

Litera

Правильная ссылка на статью:

Георгиева Е.С., Блохин И.Н., Олейников С.В., Лабуш Н.С. Журналистские культуры в условиях конфликта цивилизаций // Litera. 2024. № 3. С. 40-53. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.3.70066 EDN: BULLRE URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=70066

Журналистские культуры в условиях конфликта цивилизаций

Георгиева Елена Савова

ORCID: 0000-0001-7082-1224

кандидат политических наук

доцент, кафедра Международной журналистики, Санкт-Петербургский государственный университет
199034, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Университетская, 7/9

 e.georgieva@spbu.ru

Блохин Игорь Николаевич

ORCID: 0000-0002-6582-3951

доктор политических наук

профессор, кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербургский
государственный университет
199034, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Университетская, 7/9

 i.blokhin@spbu.ru

Олейников Сергей Викторович

доктор политических наук

профессор, кафедра журналистики, ГОУ «Приднестровский государственный университет им. Т.Г.
Шевченко»
3300, Молдова, г. Тирасполь, ул. 25 Октября, 107

 olen_serg@inbox.ru

Лабуш Николай Сергеевич

доктор политических наук

профессор, кафедра международной журналистики, Санкт-Петербургский государственный
университет
199034, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Университетская, 7/9

 n.labush@spbu.ru

[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2024.3.70066

EDN:

BULLRE

Дата направления статьи в редакцию:

06-03-2024

Дата публикации:

22-03-2024

Аннотация: Предметом исследования статьи является журналистика в качестве социального института. Современные медиаиндустрии становятся максимально поляризованы и вовлечены в процесс пропаганды и отстаивания определенных ценностей, в результате чего мы видим беспрецедентное информационное противостояние, которое так или иначе трансформирует мировое сообщество. Медиаисследователи начинают признавать несостоятельность идеи универсальной культуры и в области журналистики. Культурные индустрии устанавливают новые правила и нормы социального бытия, новые способы реагирования на определенные события или раздражители, новое к ним отношение и в целом новую (другую) этику. Формируя и устанавливая рамки для современного общества, они также устанавливают рамки и для отдельной личности. Исходя из этих посылок, объектом исследования была выбрана журналистская культура, включающая в себя выбор методов сбора информации и создания медиапродукта. В работе были использованы аксиоматический метод (его специфика – в начале процесса задается набор базовых положений, которые не требуют доказательств и принимаются за явные, по сути, являются аксиомой), анализ и синтез, объединяющий умозаключения, полученные в ходе предыдущего метода исследования, в единое целое. Новизна исследования заключается в том, что впервые при исследовании функций журналистики делается вывод о необходимости отхода от глобализационных идей с точки зрения аксиоматики. Можно наблюдать, что в последние годы все большее влияние оказывают социальные сети, мессенджеры и каналы, которые способны полностью переформатировать менталитет общества и даже тип мышления людей. По итогам исследования сделаны следующие выводы: тренды и коммуникационные потоки сейчас создаются преимущественно в социальных сетях и обеспечивающих их сервисах, и коммуникация тогда эффективна, когда она активно разворачивается в онлайн медиапространстве. Многочисленные социальные сети разной направленности, развлекая, вовлекают свою аудиторию в коммуникационный процесс и предлагают возможность культурной и политической социализации. Среди негативных эффектов такого процесса можно отметить замкнутость коммуникационных потоков, все они так или иначе развиваются в рамках основных смысловых доминант той или иной сети. Возникает фундаментальный вопрос об иллюзорности выбора, поскольку прослеживается прямая корреляция между развитием медиаиндустрий и возможностью осознанного выбора.

Ключевые слова:

Журналистика, Система ценностей, Конфликт культур, Журналистские культуры, Цивилизация, Роль журналистики, Теория журналистики, Массмедиа, Культурные

индустрии, Коммуникация

Мир стремительно меняется и говоря о политических, военных, экономических конфликтах, мы подразумеваем нечто гораздо более серьезное, а именно противостояние целых культур и цивилизаций. Особенно заметен этот разлом в коммуникационном пространстве, в котором мы видим активное отстаивание ценностей той или иной цивилизации и взглядов на жизнь, разделение на «своих» и «чужих» на основании определенных маркеров. О глобализме сегодня речь давно уже не идет, мир стал слишком разнообразен, и он продолжает меняться. Активно формируются новые политические и культурные связи и новые коммуникационные потоки. Что в контексте истории, в общем-то, естественный процесс, однако в момент трансформации изменения происходят не всегда предсказуемо. В многом невозможность фундирования идеи универсальной культуры журналиста связана не только с разными ценностями, которые исповедуют цивилизации, но и с разной культурой мышления и понимания одних и тех же ценностей [11]. Вопрос трансформации общественного сознания становится как никогда актуален и медиаиндустрии играют здесь одну из ведущих ролей.

