

**RUSSIAN JOURNALISM IN SYSTEM OF NATIONAL VALUES:
A RETROSPEKTIVE VIEW**

Ludmila P. Gromova

History of Journalism Department, Faculty of Journalism, St. Petersburg State University
7-9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, Russia

Abstract

The report considers evolution of value representations on journalism in a context of national traditions, socio-cultural and political conditions of different epochs. It is shown, how evaluation of journalism changed - from understanding the journalism as a part of literary process and of culture as a whole up to estimation as a kind of goods in market conditions; from its educational function and a voice of public opinion - up to the mechanism which forms social moods and manipulate public consciousness.

Key words: *journalism history, media practice, journalism ethics, public interest, civilization*

Многие проблемы современной журналистики, активно обсуждающиеся на научных конференциях, профессиональных форумах, в блогосфере, неизбежно обращают исследователей к историческому знанию, объясняющему закономерности современных процессов и помогающему выработать модели будущего развития. К сожалению, история журналистики рассматривается, по преимуществу, лишь как хранилище профессионального опыта – полезного, поучительного, но малоприменимого в современной медиаиндустрии. Однако журналистика, являясь культурной и социальной ценностью, лабораторией выработки идей, экономическим институтом и технологической мастерской, имеет непрерывное развитие и, трансформируясь во времени, обретая новые черты, опирается на прочный исторический фундамент, ресурсы и возможности которого ещё не до конца познаны и исчерпаны. Когда же исторический опыт игнорируется (по незнанию, необразованности или нигилизму), мы видим снижение норм (этических, эстетических, правовых и др.), профессиональную беспомощность и социальную безответственность СМИ. Эти явления, как правило, связаны с духовным кризисом в обществе, когда спрос и предложение во взаимоотношениях журналистики с обществом приобретают исключительно рыночный смысл.

Существование журналистики в современном быстро меняющемся глобальном информационном пространстве определяется новыми условиями её бытования в социально-экономической, политической и культурной сферах. Трансформации подвергается не только материально-технологическая сторона деятельности журналиста, но также приоритеты и ценности профессии. Поэтому вполне закономерно, что аксиология как направление в науке о журналистике привлекла в последние годы столь активное внимание исследователей.

В нашу технологическую эпоху всё более очевидной становится потребность в приоритете духовного как основы и фундамента, на котором необходимо строить жизнь общества. В этих условиях морально-нравственные категории в журналистской деятельности приобретают особый смысл и ценность. Они определяют репутацию журналиста, его понимание свободы слова, долга, ответственности перед обществом. Эти ценности особенно востребованы в периоды исторического и идеологического разлома. «Сила событий никак не в материальных условиях жизни, а в духовном настроении народа», - размышлял о состоянии общества на

склоне своей жизни Л.Н.Толстой (Толстой Лев. Дневники. Записные книжки. Статьи. 1908. М., 2009. С.176).

Сегодня мы особенно остро ощущаем вакуум, острый дефицит морально-этических основ в современном медиапространстве. Не случайно эта тема всё чаще становится одной из ключевых при обсуждении проблем современной журналистики. На одном из научных форумов А.Н.Привалов, генеральный директор журнала «Эксперт», высказал мысль о том, что идеалом сферы медиа должна быть общая этическая платформа, так как из-за отсутствия консенсуса по ценностям утрачивается доверие к СМИ, поэтому необходим, как он выразился, «консенсус этического контента общества».

Проблемы, которыми озабочено современное медиасообщество, не новы. Они периодически возникали по мере формирования журналистики, её становления как профессии. В России они безусловно имеют свои отличительные черты развития. И вряд ли можно согласиться с мнениями, что существует «единая для всех», «единственно правильная» журналистика с унифицированными принципами и ценностями – это всё равно, что отстаивать существование «единственно правильной» модели демократии или образа жизни. «Универсальны ли журналистские ценности, или какая журналистика нужна современной России?» - задаётся вопросом исследователь Ю.Челякин и отвечает, что «у каждого народа – свой менталитет, культурные особенности, свои традиции (в том числе и в сфере литературы, и в сфере журналистики, так же являющейся неотъемлемой частью национальной культуры)» (Ценности журналистики и достоинство журналиста (аксиология журналистики) / Ред.сост. Г.В.Жирков, В.А.Сидоров. СПб., 2010. С.254).

