

Б А К А Л А В Р И А Т

---

# ЭСТЕТИКА АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Под общей редакцией **М.А. БЕРЕЖНОЙ**

Рекомендовано  
Экспертным советом УМО в системе ВО и СПО  
в качестве **учебного пособия**  
для направления бакалавриата «Журналистика»

**BOOK.ru**

ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНАЯ СИСТЕМА

**КНОРУС • МОСКВА • 2021**

УДК 070(075.8)

ББК 76.01я73

Э87

**Рецензенты:**

**С.Г. Корконосенко**, заведующий кафедрой теории журналистики и массовых коммуникаций Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета, заслуженный работник высшей школы РФ, д-р полит. наук, проф.,

**М.А. Мясникова**, проф. кафедры периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета имени первого президента России Б.Н. Ельцина, д-р филол. наук, проф.

**Эстетика аудиовизуальной журналистики** : учебное пособие / коллектив авторов ; под ред. М.А. Бережной. — Москва : КНОРУС, 2021. — 234 с. — (Бакалавриат).

**ISBN 978-5-406-08488-5**

В учебном пособии эстетика журналистики получает обоснование как необходимая составляющая в профессиональной подготовке специалистов для аудиовизуальных медиа. Представлены факторы и тенденции исторических и актуальных изменений в эстетике журналистики, охарактеризованы эстетические практики аудиовизуальной журналистики в аспекте ее социального функционирования. Системное изложение получают критерии эстетической оценки.

Соответствует ФГОС ВО последнего поколения.

*Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению «Журналистика».*

**Ключевые слова:** эстетика журналистики; аудиовизуальная журналистика; медиатекст.

**УДК 070(075.8)**

**ББК 76.01я73**

**ЭСТЕТИКА  
АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Изд. № 613740. Подписано в печать 28.04.2021. Формат 60×90/16.  
Гарнитура «Newton». Усл. печ. л. 15,0. Уч.-изд. л. 13,0. Тираж 500 экз.

ООО «Издательство «КноРус».

117218, г. Москва, ул. Кедрова, д. 14, корп. 2.

Тел.: +7 (495) 741-46-28.

E-mail: welcome@knorus.ru www.knorus.ru

Отпечатано в АО «Т8 Издательские Технологии».

109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 42, корп. 5.

Тел.: +7 (495) 221-89-80.

**ISBN 978-5-406-08488-5**

© Коллектив авторов, 2021

© ООО «Издательство «КноРус», 2021

# Оглавление

<b>АВТОРСКИЙ КОЛЛЕКТИВ</b> .....	6
<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	7
<b>ГЛАВА 1. ЭСТЕТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ: К ПОНИМАНИЮ ПРЕДМЕТА</b> .....	8
1.1. Эстетика журналистики как проблемное поле профессии.....	9
1.2. Профессиональные координаты эстетики журналистики.....	13
1.2.1. Злободневность: чувствовать время.....	13
1.2.2. Реальность: ничего, кроме правды.....	16
1.2.3. Социальное функционирование: видеть цель.....	21
1.2.4. Адресность: о вкусах не спорят.....	27
1.2.5. Тиражирование: образы и образцы.....	29
Вопросы и задания.....	31
Литература.....	31
<b>ГЛАВА 2. АУДИОВИЗУАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ЭСТЕТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ И ПРАКТИКИ</b> .....	33
2.1. Звукозрительная выразительность: технологии и творчество.....	33
2.1.1. Изменение технологий — изменение эстетики.....	34
2.1.2. Экранное пространство и время.....	38
2.1.3. Функциональность эстетических тенденций в аудиовизуальной журналистике.....	67
Вопросы и задания.....	74
Литература.....	74
2.2. Феномен личности в аудиовизуальном тексте.....	75
2.2.1. Персонификация в аудиовизуальной журналистике.....	75
2.2.2. Автор аудиовизуального медиатекста: нарративные компетенции и стратегии.....	83

