохи Просвещения центральное место занимает государственный миф, основной пафос которого определялся историческими реалиями эпохи абсолютизма. Однако специфика русской ситуации заключалась в том, что практически на протяжении всего века во главе государства находились женщины-правительницы, реализующие тем самым гинекратический извод государственного мифа. Сам термин «гинекратия», т. е. исключительная власть и сила женщин, был впервые использован применительно к российской действительности Екатерининской эпохи ещё в начале XIX столетия французским мемуаристом Ш. Массоном в его «Тайных записках о России».

Одическое творчество М. В. Ломоносова показывает, что основное содержание государственного мифа эпохи женского правления стало формироваться в творчестве русского поэта ещё в конце 30-х годов XVIII века, начиная с оды «На взятие Хотина». В этом произведении в центре внимания поэта оказывается образ императрицы Анны Иоанновны, чей «грозный взор» и «солдатская храбрость» должны обеспечить победу россиян над Блистательной Портой. Страх, который распространяет вокруг себя имя Анны у Ломоносова, вполне согласуется с той характеристикой императрицы, которая будет дана в XIX веке историком В. О. Ключевским. Именно Ключевский, ориентируясь на мемуарные свидетельства современников, например, княгини Н. Б. Долгоруковой, обратил внимание на избыточную мужественность образа императрицы, что находило отражение даже во внешнем облике Анны Иоанновны, которая была «рослая и тучная, с лицом более мужским, нежели женским».

Прямой противоположностью образу Анны Иоанновны в одах Ломоносова стала императрица Екатерина I. В «Оде на прибытие Елизаветы Петровны из Москвы в Санкт-Петербург 1742 года по коронации» Екатерина выступает в образе кроткой супруги императора Петра I, который «на запад смотрит грозным оком»: «Кротость» Екатерины опять будет подчеркнута поэтом в «Оде на день восшествия на престол Елизаветы Петровны, 1746 года», в которой лик Екатерины «был щедр и кроток и прекрасен». Наконец, в «Оде торжественной Екатерине Алексеевне на ее восшествие на престол июня 28 дня 1762 года» супруга Петра Великого выступает в роли женщины, «умягчающей» сердце «прехраброго Героя». Совершенно очевидно, что правительница, обладающая только такими качествами характера, также не могла претендовать на то, чтобы выступать в роли гинекратического идеала пиндарической оды с её «пафосом торжествующей государственности».

Только с царствования Елизаветы Петровны в России начинает создаваться настоящий гинекратический миф государственного правления. Елизавета – «дщерь Петрова», «кровь Петрова» в космосе ломоносовской оды мыслится как своеобразная дева Паллада, вышедшая из головы своего отца. На протяжении всего ее правления ей приписывали качества, которыми она реально не обладала: государственная мудрость, прозорливость, желание жертвовать своим покоем ради подданных. Не случайно Ломоносов в «Разговоре с Анакреонтом» даже придал черты внешнего облика уже не молодой императрицы Елизаветы образу России, подчеркнув в ней «возраст зрелой», «вид в довольствии веселой», «отрады ясность на челу И вознесенную главу».

Именно в этом произведении в изображении женского идеала красоты «галантного века» соединяется воедино хорошо знакомая для русского читателя XVIII века мифология Минервы и Венеры, с их воплощениями воинственности, величия, власти и красоты: «Цвет в очах ее небесной Как Минервин, покажи И Венерин взор прелестной С тихим пламенем вложи». Женщина, обладающая небесным цветом глаз

Минервы и взором Венеры, как раз и являлась тем женским идеалом красоты и силы, который активно создавался в контексте гинекратического мифа русской культуры. В философском плане подобный идеал может претендовать на статус андрогинности, если иметь в виду определение философа И. Ильина, отмечавшего «особенную» женственность русской женщины, которая «умеет подать и реализовать ставшей мужественным характер в форме вечно-женственного».