Русская журналистика, развиваясь в русле европейской традиции, накопила свой уникальный опыт, отразивший как универсальные закономерности, так и национальные историко-культурные особенности. С момента своего возникновения в начале XVIII и до середины XIX века она являлась частью литературного процесса, выполняя информационную, просветительскую, воспитательную роль в обществе. В связи с отсутствием в России других институтов политической жизни периодическая печать уже к середине XIX в. превратилась в общественную трибуну, способную влиять не только на литературные, но и на политические мнения. Постепенно обособляясь от литературы и приобретая собственные черты развития, российская журналистика становится самостоятельной литературной отраслью, связанной с формированием не только эстетических вкусов, но и общественного мнения. При этом она сохраняла черты своей литературной родословной, представленной лучшими образцами публицистики Ф. М. Достоевского, В. Г. Короленко, А. П. Чехова, Л. Н. Толстого и других русских публицистов, исповедовавших духовные ценности милосердия, добра, правды, справедливости, всегда составлявших суть национальной культуры и национального менталитета. Кроме того, в русском человеке всегда было сильно чувство государственности и общинности, что обеспечивало устойчивость в системе национальных ценностей, являлось своего рода иммунитетом от разрушительной силы бездуховности и исторического беспамятства. Это чувство помогало объединению страны в минуты опасности и великих свершений как в XIX, так и в XX столетиях. И консолидирующая роль в этих испытаниях принадлежала отечественной журналистике, которая через публицистику пронесла традиционные ценности народа из поколения в поколение.

Поиски путей развития России, обсуждение готовящихся и проводимых реформ в XIX веке определили содержательное наполнение изданий, отразивших все направления общественно-политической жизни России: демократическое, консервативное, либерально-западническое, славянофильское, почвенническое, дали толчок развитию политической прессы России. Особую роль в этом общем хоре сыграла оппозиционная печать русского зарубежья, представленная изданиями А. И. Герцена, П. В. Долгорукова и других русских эмигрантов, вступивших в полемику с представителями различных общественно-политических мнений в

России. Однако, несмотря на разность во взглядах и позициях, все они проявили солидарность в деле освобождения крестьян от крепостничества, слова – от цензуры. Предреформенный период консолидировал все общественные силы России, и роль свободных герценовских изданий в ту пору трудно переоценить. Проблемы, которые ставил и разрешал Герцен, вернулись в современную «повестку дня» в новых социально-политических условиях. И вслед за публицистом мы вновь размышляем об ответственности выбора между революциями и реформами, о централизации власти и развитии самоуправления, о консолидации общества и конструктивном диалоге с властью. Герцен хорошо чувствовал время и стремился «быть по плечу своему хору», не отставая и не слишком забегая вперёд, чтобы не потерять связи с читателем, с российским обществом. Глубоким пониманием исторических процессов объясняется эволюция его взглядов от западничества к идее «русского социализма», его способность к изменению тактики в связи с запросами времени, поиски единомышленников и «попутчиков» во имя консолидации российского общества. Стремление к мирному решению общественных противоречий проявилось в объединении всех русских, независимо от взглядов и политических позиций, на страницах герценовских изданий, представлявших в середине XIX в. все спектры общественных настроений. Вольная пресса Герцена являлась не только катализатором событий, она давала возможность, нарушив многолетнее «немое молчание», высказаться и единомышленникам, и оппонентам. Достаточно вспомнить в этой связи сборники «Голоса из России» (1856-1860), которые Герцен создает как свободную трибуну дискуссий, как орган плюрализма мнений. И такого рода своевременных откликов на запросы времени в последующее издательской деятельности Герцена было множество: приложения к «Колоколу» «Под суд!» (1859-1862) для обличительных материалов, издание для народа «Общее вече» (1862-1864), французский «Kolokol» (1868) с русскими прибавлениями для ознакомления европейского читателя с Россией. Стремление Герцена к мирной «самодержавной революции», его апелляции к царю, попытки наладить конструктивный диалог с властью в решении крестьянского вопроса вызвали тогда резкую критику из России со стороны наиболее радикальной части общества. Однако этот опыт совместного с властью поиска путей развития во имя сохранения главной национальной ценности – государства – оказался для российской журналистики поистине уникальным.