2.2.3.	Экранный герой: образ и его восприятие .....	101
	Вопросы и задания.....	111
	Литература.....	111
2.3.	Новые измерения в журналистском творчестве: между разумом и чувством.....	112
2.3.1.	Трансформации творческой деятельности журналиста.....	112
2.3.2.	Этапы развития интерактивных приемов в журналистике .....	117
2.3.3.	Эстетические вызовы иммерсивности .....	123
	Вопросы и задания.....	130
	Литература.....	130
2.4.	Критерии эстетической оценки журналистского произведения.....	131
2.4.1.	Цельность: структурно-композиционные характеристики произведения .....	135
2.4.2.	Выразительность: ресурсы аудиовизуального языка.....	137
2.4.3.	Производство: требуется качество исполнения .....	143
2.4.4.	Впечатление — «момент истины» для автора.....	145
	Вопросы и задания.....	155
	Литература.....	156

### **ГЛАВА 3. ЭСТЕТИЧЕСКИЕ СМЫСЛЫ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ТЕКСТА: УРОКИ ЧТЕНИЯ.....157**

3.1.	Эстетическое решение как социальное высказывание.....	157
	Вопросы и задания.....	174
	Литература.....	174
3.2.	Звук и изображение: смысловые доминанты телевизионного текста.....	175
	Вопросы и задания.....	189
	Литература.....	192
3.3.	Эстетика повседневности в творческих практиках ТВ.....	192
3.3.1.	Эстетические практики социальной журналистики.....	194
3.3.2.	Потребительская журналистика: эстетика обыденного .....	206

Вопросы и задания.....	213
Литература.....	213
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ.....</b>	<b>215</b>
<b>Материалы для практикума.....</b>	<b>215</b>
Эстетический анализ аудиовизуального текста: задания, ответы, комментарии.....	215
Упражнения и задания: «О, если б мог выразить...».....	227
Впечатление и интерпретации, или Какие разные зрители!.....	230

## Авторский коллектив

---

**Бережная М. А.** — д-р филол. наук, доцент, профессор, заведующая кафедрой телерадиожурналистики Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета — введение, глава 1, п. 2.2.1 (в соавт. с А. А. Прониным), 2.4, 3.3 (в соавт. С Е. П. Почкай), 4.4.1 (в соавт. с А. А. Максим).

**Кирия И. В.** — канд. филол. наук, PhD по информации и коммуникации, профессор факультета коммуникаций, медиа и дизайна, руководитель департамента медиа Высшей школы экономики — п. 2.3.1, 2.3.2 (в соавт. с Новиковой А. А.), 2.3.3 (в соавт. С Новиковой А. А., Кобелевым К. А.).

**Кобелев К. А.** — старший преподаватель кафедры телерадиожурналистики Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета — п. 4.4.2.

**Максим А. А.** — канд. полит. наук, старший преподаватель кафедры телерадиожурналистики Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета — п. 4.4.1 (в соавт. с Бережной М. А.), 4.4.3.

**Новикова А. А.** — д-р культурологии, профессор факультета коммуникаций медиа и дизайна Высшей школы экономики — п. 2.3.1, 2.3.2 (в соавт. с Кирия И. В.), 2.3.3 (в соавт. с Кирия И. В., Кобелевым К. А.).

**Познин В. Ф.** — д-р искусствоведения, профессор, профессор кафедры телерадиожурналистики Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета — п. 2.1, 3.1.

**Почкай Е. П.** — канд. филол. наук, доцент, доцент кафедры телерадиожурналистики Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета — п. 3.3 (в соавт. с Бережной М. А.).

**Пронин А. А.** — д-р филологических наук, доцент, профессор кафедры телерадиожурналистики Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета — п. 2.2.1 (в соавт. с М. А. Бережной), 2.2.2, 2.2.3.

**Соломкина Т. А.** — канд. искусствоведения, доцент кафедры телерадиожурналистики Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета — п. 3.2.

# Введение

---

В контексте сближения рационального и эмоционального в современной медиасреде все яснее понимание, что *«эстетическое мироотношение — универсальный инструмент культурного творчества»*<sup>1</sup>. Внимание профессионалов обращено сегодня к эстетическим ресурсам журналистского произведения, к расширению творческих горизонтов деятельности и усилению конкурентных преимуществ в сфере массовой коммуникации.