«Женственный» характер правления императрицы Елизаветы в соединении с силой и величием «дщери Петровой» неизменно подчеркивался в одическом творчестве Ломоносова. Особенно это проявляется в «Оде торжественной Екатерине Алексеевне на ее восшествие на престол июня 28 дня 1762 года», в которой поэт пытается соотнести между собой три женских правления: Екатерины I, Елизаветы Петровны и Екатерины II. Поэт пишет: «Елизавета царством мирным Российские смягчит сердца И как дыханием зефирным Взиранием кроткого лица, Вливает благосклонность в нравы, В войнах не умаляя славы». Последняя строка поэтического отрывка доказывает, что современники Елизаветинского правления как нельзя лучше отдавали себе отчет в том, что именно «прекрасная Елизавет» впервые продемонстрировало россиянам всю благодать соединения военной славы во внешней политике и щедрот мира во внутренней жизни страны. Последнее на поэтическом языке од Ломоносова характеризовалось как «возлюбленная тишина».

Кроткий героизм российской императрицы Елизаветы рассматривался Ломоносовым в контексте просветительской философии как абсолютный идеал правителя. Тем самым Елизавета подавала пример другим монархам, а главное, монархиням эпохи. Уже в оде на её вступление на престол в 1742 году намечается парадигма идеального правления будущей императрицы, о которой поэт пишет: «Всех жен хвала Елизавет Сладчайшим Музам век дает. В ней зрятя истинны доброты, Геройство, красота, щедроты». Более того, обращаясь к Елизавете, Ломоносов пишет: «О слава жен во свете славных, России радость, страх врагов, Краса владительниц

державных!». Последние слова автора оды – свидетельство существования гинекратического мифа государственного правления не только в России, но в мире вообще,

На протяжении всего XVIII века в России сочетание силы и милосердия будет рассматриваться как идеальное и единственно возможное при женских правлениях. Как только на российском престоле оказывался император-мужчина, равновесие сразу смещалось в сторону грозной воинственности, что приводило к общественному недовольству и свержению ненавистного правителя. При жизни Ломоносова так произошло с императором Петром III, впоследствии – с Павлом I.

При своем вступлении на престол в 1762 году императрица Екатерина II была вынуждена учитывать существование в России национального варианта государственного мифа в его гинекратическом изводе и по возможности соответствовать ему. Женский универсализм «бабьего царства» найдет отражение в её записках, где она неизменно будет подчеркивать свой «мужской ум» в соединении с «женской приятностью в общении». Именно это своё качество Екатерина всегда рассматривала как основную причину, позволившую ей, немке по происхождению, стать русской «матушкой-императрицей», сделав свое правление блистательной эпохой российского самодержавия. Однако поэтической код этого правления был заложен традициями пиндарических од Ломоносова.

М. В. ЛОМОНОСОВ В ИСТОРИКО-ЛИТЕРАТУРНОЙ КОНЦЕПЦИИ П. А. ВЯЗЕМСКОГО

*Ирина Евгеньевна Прохорова
МГУ имени М. В. Ломоносова
pro-hor-ie@mail.ru*

Анализируя развитие русского языка и литературы в книге «Язык Пушкина», академик В. В. Виноградов писал: «Мимо имени Ломоносова не мог пройти ни один писатель начала XIX века, <...> пытавшийся осмыслить свое отношение к славяно-русской литературно-языковой традиции». Среди таких писателей ученый упомянул и П. А. Вяземского, правда, лишь одно (и не самое характерное) его суждение о Ломоносове в монографии о Фонвизине, (написана в основном в 1830 г., опубликована в 1848 г.).

Между тем интерес Вяземского к личности и творчеству Ломоносова обусловлен не исключительно его ролью «преобразователя языка», хотя вслед старшим коллегам «по цеху» (Н. М. Карамзин, К. Н. Батюшков) он отдавал должное ломоносовской языковой реформе. Вяземский всегда (в статьях в периодике – они в основном рассматриваются в данной работе, а также в стихотворении «Петербург», записных книжках и письмах) стремился к осмыслению фигуры Ломоносова в более широкой историко-культурной перспективе. Однако публикаций, посвященных специально Ломоносову, критик, насколько известно, не готовил.

Впервые публично Вяземский высказался о Ломоносове уже в первой значительной журнальной публикации – некрологической статье «О Державине» (1816). Она увидела свет в петербургском «Сыне Отечества» и практически следом в московском «Вестнике Европы» – ведущих журналах того времени, довольно сильно различавшихся по литературно-общественной позиции и конкурировавших между собой. Такая востребованность свидетельствовала как о значимости предмета, так и о содержательности и максимальной

(в рамках жанре некролога) взвешенности оценок. В ней поставлены принципиально важные вопросы о Г. Р. Державине как «величайшем из поэтов» и о соотношении его роли и роли его предшественников, прежде всего Ломоносова, в развитии литературы.