Укрепляясь с момента своего зарождения как политический и социальный институт, российская журналистика всё больше осознавала и свою экономическую сущность, что было связано с профессионализацией журналистского труда, коммерческим подходом к организации периодических изданий. Отношение к журналистике как к товару, впервые проявившееся еще в XVIII в. в издательской практике Н.И. Новикова, утвердилось в 1830-е гг. в деятельности Ф. В. Булгарина и О. И. Сенковского, руководивших самыми массовыми петербургскими изданиями того времени (газетой «Северная пчела» и журналом «Библиотека для чтения»), и становится необходимым условием успешной издательской деятельности в последующие десятилетия. Коммерциализация периодической печати породила полемику о «торговых» отношениях в литературе и журналистике, о выборе между служением обществу, службой у издателя и обслуживанием читателя, о нравственных и этических нормах в журналистской деятельности. Анализируя причину популярности у читателя самого распространенного в ту пору журнала «Библиотека для чтения», известный критик В.Г.Белинский отмечал его достоинства в энциклопедизме содержания, ориентации на широкий круг читателя, порицая, однако, журнал за то, что он не развивает читателя, а в угоду ему «без нужды слишком низко наклоняется, так низко, что в рядах своих читателей не видит никого уж ниже себя» (Белинский В.Г.Собр. соч. в 9-ти т.Т.1. М.,1976. С. 254). Рост массового «среднего» читателя стимулировал в XIX в. развитие «большой» и «малой» прессы, ориентированной на разные социальные группы. Возникновение периодики, несшей черты массовой культуры, на протяжении всего XIX в. сопровождалось сохранением традиции издания в России «толстых» общественно-

литературных журналов, стремившихся развивать литературно-эстетические вкусы читателя, обсуждать значимые проблемы культуры, истории и общественной жизни, эстетически, социально и духовно воспитывать граждан, повышая их культуру, ибо, по словам Белинского, «эстетическое чувство есть основа добра, основа нравственности».

Однако конфликт исторической роли журналистики и новых потребностей читательской аудитории привёл к изменению типологического ландшафта российской журналистики и деформации ценностных предпочтений в издательской и журналистской деятельности. Более интенсивное развитие газетной периодики, востребованность у читателя тонких иллюстрированных журналов оттеснили на второй план толстый журнал, ещё недавно бывший общественной трибуной. Рыночные отношения в журналистике, стремление издателя к доходности изданий, а журналиста (как правило, «литературного поденщика») к заработку, привели к деформации представлений о назначении журналистики. В стремлении обслуживать читателя, угождая ему и отражая его запросы, журналистика постепенно утрачивала миссию руководителя общественного мнения, оставаясь лишь его выразителем. Дифференцируясь по интересам читателей, она обслуживала весь спектр запросов массовой аудитории, не особенно заботясь о её развитии и просвещении. Стремление малообразованного читателя к развлечению вызвало появление в середине XIX в. фантастического числа уличных юмористических листков. Начало массовому появлению юмористических изданий положил еженедельный иллюстрированный журнал «Весельчак», выходивший в Петербурге с февраля 1858 по февраль 1859, издателем которого был А. Плюшар. Журнал быстро приобрёл популярность у самого широкого круга читателей. Его можно было приобрести в книжных магазинах, на станциях железной дороги, в трактирах, у разносчика; в листы «Весельчака» лавочники заворачивали товар (папиросы, свечи, книги и т.д.). Цель издания – развлечь читателя – определил в первом номере О. И. Сенковский, известный своим псевдонимом Барон Брамбеус ещё с 1830-х: «Земля наша широка и обильна, но смеху в ней нет... Приходите смеяться с нами, смеяться над нами... надо всем и обо всём смеяться, лишь бы не скучать».