Конфликт культур

Еще в 1996 году Сэмюэль Хантингтон [8] прогнозировал, что экономический подъем стран Восточной Азии (в первую очередь представителей конфуцианства) приведет к тому, что мир будет выглядеть как поле конкуренции цивилизаций. На первый взгляд очевидно речь идет об экономическом соперничестве, но, если обратиться к истории, религиозному и культурному факторам, следует признать, что экономика, все-таки, вторична и определенный путь экономического развития, как правило, соотносится с культурными трансформациями или ценностным разломом, которые происходят в том или ином сообществе в определенный исторический период.

Приверженцем данных взглядов является А. А. Аузан, который в 2023 году опубликовал монографию «Культурные коды экономики» (по мотивам собственного курса лекций) [11]. Он пишет об определяющей роли культурного фактора в позитивном экономическом развитии стран. Более того, он поддерживает точку зрения С. Хантингтона о том, что «подвижки в экономической модернизации нередко связаны с подвижками в религии», приводя в пример экономический подъем Южной Кореи, который совпал с переходом многих корейцев в католичество [1. С. 35]. Таким образом, мы видим, что в XXI веке на смену конкуренции идеологий пришла конкуренция цивилизаций.

Как было отмечено ранее, в последние годы, мы становимся свидетелями кардинальных перемен в политическом курсе целого ряда стран, которые все активнее начинают формировать военно-политические союзы, основываясь на общих ценностях и принадлежности к одной цивилизации. При этом мы наблюдаем и тенденцию увеличения дистанции между союзами и группами стран, которые относятся к цивилизациям с разными ценностными системами. Сложно сказать, насколько прочно данные тенденции интегрированы в реальные общества, в основном мы видим ту картину, которую создают медиаиндустрии. Точно неизвестно каков настоящий процент ее соответствия реальной действительности. Тем не менее, происходящие процессы ведут к непрекращающимся трансформациям политических курсов, экономических политик, историческому ревизионизму, углубляющейся дифференциации культур и к формированию новых стандартов этики, в том числе и в поле журналистики, в результате чего мы наблюдаем определенные сдвиги в принципах реализации журналистской деятельности. Похоже, что

подход апелляции к универсальной культуре журналиста (Ян Экеркранца) [\[2\]](#) в условиях постиндустриального общества можно признать нежизнеспособным. Актуальным становится вопрос о принципах, в том числе этических, освещения фактов и событий в рамках различных ценностных медиасистем и о том, как политический контекст и корпоративные модели влияют на особенности журналистской культуры в различных странах и регионах.

По традиции сложно описать однозначно культурные феномены, тем более само понятие культуры, достаточно многогранное и имеющее множество подходов к своему определению. В контексте социологии разные исследователи склоняются к тому, что культура – это язык, верования, ценности и нормы поведения, которые создают социальные связи и делают возможной интерпретацию жизненного опыта, обычай, эстетические вкусы и предпочтения, знания и умения, технические процессы (А. Радклифф Браун, К. Юнг, У. Бекет и др.). В данном определении практически все исследователи подчеркнули связь между ценностями и интерпретацией жизненного опыта. Это говорит о том, что трансформации ценностных систем могут изменить нормы поведения и жизненный опыт людей, как настоящий, так и будущий. Важнейшим актором в формировании и популяризации ценностных установок являются именно медиаиндустрии, способные создавать мотивации, нормы социального порядка, являясь в определенном смысле модераторами социально приемлемых норм поведения в конкретных сообществах.

Ценности как основа общественного сознания

Указывая на ответственность медиаиндустрий за трансформацию общественного сознания, нельзя упрощать понимание данного процесса. Как правило, он имеет довольно длительную перспективу, не всегда предсказуем и зависит от множества переменных, которые могут возникать и оказывать влияние на разных этапах. Мы начинаем отчетливо видеть, что в условиях конфликта цивилизаций, происходит рост значимости именно роли культурного фактора в журналистских исследованиях и практиках. Что это значит? Основываясь на том, что журналистика – это не только освещение фактов, но и их прямая или косвенная интерпретация, это означает, что интерпретация и понимание фактов зависят от ценностных установок отдельно взятого сообщества. Таким образом то, как освещаются те или иные события зависит от ценностной системы, в рамках которой сообщество осмысливает свой и чужой жизненный опыт; изменение ценностных установок может привести к кардинально различным взглядам на исторические или современные события, что мы и наблюдаем сегодня.