Эстетическая феноменология журналистики дает неисчислимое количество поводов для анализа и осмысления. Современному журналисту необходимо уметь находить эстетические решения, адекватные творческому замыслу, социальной задаче и целевой аудитории. Эстетика журналистики пронизывает все профессиональные дисциплины, синтезирует междисциплинарное взаимодействие и находит выражение в творческой практике.

В учебном пособии представлена система профессиональных координат журналистики, которые определяют специфику эстетики в этой области деятельности, творчества, медиаиндустрии. Это та профессиональная оптика, которая формирует критерии эстетической оценки журналистского произведения и необходима для использования на всех этапах его создания. Подробное описание технологических ресурсов выразительности в эстетике экрана помогает представить инструменты производства образов времени и пространства, осмыслить функциональные аспекты эстетизации аудиовизуального контента и трансформации творческой деятельности журналиста. Особое внимание обращено на феномен персонификации как личностное, «человеческое измерение» аудиовизуальной коммуникации.

Эстетические практики аудиовизуальной журналистики рассматриваются в контексте производства смыслов, в их этическом и социальном значении. А как же иначе? Такой подход неизбежен, если интерес к профессии связан с представлением о гуманистических ценностях и собственной ответственности за то, что делаешь.

---

<sup>1</sup> Валицкая А.П. Эстетика понимания: способы созидания миров. СПб., 2019. С. 25.

# Глава 1. Эстетика журналистики: к пониманию предмета

---

Внимание к эстетике журналистики и выделение ее как важного и специфического компонента в подготовке журналистов определено целым рядом обстоятельств современной медиасреды.

Во-первых, мы наблюдаем стремительное расширение *спектра выразительных возможностей* журналистики, обусловленных развитием новых *технологий* медиапроизводства.

Во-вторых, *аналогичная палитра* выразительных средств находит применение в параллельных коммуникативных потоках и родственных специальностях — происходит смещение представлений о специфике именно журналистского произведения.

В-третьих, сама журналистика активно использует творческие практики, характерные для экранных искусств, сближая при этом *художественное и документальное*.

В-четвертых, в новой коммуникативной и экономической медиареальности информационное перенасыщение нередко определяет эмоциональную, чувственную, то есть *эстетическую первооснову выбора* читателем, слушателем, зрителем опубликованного материала и его воздействие.

При этом *аудиовизуальная форма* репрезентации действительности становится все более востребованной, существует как необходимое расширение печатного текста, демонстрируя соразмерность естественной среде человеческого общения. «Визуальный поворот», который обозначился в современной культуре, делает необходимым внимание к аудиовизуальному тексту, специфика которого дает несомненные преимущества в новой медиасреде. *Синкретичность, интерактивность и возрастающая визуализация* журналистики, вовлечение аудитории в процесс восприятия и производства текста делают эстетику той областью, в которой создаются и развиваются важнейшие факторы взаимодействия производителя и потребителя контента.

## 1.1. ЭСТЕТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ КАК ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ ПРОФЕССИИ

В поле зрения дисциплины «Эстетика аудиовизуальной журналистики» — эстетическая феноменология, средства эстетического воздействия, эстетические критерии оценки публикаций, а также профессиональная идентичность эстетических практик и процесс формирования эстетических взглядов на журналистику.

Журналистика встроена в среду обитания человека, давая человеку эстетический опыт. Такой опыт не обязательно связан с художественной деятельностью, мы приобретаем его, «участвуя во всякого рода корпоративных и спортивных мероприятиях, парадах, наблюдая фейерверки, продумывая убранство своего жилища, покупая себе одежду <...> посещая сайты в Интернете и концерты представителей поп-культуры, смотря телевизор и кинофильмы и т.д.»<sup>1</sup>. Генетически взаимосвязанная с риторикой, литературой, визуальными и зрелищными искусствами, журналистика способствует эстетическому освоению действительности, чувственному познанию<sup>2</sup> и соотносит его с «идеалом», идеей предмета<sup>3</sup>.