Успех «Весельчака» вызвал в Петербурге появление более тридцати уличных юмористических листков («Бардадым», «Бессонница», «Бесструнная балалайка», «Весельчак», «Всякая всячина», «Говорун», «Дядя шут гороховый» и др.), названия которых говорили сами за себя, и которые представляли собой своеобразные газетки, как правило, без определённой периодичности выпускавшиеся предприимчивыми издателями. Листки были разными по тематике, различного литературного достоинства, но все они имели развлекательный характер, некоторые не чурались свойственного эпохе либерального обличительства. В условиях конкуренции и борьбы за читателя и за «пяточки», издатели листков не пренебрегали никакими методами: мелкая грызня, грубая брань, оскорбительные намёки, откровенная клевета друг на друга. И всё же, несмотря на невысокий в целом литературный уровень уличных листков, они стали заметным явлением середины XIX в. в формировании массового читателя, развлекая и приучая его к чтению. В ответ на запросы массовой аудитории, ждущей разнообразного «необременительного» чтения, во второй половине XIX в. повсеместно появляются иллюстрированные еженедельники, городские «Листики», а позднее, в начале XX в., «Газеты – Копейки».

Ориентация на развлечение читателя, стремление угодить ему привели к снижению профессиональной и нравственной самооценки журналистов и вызвали активное обсуждение этических норм в литературной среде, уже в то время поставив в «повестку дня» ценности и приоритеты в журналистской деятельности. Дискуссии о месте и роли журналистики в жизни общества, о необходимости выработки профессиональных норм с новой силой возобновились в пореформенный период XIX века в связи с усилившейся конкуренцией изданий в условиях капитализации журналистики. Издания публиковали мнения журналистов о негативном влиянии прессы на нарождающийся новый тип читателя. Так, одна из наиболее авторитетных

газет того времени газета «Неделя» писала: «Печать стала дешева и обильна, умственный голод сменился умственным пресыщением. Тип читателя принизился (...), нынешний читатель – точно пассажир на курьерском поезде: торопливо соскакивает на каждой станции, хватается первый бутерброд, запивает его первой попавшейся дрянью, опрометью мчится до следующей станции, глотает, объедается, доводит себя до тошноты» (Газетное наводнение // Неделя. 1891. 29 июня). При этом отмечалось, что не только пресса пагубно влияет на вкус читателя, но и читатель «развращает писателя»: «Читателя нужно забавлять, ему нужно давать анекдоты, обременять его мысли не позволяется, потому что думать ему и незачем, и некогда» (Печать и читатель // Неделя. 1878. 4 июня). Погоня журналиста за заработком и необходимость потакать вкусам невзыскательного читателя приводила в условиях рынка к деформациям взглядов на профессию: «К чему честность, когда следующий же тезис гласит: “Публицист не должен идти впереди толпы, не должен иметь убеждений и неизменных симпатий; он обязуется вовремя следовать вкусам и симпатиям массы, восторгаться тем, чем она восторгается, быть её барометром» (К-ский. Мелкая пресса и её теории // Наблюдатель. 1892. №7. С.241). Озабоченность общественного мнения «повреждением литературных нравов» разделяли и сами издатели. Так, обращаясь в 1894 г. к премьер-министру С.Ю.Витте с прошением об издании новой газеты «Русский голос», известный издатель, основатель деловой журналистики в России, К.В.Трубников писал: Идеальный и животрепещущий дух, благоприятствующий здоровому влиянию печатного слова к эстетическому развитию, почти отлетел от нашей прессы (...) Всё это наглядно подтверждается современною периодическою печатью: журналы и газеты отрицательного направления расходятся в русском обществе и народе в многих десятках тысяч экземпляров, обогащая издателей, редакторов и сотрудников, тогда как издания положительного направления, за редкими исключениями, едва существуют и могут производить лишь слабое влияние на публику за невозможностью привлечь лучшие умственные силы». Свою задачу по изданию новой газеты Трубников обозначил так: «Русский голос» призван служить единству духа русских общественных сил в союзе мира, просвещения и гражданской свободы» (Трубников К.В. О новой национальной газете «Русский голос». СПб., 1894.С.1).