Отметив, что «достойный наследник лиры Ломоносова» именно у него «научился звучности языка пиитического и живописи поэзии» и что оба поэта активно обращались к жанру оды, Вяземский сфокусировал внимание на различиях в «духе поэзии их». Причем достаточно четкие, тяготеющие к научности определения он дополнял яркими образными сопоставлениями: «Ломоносов более в стихах своих оратор, Державин всегда и везде поэт <...> Ломоносов в хороших строфах своих плывет величавым лебедем; Державин парит смелым орлом». По Вяземскому, названные поэты отличны и по широте и разнообразию тематики. И хотя молодой критик не всегда безусловно точно формулировал мысль (например, Державин как «певец всех веков и всех народов» противопоставлялся Ломоносову – «певцу российского двора»), общий её ход логичен и в целом верен. Особенно если учитывать, что в статье впервые осмысливалась роль двух крупнейших писателей 18 века с точки зрения только зарождавшейся в России романтической критики.

В завершении статьи Вяземский наметил контуры историко-литературной концепции, которая в дальнейшем наложила отпечаток на практически всю его журнально-критическую деятельность. Она основывалась на объективном признании заслуг первопроходцев – в данном случае «трудов и подвигов исполинских» «образователя русской поэзии» Ломоносова, – прокладывавших путь своим «будущим победителям» – в данном случае Державину.

На необходимость исторического подхода к оценке литературы прошлого Вяземский указывал в рецензии, приветствовавшей новаторскую романтическую поэму А. С. Пушкина «Кавказский пленник» («Сын отечества», 1822). Критик подчеркивал: «Несмотря на то что пора торжественных од миновалась [почти одновременно в статье о И. И. Дмитриеве

он ещё резче отозвался о языке Ломоносова, который «в некотором отношении есть уже мертвый язык» – И. П.), польза, принесенная Ломоносовым и в одном стихотворном отношении, не утратила прав на уважение и признательность».

Вяземский считал, что поэзия Ломоносова, пусть «несколько чопорная и официальная», – и в этих качествах отражая свою эпоху (поэтому его оды «были бы ныне фальшивыми звуками»), – сохраняет не только историческое значение. Во-первых, она ценна для последующих поколений как «календари нравственного мира» прошлого для «узнавания времени, на которое они были изданы» (статья «Сонеты Мицкевича» в «Московском телеграфе», 1827). Во-вторых, художественные (хотя бы немногие) «достоинства хороших писателей не затмятся» никогда. Начинаям литераторам Вяземский советовал не просто почитать, а специально изучать творчество «родоначальника нашего» Ломоносова, прежде всего в связи с развитием русского языка в его «постепенных изменениях» («Отрывок из письма к А. И. Готовцевой» в «Деннице» на 1830 г.). В позднейшие годы он специально указывал на опасную для отечественной культуры тенденцию «нового поколения» к полному «разрыву с прошедшим», проявляющуюся и в пренебрежении к поэзии Ломоносова (статья «Стихотворения Карамзина» в «Беседах в ОЛРС», 1867).

Сопоставительные интенции в суждениях Вяземского о начале русской литературы проявились также в попытках осмысления им оппозиций Ломоносов-Тредьяковский, Ломоносов-Сумароков (статьи «О духе партий; о литературной аристократии» и «О Сумарокове» в «Литературной газете», 1830). Противопоставление Ломоносов-Кантемир стало предметом размышлений в одном из фрагментов рецензии Вяземского на «Сочинения В. Жуковского в прозе» («Московский телеграф», 1826). Откликаясь на давнюю статью Жуковского о сатирах А. Д. Кантемира и полагая определяющим воздействие на национальную историю и литературу тех писателей, которые стояли у истоков, Вяземский высказал сожаление, что в России такое влияние имел одописец Ломоносов, а не Кантемир с его сатирами. Ведь будь «воля исполнин-

ская Ломоносова, круто поворотившего наш стихотворный язык», у Кантемира, он сделал бы неизмеримо больше, одной рукой изгоняя «погрешности из языка и предрассудки из общества». Остроумная, публицистически окрашенная реплика Вяземского спровоцировала «Возражения...» С. П. Шевырева («Московский вестник», 1827), а позднее, очевидно, отозвалась в историко-литературных построениях В. Г. Белинского (напр., в статье «Взгляд на русскую литературу 1847 года»).