Следует отметить, что в современной научной мысли мы встречаем разные определения эстетики. В одном случае эстетический опыт связан «с онтологическими характеристиками метафизической сущности мира, являющей себя через красоту, идеал, или Универсум, а в другом «эстетическое суждение признается результатом оценочной деятельности субъекта, а эстетические качества лишаются онтологической значимости»<sup>4</sup>. Иными словами, «красота — в глазах смотрящего». Эстетический идеал утрачивает универсальность и становится принадлежностью культуры, эпохи, социальной группы. И даже профессии. Какие разные представления об идеальной форме, например, у бойца сумо и балерины! Каким разным видится *прекрасное*, когда мы оцениваем руку пианиста и кузнеца!

Мы не будем углубляться в тенденции, связанные с судьбами эстетики в философской мысли, однако, обращаясь к сфере журналистики,

---

<sup>1</sup> Шустерман Р. Прагматическая эстетика. М., 2012. С. 87.

<sup>2</sup> Прозерский В.В. У истоков эстетики // Казанский педагогический журнал. 2015. № 4. Ч. 2. С. 419–422.

<sup>3</sup> Чернышевский Н.Г. Эстетические отношения искусства к действительности // Эстетика и литературная критика. М.—Л., 1951. С. 72.

<sup>4</sup> См. об этом: Никонова С.Б. Эстетизация как парадигма современности. Философско-эстетический анализ трансформационных процессов в современной культуре : дис ... д-ра филос. наук. СПб., 2013.

нельзя не понимать, что эстетическое мироотношение есть «универсальный элемент культурного творчества, способ конструирования реальности в ее воображаемых и материальных формах»<sup>1</sup>.

В природе журналистики заложена эстетическая функция, которая реализуется не только через содержательные или дидактические компоненты публикаций. Она проявляет себя в совокупности выразительных средств и компонентов и участвует в формировании эстетических впечатлений, вкусов, идеалов. В процессе эстетического воздействия выявляются гармонизирующие потенциалы журналистики, соотнесенные с ее социальным функционированием, то есть эстетическая информация «связана как с чувственным восприятием, так и с аксиологическими факторами»<sup>2</sup>.

Однако эстетическая составляющая публикаций может вступать в противоречие с функционально обусловленными смыслами. Т.М. Шатунова определяет современные СМИ как универсальное средство «эстетизации социальной реальности», превращающее события общественной жизни в шоу, в артефакт<sup>3</sup>. Это соотносится с общими тенденциями в эстетике, которые описывают философы. Н.Б. Маньковская констатирует: «Возвышенное заменено удивительным, трагическое — парадоксальным. „Приручение“ безобразного посредством эстетизации привело к размыванию его отличительных признаков. Центральное место заняло комическое в форме иронизма. Кроме того, категориальный статус приобрели понятия, традиционно бытовавшие за пределами эстетики: отвращение, абсурд, жестокость, насилие, шок, энтропия, хаос и др.»<sup>4</sup>. Ей вторит А.П. Валицкая: «превращение обыденного в прекрасное и возвышенное... утрата границ эстетического и художественного, возможности различения симулякра и шедевра, легитимация и утверждение массового сознания в автономных формах эстетической подлинности»<sup>5</sup>.

На этом фоне появились и работы, заявляющие о стирании грани между журналистикой и искусством и более того — о вытеснении журналистики искусством, поскольку оно оказывается ближе к «правде

---

<sup>1</sup> Валицкая А.П. Эстетика понимания: способы созидания миров. СПб., 2019. С. 25.

<sup>2</sup> Березин В.М. Публицистический телевизионный текст как поступок // Медиа-скоп. 2008. № 2. URL: <http://mediascope.ru/node/222>

<sup>3</sup> Шатунова Т.М. Эстетика социального (эстетическое начало в процессе идентификации современного человека): учеб. пособие. Казань, 2012. С. 58–59.

<sup>4</sup> Маньковская Н.Б. Трансформация эстетической парадигмы // Эстетика на переломе культурных традиций. М., 2002. С. 7.

<sup>5</sup> Валицкая А.П. Эстетика и этика: стратегии понимания // Эстетика и этика в изменяющемся мире / отв. ред. О.Р. Демидова. СПб., 2009. С. 6–14.