1. В данном контексте интерес вызывает динамическая культурная карта мира Инглхарта-Вельцеля (вариант 2023 года, см. Рис. 1). (World Values Survey. URL: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSSContents.jsp?CMSID=Findings&CMSID=Findings>

Карта культурных ценностей Рональда Инглхарта

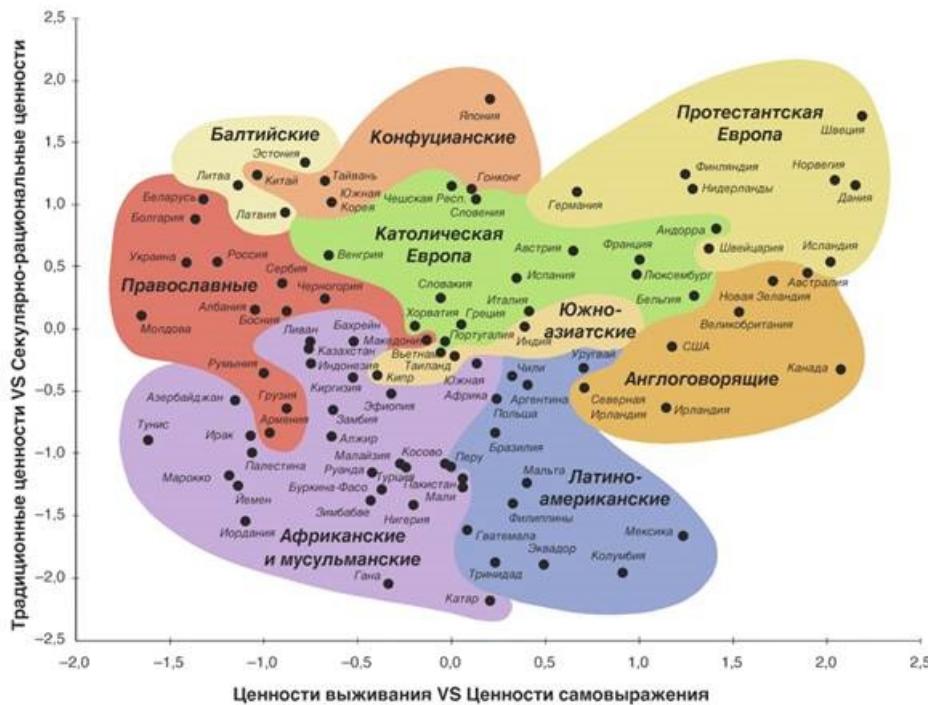


Рисунок 1. Культурная карта мира Инглхарта-Вельцеля, 2023. Источник: World Values Survey.

Объектами приведенной карты являются цивилизации, основанные на религиях. Оси соотносятся с ценностями: секулярно-рациональные по вертикали и ценности выживания/самовыражения по горизонтали. К секулярно-рациональным ценностям относятся личная свобода, приверженность к светскому государству, предпочтение личного перед общественным. Страны, которые отдают предпочтение данной группе ценностей расположены в верней части карты. К ценностям самовыражения и развития относятся приверженность к гражданскому обществу, равноправию и риску ради успеха. Страны, которым присущи данные характеристики, согласно исследованию, расположены в правой части карты. Основная цель данного визуального проекта заключается в том, чтобы установить корреляцию между ценностными установками общества и его (экономическим) успехом. Мы видим, что демократические экономически развитые страны расположены в правом верхнем углу. Данное исследование также позволяет установить взаимосвязь между ценностными установками и историческим прошлым отдельно взятого народа.

Как отмечает Р. Инглхарт в своей статье «Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества» (1996), «в рамках проекта "Всемирный обзор ценностей" исследуется гипотеза о том, что системы убеждений на массовом уровне изменяются таким образом, что характер этих изменений имеет значительные экономические, политические и социальные последствия. Мы не занимаем позицию ни экономического, ни культурного детерминизма: наши наблюдения и выводы сводятся к тому, что связь между ценностями, экономикой и политикой является взаимной, а какова в точности

природа зависимостей в конкретных случаях, – вопрос эмпирический, а не из разряда решаемых a priori» [3].

Александр Аузан приводит довольно интересный пример о том, как ценностные установки могут изменить парадигму экономического развития. В СССР существовала довольно устойчивая установка на то, что труд – «это благо, а его плоды священны» [1, с.43]. Возникший культ труда сыграл не последнюю роль в достижении высоких экономических результатов Советского Союза. Также большое значение имел Второй Ватиканский собор (1962-1965), который не только перевел богослужение на национальные языки, но и изменил социальную доктрину католической церкви в сторону лояльного отношения к труду (близкое к протестантской этике), в результате чего спустя 25 лет случилось католическое экономическое чудо [1. с. 42-43]. Опять же, ключ к экономическому (и не только) успеху определяется не в последнюю очередь отношением к модернизации, индивидуализму, конкуренции. Другой исследователь, Пол Кеннеди («Взлеты и падения великих держав», 1987) [4], утверждает, что европейское экономическое чудо в эпоху Средневековья стало возможным именно благодаря в первую очередь позитивному отношению к конкуренции, что повлекло за собой активную модернизацию и технологизацию военной промышленности. Московское государство, Китайская и Османская империи хотя и были технологически и культурно более развиты на тот момент, тем не менее не смогли продемонстрировать сопоставимого экономического прорыва и стать «центром мира» вследствие своего внутреннего консерватизма и замкнутости в себе. Впрочем, вполне вероятно, они и не ставили себе такой задачи.