Взаимоотношения рынка и творчества, экономики и литературы, коммерческой природы издательского дела и творческой сущности журналистской деятельности, казалось бы, ещё недавно казались несовместимыми в нашей национальной системе ценностей и рассматривались преимущественно в противопоставлении коммерции и словесности (часто на примере журнальной полемики 1830-х гг. – противоборства «торгового» и пушкинского направления в литературе и журналистики). В современных условиях развития рыночных отношений и формирования экономики СМИ как учебной и научной дисциплины, появилась насущная потребность в изучении взаимодействия этих двух практик, отнесённых прежде к противоположным, даже враждебным сферам материального и идеального. Исследователи этого направления обнаруживают, например, влияние стоимости печатной продукции и авторского гонорара на поэтику произведений (М. С. Макеев. Николай Некрасов: Поэт и Предприниматель (очерки взаимодействия литературы и экономики). М., 2009. С.7). Коммерциализация СМИ, менеджмент современной медиаиндустрии актуализировал изучение и обсуждение исторического опыта организации журнального и газетного дела таких успешных предпринимателей в журналистике как А. А. Краевский, Н. А. Некрасов, К.В.Трубников, А. Ф. Маркс, А. С. Суворин, И. Д. Сытин. Актуальными в их деятельности оказываются не только доходность их предприятий, но и методы работы с читателем, способы увеличения читательской аудитории, технологические совершенствования, поиски оптимальных и привлекательных для читателя форматов изданий, а также многие социальные программы, проводившиеся ими для своих работников, широкая благотворительная деятельность, которой они занимались в обществе. Этот богатейший ресурс, накопленный российской

журналистикой, нуждается во всестороннем изучении и использовании в современной практике СМИ.

Коммерциализация прессы, давшая мощный импульс количественному и технологическому развитию, пагубно сказалась на нравственном состоянии профессии, что отмечали не только цензоры в официальных отчетах, но и сами журналисты. Брань и оскорбления стали обычным явлением не только на страницах «мелкой» прессы, но и в солидных общественно-политических изданиях. Причём стремление любой ценой разрушить репутацию конкурента в борьбе за подписчика, характерное обычно для периода подписных кампаний, проявлялось подобным же образом и в ожесточённом политическом противостоянии, как это было в полемике изданий М. Н. Каткова с А. И. Герценом. Однако даже в ту пору, несмотря на цензурные условия и «политический заказ» со стороны правительства на дискредитацию изданий Герцена, реакция в профессиональной среде на методы полемики Каткова была неодобрительной: многие журналисты осудили оскорбительный тон статей Каткова как недопустимый в литературных спорах. В защиту профессиональных норм журналисты и редакторы вырабатывали своего рода этические кодексы. Так, например, издатель и редактор ведущих изданий XIX в. в разработанном им проекте «Соглашения о пределах литературной полемики» предлагал свод этических правил в журналистской деятельности. Сниженность нравственных и профессиональных критериев породила полемику о пределах свободы слова, всевластии журналистов и их ответственности перед обществом. Проблемы «власть и пресса», «свобода и ответственность» относятся, наверное, к разряду вечных и неразрешаемых. Взаимоотношения власти и журналистики всегда определялись двумя тенденциями: власть старалась ограничить прессу, та, в свою очередь, стремилась к безграничной свободе.