жизни». Вот несколько высказываний из книги А. Крамеротти с говорящим названием «Эстетическая журналистика»: «Правда в репортаже — миф: за исключением случаев прямого вовлечения в событие возможны только уровни приближенности, надежность которых зависит от позиции автора, его предвзятости и обязательств перед работодателями»<sup>1</sup>.

Подмена фактов их образами, а информации — эмоциональным воздействием на аудиторию приводит к тому, что журналистика начинает рассматриваться вне своей документальной природы, но в аспекте художественной выразительности: «журналистика XXI века, подобно роману XIX века, — это культурная форма реальности, которая скорее создает эффект реальности, чем преподносит собственно репрезентацию реальности»<sup>2</sup>.

Эстетические ресурсы и феномены аудиовизуальной журналистики в разные годы привлекали внимание исследователей, критики, представителей индустрии (Ю.А. Богомолов, В.М. Вильчек, Д. Дондурей, С.Н. Ильченко, С.А. Муратов, Л.Г. Парфенов, А.А. Пронин, В.С. Саппак, М. MacLuhan, Р. Bourdieu, А. Cramerotti, М. Deuze и др.), но не существовали как самостоятельная область изучения. Эстетические аспекты журналистских публикаций рассматривались в русле литературоведческой, лингвистической, искусствоведческой традиции. М.Ю. Казак, А.А. Крылова отмечают, что «проблемное поле, касающееся образности публицистических текстов и жанров, выразительных возможностей языка, допустимых пределов вымысла и художественного метода в журналистском творчестве, — это традиционное исследовательское поле медиалингвистов и медиастилистов (М.Н. Кожина, В.Г. Костомаров, Е.И. Пронин, Г.Я. Солганик, В.В. Ученова и мн. др.)»<sup>3</sup>. Важным этапом в понимании проблематики эстетики журналистского текста стала монография М.И. Стюфляевой «Образные ресурсы публицистики», где автор не только рассматривает свойства факта в плане «таящихся в нем эстетических возможностей», но и формулирует сущностную проблему современной журналистики, а именно — ее взаимоотношения с реальностью в контексте образности. Характерно, что эстетические аспекты текстов рассматривались применительно именно к определенным жанрам, формам, темам, видам деятельности: художе-

---

<sup>1</sup> *Cramerotti A. Aesthetic journalism. How to inform without informing. Bristol, UK; Chicago, USA, 2009. P. 22.*

<sup>2</sup> *Williams A., Wahi-Jorgensen K., Wardle C. More real and less packaged: audience discourses on amateur news content and their effects on journalism practice// Amateur images and global news. Andén-Papadopoulos K., Pantti M. (eds). Bristol/Chicago, 2011. P. 203.*

<sup>3</sup> *Казак М.Ю., Крылова А.А. Об эстетике журналистского текста // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. 2015. № 18. Вып. 27. С. 134.*

ственная публицистика, фотожурналистика, иллюстрации, познавательные программы об искусстве, графическое оформление изданий и т.д.<sup>1</sup>.

Феномен аудиовизуального текста получал измерение в русле теории экранных, театральных искусств, истории и теории культуры (Р. Арнхейм, П. Бурдые, В.С. Саппак, К. Разлогов, М.А. Сапаров, А. Моль, В.М. Вильчек, С.А. Муратов, А.А. Новикова, и др.). Несмотря на то что аудиовизуальная журналистика изначально сосуществовала в телевизионном контенте с кино, театром, игровыми и развлекательными программами, произведения журналистики долгое время не рассматривались с точки зрения их эстетической ценности. В.М. Вильчек, анализируя эстетические феномены телевидения, отказывал ему в способности создания самостоятельного произведения, к которому можно применять критерии художественности, отводя ему роль посредника: «на стыке искусства и публицистики иногда возникают эфемерные художественные эффекты ситуационной образности, произведения в форме события настоящего времени <...> мы остаемся в традиционном мире художественной культуры, смоделированной и развитой телевизионной программой»<sup>2</sup>. Взаимосвязь эстетического исключительно с искусством и художественным творчеством препятствовало эстетическому осмыслению журналистики и развитию соответствующей области в исследованиях и педагогической практике.