Корреляция между ценностями и экономикой прослеживается и в контексте материалистической системы ценностей, «не только терпимой к экономическому накоплению, но и поощряющей его как нечто похвальное и героическое, что, в свою очередь, ознаменовало ключевую культурную перемену, открывшую путь к развитию капитализма и индустриализации. Вебер блестательно рассмотрел этот процесс в своей книге 1904 г. «Протестантская этика и дух капитализма», однако его работу представляет собой исследование частного случая более общего феномена. В настоящее время функциональный эквивалент протестантской этики самым энергичным образом осуществляется в Восточной Азии и постепенно сходит на нет в протестантской Европе, поскольку технологическое развитие и культурные перемены стали глобальными феноменами» [3].

И, все-таки, для изменения ценностных установок нужна более мощная мотивация, которая затрагивала бы базовые потребности индивида. Р. Инглхарт относит к такой мотивации ощущение безопасности/небезопасности. Как он отмечает, «разница между ощущением безопасности и небезопасности в плане выживания является настолько существенной, что соответствующая перемена привела к обширному синдрому взаимосвязанных изменений в направлении от ценностей “выживания”, какими характеризовалось аграрное и раннеиндустриальное общество, к ценностям “благополучия”, характерным для передового индустриального общества <...> Эти контрастирующие ценностные системы, разветвляясь, охватывают политику, экономику, религию, сексуальные и семейные нормы» (см. Таблицу 1) [3.с.12]. Интерес вызывает влияние данных ценностных установок на массовые коммуникации в условиях актуальных политических процессов.

	Негарантированной	Гарантированной
1. В политике	Потребность в сильных	Меньшая значимость политического

	лидерах. Приоритетность авторитета. порядка. Ксенофобия, самовыражения, фундаментализм.	Приоритетность участия. Экзотика/новизна – стимулирующий фактор.
2. экономике	В Приоритетность экономического роста. Достигательная мотивация. Противопоставление индивидуальной государственной собственности.	Высшая приоритетность качества жизни. Субъективное благополучие. Снижение авторитета как частной, так и государственной собственности.
3. Сексуально-семейная нормативность	На первом плане максимизация репродуктивности, но только выбором в рамках полной самовыражение. (гетеросексуальной) семьи.	Сексуальное удовлетворение в соответствии с индивидуальным самовыражение.
4. В религии	Акцент на значимости высшей силы. Абсолютные правила. Акцент на предсказуемости.	Меньшая значимость религиозного авторитета. Гибкие правила, насыщенная этика. Акцент на смысле и назначении жизни.

Таблица 1. Характеристики ценностных систем при восприятии перспективы выживания как негарантированной и гарантированной. Источник: Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества.

Журналистские культуры в условиях конфликта цивилизаций

Журналистская культура охватывает широкое поле деятельности, включающее в себя выбор методов сбора информации и создания медиапродукта, понимание роли медиакоммуникации в политическом и социокультурном пространстве, способность транслировать обществу эту роль и тем самым оказывать влияние на восприятие и интерпретацию предложенного медиапродукта, основываясь на ценностных установках общества. Таким образом, профессиональную культуру журналиста можно оценивать как на уровне выполнения определенных принципов профессиональной деятельности и соблюдения профессиональных норм, так и на уровне восприятия продукта журналистской деятельности. При этом исследователи делают акцент на том, что культура и идеология не являются тождественными понятиями с точки зрения журналистского профессионализма, однако идеология способна существенно влиять на все компоненты, формирующие понятие журналистской культуры.

Существует множество научных работ, посвященных исследованию журналистских культур, большинство из них базируются на сравнительном подходе. К таким относится и работа «Картурируя журналистские культуры разных наций: сравнительное исследование 18 стран», в которой коллектив авторов представляют результаты сравнительного исследования этических взглядов, восприятия своей институциональной роли и эпистемологических ориентаций 1800 журналистов из 18 стран мира [12]. Выбор стран охватывает шесть континентов, демократический и авторитарный контекст, развитые и развивающиеся страны.