Тема свободы и независимости слова неисчерпаема, она сопровождала журналистику на протяжении всей истории её существования, традиционно отражает две крайние точки зрения: официально-государственную и либерально-демократическую, представленные в журнальной и газетной полемике 2-й пол. XIX – начала XX вв. и возобновившейся затем в СМИ конца XX столетия. Достаточно вспомнить обер-прокурора Святейшего Синода К. П. Победоносцева, сформулировавшего взгляд на журналистику, как на силу враждебную, которая присвоила себе, по его мнению, безграничную власть. Подобное отношение к журналистике мы обнаруживаем и в дневнике министра внутренних дел П. А. Валуева, и в высказываниях других сановных лиц. Но отдавая должное общественной роли периодической печати, они ещё в XIX веке обратили внимание на тревожные тенденции в деятельности журналистов – всевластие и злоупотребление свободой слова.

Деспотизм органов печати отмечался и самими журналистами. Так, И.С.Аксаков писал: «Вместо того, чтобы быть выражением общественного мнения, у нас общественное мнение есть выражение печати, или, лучше сказать, личного мнения того или другого журнала; печать навязывается обществу с своими воззрениями, являясь не только его руководителем, но иногда и тираном» (Москва. 1868. 6 апр.).

С проблемой «власть СМИ» исторически связана проблема цензуры. Традиционно понятие «цензура» устойчиво ассоциируется с контролем власти над прессой и имеет вполне обоснованное негативное восприятие. Однако стоит вспомнить, что этот «институт влияния» замыслился и в позитивном общественном смысле. В этой связи очень интересны размышления одного из ведущих публицистов XIX-XX вв. М.О.Меньшикова: «Цензура была призвана не гасить свет человеческой мысли, а отстаивать его от наплывающей бессмыслицы. В старину понимали, что печатание доступно не только героям, но и негодяям, и так как гении и герои количественно исчезают в неизмеримо огромной толпе непросвещённой черни, то бесцензурная печать должна неминуемо повести к страшной вульгаризации публичного слова, к торжеству зла(...) Правда, цензура очень часто приносила и серьёзный вред, но вред все

помнят, а польза давно забыта» (Меньшиков М.О. Выше свободы. Статьи о России. М., 1998. С.301). Трудно с этим не согласиться. Но, очевидно, верно и то, что «цензура не спасает от глупости, так же как и свобода печати не гарантирует появления лишь умных текстов» (Третьяков Виталий. Как стать знаменитым журналистом. М., 2004. С.122). Существует и такой, казалось бы, парадоксальный взгляд на взаимоотношения власти (цензуры) и СМИ в России, высказанный историком журналистики: «Отечественная цензура ограничивала область практической свободы журналиста, литератора и вольно или невольно провоцировала развитие духовной свободы. Не этим ли объясняется феномен блистательного развития отечественной культуры в XIX в., от начала и до конца скованного рамками цензурных ограничений?» (Ковалёва М.М. Философские основы изучения истории журналистики // Журналистское образование в XXI веке. Кого, чему и как учить журналистике. Екатеринбург, 2000. С.45). Разумеется, вряд ли можно увидеть в этом прямую причинно-следственную связь, но правда и то, что цензура косвенно способствует возникновению и развитию особой системы функционально-стилистических ценностей, которые в России XIX-XX вв. получили название «эзопова» языка.

Таким образом, деспотизм власти со временем, когда журналистика получила массовую аудиторию и почувствовала вкус власти, обернулся деспотизмом самих СМИ. Эта проблема, получившая в наше время обоснование в теоретических концепциях о журналистике как о «четвёртой власти», о медиакратии, технологической свободе и пр., ставит под угрозу базовые ценности предназначения журналистики в служении обществу. Как утверждает немецкий исследователь, в условиях технологической свободы «вопрос уже заключается не только в том, как журналистика может обрести независимость от партийно-политических, военных, коммерческих, религиозных и иных интересов, но и в обратной проблеме: как могут политика, спорт, наука, культура вновь обрести независимость от журналистики и медиа» (Х. Пётткер. От новостной функции к ориентирующей // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения. СПб., 2011. С.13). Причем, размышляя о самоидентификации современного журналиста, исследователь говорит о необходимости «подвергнуть ревизии традиционное самосознание безучастного наблюдателя», на журналиста возлагается ориентирующая функция, что влечёт за собой дополнительную ответственность.