Совершенствование аудиовизуального языка, выразительных средств, расширение художественных приемов, трансформация жанров существенно повлияли на ракурс внимания к аудиовизуальному журналистскому произведению. Так, авторы монографии «Профессиональная культура журналиста» подчеркивают, что телевидению имманентно присущ мощный эстетический потенциал, и оно обладает собственной телевизионной эстетикой, которая ощущается в разных видах программ<sup>3</sup>. S. Postema и M. Deuze полагают, что «континуум „искусство и журналистика“ предлагает потенциально плодотворное измерение изучения новостной работы как формы художественной практики в различных контекстах»<sup>4</sup>.

Актуальный интерес к эстетике журналистики возникает в русле эстетики медиа, которая стремится охватить самые разнообразные ком-

---

<sup>1</sup> Эстетика журналистики. СПб., 2018.

<sup>2</sup> Вильчек В.М. Под знаком ТВ. М., 1987. С. 178.

<sup>3</sup> Профессиональная культура журналиста в условиях медиатрансформаций / под ред. М.А. Мясниковой. Екатеринбург, 2020. С. 97–98.

<sup>4</sup> Postema S., Deuze M. Artistic Journalism: Confluence in Forms, Values and Practices // Journalism studies, March 2020. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1745666.

муникативные и творческие практики в медиа, выделяя общие тенденции вне конкретного предметного и функционального поля журналистики. (М.В. Загидуллина, С.И. Симакова, Е.В. Выровцева, А.В. Федоров и др.)

В исследованиях последних лет подчеркивается особая значимость визуального текста в современной медиакультуре. Визуализация отмечается среди главных актуальных тенденций в медиа, отмечается сильное эстетическое воздействие визуального контента на аудиторию. Исследования восприятия произведений медиакультуры в аспекте медиаобразования справедливо фокусируются на интерпретации художественных аудиовизуальных текстов аудиторией и выявлении смыслов, создаваемых эстетическими компонентами произведений

На этом фоне все более заметна проблематика профессиональной и функциональной идентичности журналистики. Возможность и опасность ее утраты отмечается в работах отечественных и зарубежных исследователей (М.А. Бережная, Е.А. Манскова, М.А. Мясникова, В.Ф. Познин, Д. Дондурей, С.Н. Ильченко, Л.Е. Кройчик, С.Г. Корконосенко, А. Cramerotti, М. Дузе и др.). В частности, Ч. Беккет и М. Дузе, указывая на неизбежную и возрастающую роль эмоциональной составляющей в современной журналистике, подчеркивают необходимость «поддерживать этическую, социальную и экономическую ценность журналистики в этой новой эмоциональной сетевой среде».

Именно поэтому формирование представлений об эстетике журналистики должно происходить в контексте ее социальных функций и в связи с профессиональной идентичностью творческой практики.

## **1.2. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КООРДИНАТЫ ЭСТЕТИКИ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Категории эстетики как аппарат встраиваются в особую систему координат исследуемой области.

### **1.2.1. Злободневность: чувствовать время**

Эстетические категории пространства и времени, прекрасного и безобразного, знака и интерпретации и другие вписаны в «здесь и сейчас», поскольку журналистское произведение всегда соотнесено с сегодняшним днем и не существует «вчера», «завтра» или «вечно». М.И. Стюфляева называет «публицистическое настоящее» *самым незавершенным*<sup>1</sup> — любое

---

<sup>1</sup> Стюфляева М.И. Образные ресурсы публицистики. М., 1982. С. 10.

явление складывается на наших глазах, но вписанное во время, изменчиво вместе с ним и может преобразовываться до полной противоположности. То, что смешно сегодня, завтра перестает быть смешным, а восприятие метафор и символов меняется в сиюминутном социальном и политическом контексте. «Кораблик из газеты вчерашней» из популярной песенки — символ устаревшего, обесцененного, ненужного — прекрасно характеризует феномен злободневности. В.С. Байдина указывает, что в СМИ «время фиксируется и визуализируется на базе пространственных процессов, субъективируется в сознании автора и героя медиатекста при помощи языковых средств конкретного канала коммуникации»<sup>1</sup>. Для аудиовизуального произведения это тем более важно в силу совокупности выразительных средств, доступных в определенный период и характерных для него. А. Довженко замечал, что фильм, в отличие от романа, имеет «сокращенную координату времени»<sup>2</sup>. В координатах злободневности проявляется соотношенность журналистики с эстетикой текущего времени, осмысливаются их взаимосвязь и взаимовлияние, выявляются адекватные времени эстетические характеристики и формы журналистских произведений.