В качестве основных категорий исследования (составляющих журналистской культуры) нами были выделены [13. С. 275-277]:

- 1) Восприятие институциональных ролей журналистики (нормативная и фактическая категория). В данной категории авторы выделяют три измерения восприятия институциональных ролей. Первое измерение – интервенционизм – описывает степень, в которой журналисты выполняют определенные миссии и продвигают некие ценности. Второе измерение связано с определением дистанции по отношению к властным элитам. Третье измерение определяет степень ориентации на рынок, которая характеризует обращение журналистов к аудитории как к гражданам и потребителям, реализуя, тем самым, общественные интересы (по мнению авторов это характерно для развитых журналистских культур);
- 2) Эпистемологические восприятия журналистов – определяют доступность реальности и природу приемлемых доказательств в медиапродукте. Данную категорию авторы разделяют на две составляющие. Первая – объективизм – отвечает на вопросы насколько объективным может быть отражение действительности в принципе (большинство журналистов можно назвать субъективными в том смысле, что они определяют новости как избирательное представление мира, требующее интерпретации). Вторая составляющая – эмпиризм – связана с тем, какими средствами журналист подтверждает факты. В качестве полюсов, исследователи выделяют журналистские культуры, в которых отдается приоритет эмпирическому обоснованию и культуры, в которых доминирует аналитическое обоснование;
- 3) Этические взгляды (в некоторых случаях идеологии) – демонстрируют характер реакции журналистов на этические дилеммы. Авторы предлагают под этическими идеологиями понимать релятивизм (обозначает степень, в которой индивид принимает или отвергает универсальные моральные принципы) и идеализм (обозначает степень, в которой индивид ожидает идеалистических результатов), разработанные Д.Р. Форсайтом [14]. Авторы утверждают, что этические взгляды/идеологии, так же как и социальные функции журналистики, во многом зависят от культурного контекста. Таким образом, журналисты разных стран придерживаются различных этических взглядов и профессиональных ценностей, что вовсе не означает, что та или иная культура более развита или успешна [11. С.118-119].

В процессе исследования российских и зарубежных подходов к определению профессиональной культуры журналиста, К. Нигматуллина так же, как и другие исследователи, приходит к выводу, что категория журналистского профessionализма является одной из самых противоречивых, поскольку ее основу составляют ценности, стандарты и этические воззрения [6].

Журналистская культура сегодня во многом коррелирует с идеей самоопределения страны. Как отмечает С. Кортунов, «самоопределение страны должно отражать если не консенсус, то достаточно широкое общенациональное согласие (оно должно быть выше политической борьбы и интересов отдельных партий) по ряду ключевых вопросов, относящихся к оптимальной модели социально-экономического, общественно-политического и культурно-исторического развития страны на долгосрочную перспективу и как бы синтезировать политические предпочтения народа и элиты в отношении государственного строя, экономической системы и характера взаимоотношений с внешним миром. Это должна быть своего рода философия Общего Дела и одновременно технология необходимого и достаточного компромисса, в условиях которого только и возможно такое согласие» [5]. Возможность договориться и достигнуть консенсуса так же основывается на общих ценностях власти и общества, если ценности совпадают возможно выстроить стратегический долгосрочный курс, если наблюдается кризис

самоопределения и ценностной системы, то ценности необходимо заново переопределить и создать достаточный объем мотивации для их интеграции в общество. Данную мотивацию создают средства массовой коммуникации или медиаиндустрии. Именно они способствуют популяризации ценностных ориентиров и общественно поощряемых норм поведения, тем самым создавая необходимый для этого информационно-коммуникационный поток.

Данную практику можно охарактеризовать как создание культурных образцов, приемлемых в настоящем и будущем для конкретного общества. Есть и другие точки зрения. Х. М. Энцесбергер [10] заключил, что культурными индустриями невозможно объять или объяснить происходящую в XX веке трансформацию общественного сознания, поскольку производится вовсе не культура, а сознание. Конечная цель данного процесса состоит, по мнению исследователя, в том, чтобы укрепить уже сложившиеся отношения власти, причем характер этих властных отношений не имеет принципиального значения. Как правило основой данной системы формирования общественного сознания становятся корпорации, обеспечивающие функционирование той или иной популярной платформы (Facebook, Youtube, Instagram, Telegram).