Постепенно сопоставительные интенции в размышлениях Вяземского о «краеугольных именах» в отечественной поэзии затухали. В статье «Языков и Гоголь» («Санкт-Петербургские ведомости», 1847) и в книге «Фон-Визин» уже педалировалась мысль о самоценности наследия каждого из классиков, включая Ломоносова.

Вяземского-критика отличало умение применять свои историко-литературные представления в полемике на злободневные темы. Так, в «Разговоре между издателем и классиком...» (напечатан в 1824 г. «вместо предисловия» к «Бахчисарайскому фонтану» Пушкина) Вяземский, защищая право романтиков на отказ от отживших литературно-языковых «правил» и усвоение открытий германской литературы, мастерски апеллировал к авторитету Ломоносова. Лишая «классиков» их главного козыря, полемист со знанием дела напоминал, что сам Ломоносов «брал в вводимом стихосложении своем съемки с форм германских» и во многом «следовал Гинтеру» (И. Х. Гюнтеру). Одним из первых в России Вяземский убедительно и доступно для достаточно широкого читателя показал закономерность и особенности постоянного литературно-языкового обновления на протяжении 18-19 в.в. и глубинную связь между «эпохой преобразования, сделанного Ломоносовым в русском стихотворстве», «эпохой преобразования в русской прозе, сделанного Карамзиным», и «нынешним волнением, волнением романтическим».

В целом акценты в отношении Вяземского к Ломоносову в разные годы менялись. Неизменным оставались уважительность и стремление, по выражению Вяземского, к «здоровой трезвости» (недаром он не принял восторженность К. С. Ак-

сакова в диссертации о Ломоносове) в отношении к нему как «преобразователю языка» и «образователю русской поэзии», а также равнодушие – как к автору прозаических сочинений. Осмысление литературно-языковой деятельности Ломоносова вписывалось в историко-литературную концепцию Вяземского, хотя при сравнительном анализе творчества Ломоносова и других литераторов 18 в. критик не всегда мог избежать преувеличений. Разумеется, привлекала его внимание и самобытная личность, богатая «романическими» событиями жизнь Ломоносова, особенно в свете размышлений Вяземского о различных авторских стратегиях при написании биографии писателя, но это уже другая тема (и нам доводилось писать об этом).

М. В. ЛОМОНОСОВ В КНИГЕ «ВЫБРАННЫЕ МЕСТА ИЗ ПЕРЕПИСКИ С ДРУЗЬЯМИ» Н. В. ГОГОЛЯ

*Егор Владимирович Сартаков
МГУ имени М. В. Ломоносова
esartak@mail.ru*

В русской литературной критике середины 1840-х гг. остро ощущалась необходимость пересмотра устоявшихся взглядов на литературное наследие прошлого века. Не остался в стороне и Гоголь, который интересовался поэзией XVIII века ещё со времен учебы в Нежинской гимназии.

Проблема «Ломоносов в восприятии Гоголя» традиционно привлекала внимание многих исследователей; ряд ценных замечаний содержится в работах Г. А. Колосовой, Ю. В. Манна, Р. М. Гафарова, И. А. Виноградова и др. Однако обычно анализ этой проблемы проводился на материале гоголевского рукописного сборника «Сочинения Ломоносова и Державина» (1841 – 1842 гг.) или его «Учебной книги словесности для русского юношества» (1844 – 1845 гг.). Наша задача – проанализировать рецепцию Гоголем Ломоносова в книге «Выбранные места из переписки с друзьями» (опубл. 1847 г.).

В «Выбранных местах...» о Ломоносове упоминается в двух письмах (оба – 1846 г.): «О лиризме наших поэтов» (адресовано В. А. Жуковскому) и «В чём же наконец существо русской поэзии и в чём её особенность» (без адресата). И хотя Ломоносов не является главным героем этих писем (в них дана гоголевская концепция развития всей русской литературы), гений XVIII века занял здесь значительное место. Ему посвящена примерно четверть статьи «О лиризме наших поэтов» и пятая часть статьи «В чём же наконец существо русской поэзии...».