Утрата этических и профессиональных стандартов рикошетом бьёт по доверию к журналистике как к социальному институту. Ответственность же журналиста перед обществом находится чаще всего не в юридической, а в нравственной плоскости и часто игнорируется им по мотивам иногда ложно понимаемой «свободы слова». В этом смысле весьма поучительны слова М. Меньшикова, размышлявшего в начале XX в. о том, что может быть выше свободы: «По самой природе своей свобода лишь средство и только средство. Есть нечто высшее, чему свобода должна служить и жертвовать собой, и вне этой службы и благородной жертвы свобода или бессмыслица, или предлог к катастрофе. Цель свободы – цивилизация» (Меньшиков М. О. Выше свободы: Статьи о России. М., 1998. С. 174).

В наше время, когда ощущается вакуум духовных опор в обществе, важно понять, насколько велика устойчивость базовой российской системы ценностей. Общеизвестно, когда традиционные ценности не востребуются, не актуализируются, они уступают место явлениям иного порядка, которые в условиях глобализации информационного пространства распространяются и приживаются значительно быстрее и легче.

Журналистика в этом процесс не только транслирует идеалы и ценности, она их формирует, поэтому так велика её ответственность перед обществом. Поэтому так необходимы духовные опоры на опыт предшественников, на всё лучшее, что было наработано за три века отечественной прессы. Неслучайно на журналистских форумах всё настойчивее звучит мысль о мобилизационной функции журналистики, культурно-идеологический потенциал которой должен быть направлен на консолидацию общества, оздоровление духовно-нравственного

климата в стране. Ведущая роль в этих процессах принадлежит публицистике, во все времена обладавшей в России особым социальным статусом.

Сервильная, услужливая журналистика не менее опасна для общества, чем агрессивно-непримиримая. Отказавшись от обслуживания интересов общества в пользу интересов власти, она осознанно умалчивает о происходящем в стране, что приводит к журналистскому конформизму, этическому безразличию, коррумпированности. В свою очередь, отказываясь от диалога с властью, журналистика присваивает себе (а не общественному мнению, как гласит теория) статус «четвертой власти», принимает на себя несвойственные функции: вместо информирования, адекватного отражения жизни общества, просвещения, развлечения и др., она принимается управлять общественным мнением, манипулировать общественным сознанием.

В своё время, Виссарион Белинский, размышляя об эффективности прессы, её влиянии на читательскую аудиторию, писал, что измеряется это влияние не числом подписчиков и не всевластием над читателем, а нравственным влиянием на публику. Репутация журналиста по-прежнему остаётся важнейшей из моральных ценностей в мире журналистики и в наше время, ибо, несмотря на радикальное технологическое преобразование СМИ и изменение ценностных приоритетов, у любого профессионала всё так же сохраняется свобода осознанного выбора: между правдой и ложью, совестью и деньгами, самоуважением и выгодой. И главным мерилом этого выбора по-прежнему является ответственность перед обществом.

ЛИТЕРАТУРА

Белинский, В.Г. Собр. соч. в 9-ти т. Т.1. М., 1976

Газетное наводнение // Неделя, 1891

Громова Л.П. А.И. Герцен и русская журналистика его времени. СПб., 1994

Мелкая пресса и её теории // Наблюдатель, 1892, №7

Меньшиков, М.О. Выше свободы. Статьи о России. М., 1998. С.301

Москва. 1868. 6 апр.

Макеев, М.С. Николай Некрасов: Поэт и Предприниматель (очерки взаимодействия литературы и экономики). М., 2009

Неделя, 1878, 4 июня

Пётткер, Х. От новостной функции к ориентирующей // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения. СПб., 2011

Толстой Лев. Дневники. Записные книжки. Статьи. 1908. М., 2009

Трубников К.В. О новой национальной газете «Русский голос». СПб., 1894

Ценности журналистики и достоинство журналиста (аксиология журналистики) / Ред.сост. Г.В.Жирков, В.А.Сидоров. СПб., 2010. С.254