Как мы уже отметили выше, что культурные индустрии устанавливают новые правила и нормы социального бытия, новые способы реагирования на определенные события или раздражители, новое к ним отношение и в целом новую (другую) этику. Формируя и устанавливая невидимые границы для современного общества, они также устанавливают рамки и для отдельной личности или, выражаясь словами А. Я. Флиера, производят «человека культурного», сознание которого отличается «такого рода приоритетностью в ценностных установках, какой в существенной мере определяются задачи социализации и инкультурации» [7]. Таким образом, создание ценностных установок в интересах власти способно сплотить общество и придать ему новый интегративный импульс развития в заданном направлении. Вместе с тем, медиаиндустрии, которые хоть и направлены на поиск индивидуальных решений для узких групп потенциальной аудитории, все-таки, предлагают готовые интерпретации ценностных установок, которые предлагаются аудитории в качестве аксиом. Побочным эффектом подобной практики стали двойные стандарты в массмедиа, практически неконтролируемая культура отмены, расцвет некачественной, так называемой гражданской (непрофессиональной) журналистики на базе социальных онлайн платформ. Возвращаясь к вопросу о конфликте культур и культурных индустрий, можно вспомнить тезис, высказанный достаточно давно Т. Адорно о том, что культурная индустрия, в целом, является триумфом формы над содержанием [9].

Конечно, в описании актуальных реалий можно отметить и положительные эффекты от распространения социальных медиа и сетей в качестве трибуны для коммуникации. Идея в том, что аудитория, в том числе, может выступать в качестве творца или производителя информационного и культурного контента, который вследствие определенной коммуникации будет корректироваться, интерпретироваться, осмысляться, и его можно принять или отбросить. Такой процесс теоретически повышает возможность рефлексии, способствует развитию критического мышления и ответственности за свой выбор. Подобный путь возможен, но он будет также подчиняться правилам функционирования медиаиндустрий в силу того, что используемые платформы являются частью той или иной медиаиндустрии, которые и определяют главные ценностно-коммуникационные потоки в конкретный период времени.

Ценности как основа коммуникации

Сегодня особенно актуальным будет отметить, что культура – это не просто язык, ценности, обычаи, история и т.д. Культура – это институты, т. е. правила и механизмы поддержания всего перечисленного [1. С. 22]. Речь идет о правилах и социальном приемлемых нормах поведения в конкретной социальной парадигме, и эти правила основаны на ценностях, присущих определенной цивилизации. Возникает вопрос, насколько устойчивы цивилизации, что может вызвать расширение или, наоборот, сокращение цивилизации. Говоря о будущем С. Хантинтон^[18] отмечал, что именно цивилизационная идентичность будет играть важнейшую роль в формировании будущей мировой картины мира, а конфликты в обстоятельствах взаимодействия цивилизаций и углубления различий между ними неизбежны. Определенную устойчивость теряют западная и православная (по Хантинтону) цивилизации, политические режимы, идеологии и ценности меняются, усугубляются различия, и мы видим возникновение новых конструкций (понятие «Русского мира» является ярким примером заявления новой цивилизационной конструкции).

Цивилизационные сдвиги требуют огромной мотивации и перемен в ценностных системах, что активно обсуждается на уровне политиков, лидеров мнений и транслируется в общество медиаиндустриями. Создаваемые медиаиндустриями культурные продукты довольно убедительны, об их массовости не приходится спорить. Коммуникационный процесс выстраивается на базе доминантных для конкретной цивилизации ценностях, идеи проникают не только в массмедиа, но и в общеупотребимые культурные продукты, образовательные системы, становясь частью общества и предопределяя мышление, мнение, поведение всего общества. Это же превращает ценности в мощный экономический ресурс. Конкуренция за влияние и ресурсы вызывает к жизни некую новую форму цивилизационного глобализма, ведь чем больше распространены ценности и чем они успешнее интегрированы в общество, тем более устойчивой и конкурентоспособной является цивилизация.

В заключении можно подытожить, что в последние годы все большее влияние оказывают социальные сети, которые полностью меняют общество и способ мышления людей. Тренды и коммуникационные потоки сейчас создаются преимущественно в социальных сетях, коммуникация максимально эффективна, если она активно разворачивается в онлайн медиапространстве. Социальные сети, развлекая, вовлекают аудиторию в коммуникационный процесс и предлагают им возможность культурной и политической социализации. Среди негативных эффектов можно отметить замкнутость коммуникационных потоков – все они, так или иначе, развиваются в рамках основных смысловых доминант. Возникает парадокс иллюзорности выбора, поскольку выявляется прямая корреляция между развитием медиаиндустрий (включая возможности искусственного интеллекта) и возможностью осознанного выбора. И это несомненно вызывает необходимость пересмотра ролей журналистики и принципов профессиональной этики.