Отправная точка гоголевских рассуждений о Ломоносове – размышление об исторической роли Петра I, совершив-

шего «крутой поворот» в русской истории: «Крутой поворот был нужен русскому народу, и европейское просвещение было огниво, которым следовало ударить по всей начинавшей дремать нашей массе. <...> Огонь излетел вдруг из народа. Огонь этот был восторг. <...> Восторг этот отразился в нашей поэзии, или лучше – он создал ее». Из этого восторга и родился Ломоносов, охарактеризованный Гоголем как «восторженный юноша, которого манит свет наук».

Таким образом, современная Гоголю русская литература обязана своим появлением восторгу, который, как известно, является главной эмоцией в поэтике оды. Этот восторг Гоголь связывал не только с идеей просвещения и «европеизации» России, но и с осознанием Россией себя как великой державы («изумленье от великого поприща, ей предстоящего»). Именно восторг внёс в русскую литературу «то светоносное начало», которого не было в литературе допетровской Руси. Между тем Гоголь понимал, что древняя русская литература имела три источника (идея, взятая из «Истории государства Российского» Н. М. Карамзина): народные песни, пословицы, слово церковных пастырей. Разрыв с этими исконными источниками русской культуры оказался неизбежен, он был обусловлен требованиями времени петровских преобразований. Поэтому художественное направление Ломоносова характеризуется некоторой односторонностью, необходимой, тем не менее, для дальнейшего развития русской литературы.

Гоголь готов даже указать точную дату возникновения новой русской литературы – 1739 г., когда «восторг от нашей новой победы заставил его [Ломоносова] набросать первую оду» («Ода...на взятие Хотина», опублик. 1751 г.). То значение, которое Гоголь придавал этому произведению, подчеркивается ещё и тем, что он включил его в рукописный сборник «Сочинения Ломоносова и Державина».

Вместе с тем в статье «В чём же наконец существо русской поэзии...» несколько раз подчеркнута, что Ломоносов «случаем» попал «в поэты» и в его «описаниях слышен взгляд скорей ученого натуралиста, чем поэта». Гоголь выделил ряд

недостатков в ломоносовских сочинениях. Прежде всего, отмечена подражательность од Ломоносова: «Впопыхах занял он у соседей немцев размер и форму, какие у них на ту пору случились, не рассмотрев, приличны ли они русской речи». Как уже отмечалось, суждение о подражательности ломоносовской поэзии было, очевидно, усвоено писателем ещё в нежинский период – и не только из учебных пособий, но и из жизнеописания, помещенного в 6-томном «Полном собрании сочинений» Ломоносова (1803 г.), имевшемся в библиотеке Д. П. Трошинского, которой с детских лет пользовался Гоголь [Гафарова, 2006]. В анонимном предисловии к первому тому этого издания сказано, что Ломоносов «слушая их (студентов. – Е. С.) песни, возлюбил немецкое стихотворство. <...> По тамошним ямбам, хорям и дактилям начал размерять стопы в Русских стихах».

Другим недостатком поэзии Ломоносова Гоголь считал её риторичность: «Нет и следов творчества в его риторически составленных одах». Правда, тут же отмечалось, что все недостатки поэзии Ломоносова решительно уничтожаются, стоит поэту коснуться «высоких предметов», постижение сути которых рождает «лиризм» (в статье «О лиризме наших поэтов» Ломоносов по содержанию в его произведениях «лиризма» стоит на первом месте, Пушкин – только на третьем).

По Гоголю, особый лиризм вызывали у русских поэтов (в том числе у Ломоносова) три явления: Бог («верховный источник лиризма»), Россия («При одном этом имени как-то вдруг просветляется взгляд у нашего поэта») и любовь к царю («От множества гимнов и од царям поэзия наша <...> получила какое-то величественно-царственное выражение»).

Затрагивается Гоголем и вопрос о языке ломоносовских сочинений. Он разделяет общее мнение о великом значении Ломоносова в преобразовании русского языка и поражается, как гению удалось одновременно произвести преобразование и в стихотворной форме. Причем именно в поэзии, по Гоголю, наиболее полно проявляется гибкость и красота ломоносовского языка: «Он (язык. – Е. С.) у него свободнее

и лучше в стихах, чем в прозе, и недаром Ломоносова называют отцом нашей стихотворной речи. Изумительно то, что начинатель уже явился господином и законодателем языка».