Библиография

1. Аузан А.А. Культурные коды экономики: Как ценности влияют на конкуренцию, демократию и благосостояние народа. М.: Издательство АСТ, 2023. 160 с.
2. Вартанова Е. Л. От теорий прессы – к моделям СМИ: к истории возникновения сравнительного изучения медиасистем за рубежом // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2018. №2(3). С. 5-16.
3. Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества. 1997. № 4. С. 6.
4. Кеннеди П. Взлеты и падения великих держав: Экономические изменения и военные

- конфликты в формировании мировых центров власти с 1500 по 2000 г. Екатеринбург: Гонзо, 2020. 848 с.
5. Кортунов С. В. Национальная идентичность: Постижение смысла. М.: Аспект Пресс, 2009. 592 с.
6. Нигматуллина К.Р. Профессиональная культура журналиста: поиск общих подходов в западных и российских исследованиях // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. №3. 84 с.
7. Флиер А. Я. Культурологическая интерпретация социальной реальности. // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2016. №3(47).
8. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М.: Издательство АСТ, 2023. 640 с.
9. Хоркхаймер М., Адорно Т. В. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. 1997. 312 с.
10. Энценсбергер Х. М. Индустрия сознания. Элементы теории медиа. ООО «Ад Маргинем Пресс», 2016. 12 с.
11. Georgieva E., Bykov A., Maksim A., Lingzhi L., Puiu I. Approaches to defining the role of journalistic culture in the context of the development of modern media systems // Synesis. 2023. №15(4). pp. 113-123.
12. Hanitzsch T. et al. Mapping journalism cultures across nations // Journalism Studies. 2011. №12 (3). pp. 275-277.
13. Hanitzsch T. & Mellado C. What Shapes the News around the World? How journalists in 18 countries perceive influences on their work. The International Journal of Press/Politics. 2011. №16(3). pp. 404-426.
14. Forsyth D. R. (1980). A taxonomy of ethical ideologies // Journal of Personality and Social Psychology. 1980. №39(1). Pp. 175-184.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Представленная на рассмотрение статья «Журналистские культуры в условиях конфликта цивилизаций», предлагаемая к публикации в журнале «Litera», несомненно, является актуальной, ввиду важности рассмотрения особенностей репрезентации современной ситуации в медиапространстве, когда разные культуры отстаивают свои ценности.

Как известно СМИ является одним из элементов пропаганды и формирования общественного мнения, сегодня, когда в медийном пространстве «сталкиваются» цивилизации Запада и Востока с присущими им ценностями, наблюдается информационное противостояние. А с учетом всё большего проникновения в нашу жизнь социальных сетей, развития блогинга, а также мгновенного тиражирования инфоповодов, актуальность исследования возрастает.

Отметим наличие сравнительно небольшого количества исследований по данной тематике в отечественной журналистике. Статья является новаторской, одной из первых в российской лингвистике, посвященной исследованию подобной проблематики. В статье представлена методология исследования, выбор которой вполне адекватен целям и задачам работы. Автор обращается, в том числе, к различным методам для подтверждения выдвинутой гипотезы. В статье используются в том числе общенаучные методы наблюдения и описания, а также методы филологического анализа и интерпретации. В работе в качестве фундаментального принципа использована методология системного анализа.

Одним из недостатков можно назвать отсутствие указания на практический материал исследования.

Данная работа выполнена профессионально, с соблюдением основных канонов научного исследования. Исследование выполнено в русле современных научных подходов, работа состоит из введения, содержащего постановку проблемы, основной части, традиционно начинающуюся с обзора теоретических источников и научных направлений, исследовательскую и заключительную, в которой представлены выводы, полученные автором. Выводы по статье не в полной мере отражают проведенное исследование и требуют уточнения. Библиография статьи насчитывает 14 источников как на русском, так и иностранном языках. Считаем, что ссылки на фундаментальные работы, такие как монографии, кандидатские и докторские диссертации, несомненно, бы усилили теоретическую значимость работы. Опечатки, грамматические и стилистические ошибки не выявлены.

Отметим, техническую ошибку при указании цитирования ряда источников в тексте (ссылке оформлены неверно и не программой автоматически). Кроме того, не сделана ссылка на то, что ряд упоминаемых социальных сетей запрещен на территории Российской Федерации.

Высказанные замечания не являются существенными и не умаляют общее положительное впечатление от рецензируемой работы. Работа является новаторской, представляющей авторское видение решения рассматриваемого вопроса и может иметь логическое продолжение в дальнейших исследованиях. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в процессе преподавания вузовских курсов по лингвистике, медиадискурсу, а также в практической подготовке будущих журналистов. Статья, несомненно, будет полезна широкому кругу лиц, филологам, магистрантам и аспирантам профильных вузов. Статья «Журналистские культуры в условиях конфликта цивилизаций» может быть рекомендована к публикации в научном журнале.

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Вопрос оценки профессиональной журналистской этики не нов, тяга к вероятной объективации этой профессии был всегда. Разные точки зрения, разные оппозиционные оценки находят в непрерывном диалоге, что собственно и определяет заявленную в заголовке тему исследования. Автор ориентирован компилятивно создать базис для некоей дискуссии относительно т.н. «журналистской культуры». Направленность сочинения предметно понятна, «отчасти» нова; даже компилятивный принцип исследования вполне оправдан. Совместить крайности, выйти к горизонту мнений относительно указанно вопроса в целом удается. Но, на мой взгляд, тема могла быть рассмотрена шире, с большим включением иллюстративного, контекстуального материала. Автор тезириует, что «журналистика – это не только освещение фактов, но и их прямая или косвенная интерпретация, это означает, что интерпретация и понимание фактов зависят от ценностных установок отдельно взятого сообщества. Таким образом то, как освещаются те или иные события зависит от ценностной системы, в рамках которой сообщество осмысливает свой и чужой жизненный опыт; изменение ценностных установок может привести к кардинально различным взглядам на исторические или современные события, что мы и наблюдаем сегодня». Отчасти это суждение верно,

меняющийся мир, так или иначе, влияет и на этические установки. Проблема выбора позиции зависит не только от личных амбиций журналиста, но и от самой ситуации. Не случайно в работе отмечено, что «по традиции сложно описать однозначно культурные феномены, тем более само понятие культуры, достаточно многогранное и имеющее множество подходов к своему определению. В контексте социологии разные исследователи склоняются к тому, что культура – это язык, верования, ценности и нормы поведения, которые создают социальные связи и делают возможной интерпретацию жизненного опыта, обычаи, эстетические вкусы и предпочтения, знания и умения, технические процессы...». Культура по определению динамична, неоднородна, вероятно, и предел журналистской активности тоже вариантен. Статья более направлена на манифестацию сложности рассмотрения указанной темы в «классических» номинациях. То есть исследование должно быть продолжено, проблема открыта: «актуальным становится вопрос о принципах, в том числе этических, освещения фактов и событий в рамках различных ценностных медиасистем и о том, как политический контекст и корпоративные модели влияют на особенности журналистской культуры в различных странах и регионах». Замечу, что сам принцип построения работы направлен на канон научного типа, здесь и риторика, и диалог, и манифестация, и убеждение. В работу правомерно введены пиктографические блоки (карта культурных ценностей...), они дают основание двигаться далее в разверстке проблемы. Таким образом, данный материал есть импульс-запека для нового научного изыскания, м.б. под иным спектрально-методологическим углом. Текст удобен для чтения, вполне понятен, даже с акцентом на новые / модные термины и понятия. Однако, в правке нуждается ряд блоков: например, «В (во) многом невозможность фундирования идеи универсальной культуры...», или «европейское экономическое чудо в эпоху Средневековья стало возможным именно благодаря в первую очередь позитивному отношению к конкуренции...», или «Как правило основой данной системы формирования общественного сознания становятся корпорации...», или «культурные индустрии устанавливают новые правила и нормы социального бытия» и т.д. Стилистическая, грамматическая и т.д. правка усовершенствует текст, сделает его более точным. Ряд позиций, на мой взгляд, дискуссионен, что вполне неплохо: например, «профессиональную культуру журналиста можно оценивать как на уровне выполнения определенных принципов профессиональной деятельности и соблюдения профессиональных норм, так и на уровне восприятия продукта журналистской деятельности. При этом исследователи делают акцент на том, что культура и идеология не являются тождественными понятиями с точки зрения журналистского профессионализма, однако идеология способна существенно влиять на все компоненты, формирующие понятие журналистской культуры...». Фронтальный сбор информации, который применим в тексте, также может быть принят как авторский грейд стиля. Тема статьи раскрыта в должном формате, ряд задач ступенчато решен. На мой взгляд, вполне удачно дана общая оценка современной массовой коммуникации с ее сложными синкретическими гранями. В работе отмечены как положительные, так и отрицательные факторы, влияющие на «работу СМИ, журналистов, обозревателей». Мысль о том, что «ценности определяют основу коммуникации» пестуется на протяжении всего сочинения. Автор приходит к выводу, что «тренды и коммуникационные потоки сейчас создаются преимущественно в социальных сетях, коммуникация максимально эффективна, если она активно разворачивается в онлайн медиапространстве. Социальные сети, развлекая, вовлекают аудиторию в коммуникационный процесс и предлагают им возможность культурной и политической социализации. Среди негативных эффектов можно отметить замкнутость коммуникационных потоков – все они, так или иначе, развиваются в рамках основных смысловых доминант. Возникает парадокс иллюзорности выбора, поскольку выявляется

прямая корреляция между развитием медиаиндустрий (включая возможности искусственного интеллекта) и возможностью осознанного выбора. И это несомненно вызывает необходимость пересмотра ролей журналистики и принципов профессиональной этики». Общие технические параметры издания учтены, цитируемые источники актуальны. Думаю, что материал может быть полезен заинтересованным читателям. Рекомендую рецензируемую статью «Журналистские культуры в условиях конфликта цивилизаций» к публикации в журнале «Litera».