В целом в «Выбранных местах...» Гоголь указал на огромное влияние творчества Ломоносова на русскую литературу. В этой связи писатель, естественно, вновь актуализировал уже, казалось бы, решенный вопрос о месте оды в жанровой иерархии и выдвинул её на главенствующее положение: «Ода есть высочайшее, величественнейшее, полнейшее и стройнейшее из всех поэтических созданий». Гоголю важно сохранить эту соотнесенность с высоким, увидеть в жизни идеал, который нужно воплотить в художественном произведении – отсюда значение Ломоносова и одической традиции в целом.

Примечательно, что в статье «В чём же наконец существо русской поэзии...» из поэтов XVIII столетия названы только Ломоносов, В. П. Петров и Г. Р. Державин, даже не упомянув имен Тредиаковского и Сумарокова. Причем история (предыстория?) русской литературы у Гоголя начиналась именно с Ломоносова, ведь он «стоит впереди наших поэтов, как вступление впереди книги». Именно Ломоносовым, по Гоголю, задана литературе некая существенная задача, которая затем будет решаться на протяжении многих десятилетий и к решению которой он чувствовал причастным и себя.

**АКТУАЛЬНАЯ ПУБЛИЦИСТИКА:
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ
ПИСЬМА М. В. ЛОМОНОСОВА К И. И. ШУВАЛОВУ
«О СОХРАНЕНИИ И РАЗМНОЖЕНИИ
РОССИЙСКОГО НАРОДА» от 1 НОЯБРЯ 1761 г.**

Татьяна Валентиновна Шумилина
МГУ имени М. В. Ломоносова
tatyanshumilin@yandex.ru

250 лет прошло с тех пор, как было написано М. В. Ломоносовым письмо к И. И. Шувалову, в котором великий ученый излагает свои мысли, «простирающиеся к приращению общей пользы». Сегодня мы обращаемся к нему в разгар кампании по выборам депутатов Государственной думы. В то время, когда каждая участвующая в кампании политическая сила стремится привлечь избирателей предложениями, планами и программами возрождения России, нельзя не поразиться прозорливости Ломоносова, актуальности его мыслей. В этом письме он по сути изложил свою программу, детально проработав ее первую главу.

Работа имеет дуалистическую структуру. С одной стороны, это служебная записка, в которой содержится план обустройства России. С другой, это публицистическое произведение, написанное в эпистолярном жанре, отличающееся глубиной мысли, гражданской ответственностью и эмоционально-образным слогом. Наилучшим поэтому, с моей точки зрения, методологическим подходом будет использование принципа дополнительности, позволяющего наиболее полно анализировать феномен, имеющий сложную природу. Поскольку этот принцип еще не обрел популярности в науке о журналистике, следует сказать несколько слов о нем самом.

В 1927 году Нильс Бор дал формулировку одного из важнейших принципов квантовой механики – принципа дополни-

тельности. Согласно этому принципу, для полного описания квантово-механических явлений, имеющих двоякую природу (микрочастицы материи обладают корпускулярно-волновым дуализмом, т.е. фотоны, электроны, протоны, атомы и др. имеют свойства и частиц (корпускул), и волн), необходимо применять два, казалось бы, взаимоисключающих («дополнительных») набора классических понятий, совокупность которых даёт исчерпывающую информацию об этих явлениях как о целостных. Например, дополнительными в квантовой механике являются пространственно-временная и энергетически-импульсная картины.

Этот принцип получил широкое распространение. Сам Нильс Бор превратил открытый им принцип из физического в универсальный, прилагая его по аналогии к гуманитарным областям, таким, как психология, культура, литература, выявляя общие черты микрообъектов и живых организмов, сознания, общества и т.п.

Применительно к нашей области он предполагает рассмотрение журналистики, многоплановой по своей природе, в различных системах, прибегая к различным методам анализа, описывая объект с разных сторон, в то же время не теряя из виду тот факт, что это единый целостный объект.

Анализ письма М. В. Ломоносова как служебной записки и как художественно-публицистического произведения дает возможность понять, почему написанное двести пятьдесят лет назад письмо обладает таким потенциалом, что кажется современнее и актуальнее многих программных документов политических сил, претендующих на победу в выборах 2011 года.

*Издается при поддержке
Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям*

**JOURNALISTIC CULTURES:
FACING SOCIAL AND TECHNOLOGICAL CHANGES**

Подписано в печать 27.10.2011 г. Формат 60x84/16.
Гарнитура "British Council Sans Cyr".
Бумага офсетная. Усл. печ. л. 13,02. Тираж 100 экз.