Строгость, правильность, позитивность, пафос определяли эстетику советской журналистики, которая сменилась эстетикой бунта, стихии, импровизации, живой жизни в перестроечный период. За ним пришел период эстетики агрессии, борьбы и страдания в «лихие 90-е». А к началу века живую жизнь заменил гламур, борьбу — карнавал, страдание обратилось товаром, а агрессия стала одной из основных качественных характеристик эстетики СМИ, что особенно удивительно при потребности зрителя в «социальном оптимизме», которую отмечают исследователи<sup>3</sup>.

Аспекты эстетизации времени могут иметь как *техничко-технологическую* природу, так и *содержательно-стилистическую*.

Техничко-технологические аспекты включают в себя исследование технически обусловленных выразительных возможностей журналистики, характерных для определенного временного периода (темпорального спектра выразительных возможностей). При этом возникает ассоциативная связь определенных технологических и стилистических компонентов журналистских произведений с историческими периодами, социальным временем. Вспомним: ушедшая реальность начала

---

<sup>1</sup> Байдина В.С. Образ социального времени в телевизионном пространстве: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2013. С. 12.

<sup>2</sup> Довженко А. Собрание сочинений. В 4 т. М., 1969. Т. 4. С. 51.

<sup>3</sup> Чирков М.Г. Ценности демократии в телевизионном политическом вещании (на опыте информационного обеспечения избирательных кампаний): автореф. дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2002.

прошлого века запечатлена в черно-белом изображении и стилистике хроники, что характерно для документальных кадров того времени, но и кадры художественных лент С. Эйзенштейна, выполненные с использованием той же технологии, приобретают в современном контексте дополнительное качество документальной аутентичности. С помощью темпорального выразительного спектра мы определяем «возраст» печатных изданий, телевизионных фрагментов, радиопередач, эстетически созвучных той или иной эпохе.

Например, материал, снятый статичной камерой, что было характерно для практики ТВ 70-х, будет идентифицироваться с тем временным периодом и восприниматься устаревшим в насыщенной динамике нынешнего многокамерного зрелища. Достаточно сопоставить съемки оркестрового исполнения в современных музыкальных программах или трансляции торжественных парадов в памятные исторические даты с кадрами аналогичных событий 70-х годов.

М.И. Стюфляева считает, что одна из причин появления серых и невыразительных публикаций — «исчезновение „временного поля“, утрата хронологического напряжения»<sup>1</sup>.

Журналистика запечатлевает реалии текущего времени, оставляет отпечаток их восприятия, злободневное их понимание и впечатление. Но сами запечатленные реалии становятся знаками, символами, образами времени, получают эстетическое осмысление в исторической перспективе. Утрата злободневности в эстетике журналистского материала делает его фактом истории, но не актуализирует в настоящем. В новогодние праздники 2008 г. Пятый канал поставил в эфир легендарные программы Ленинградского телевидения, будоражившие умы современников в период перестройки и описанные сегодня во многих учебниках по журналистике («Телекурьер», «600 секунд», «Пятое колесо»), — и некогда яркие, живые, увлекательные, острые сюжеты выглядели несколько архаично и банально в новом времени, однако очень точно передавали дух и стиль ушедшей эпохи.



Отметим, что при этом запечатлевается эмоциональное чувство, характерное времени. В одном из выпусков программы Льва Новожинова «Старый телевизор» (Первый канал, 1997–2001) прозвучали фрагменты из советского радиофильма «Реконструкция железнодорожного транспорта», который вышел в эфир на московском радио в августе 1931 г. (режиссер В.С. Гейман). Запись проводилась во время Всесоюзного съезда железнодорожников, и современные зрители услышали голоса делегатов, в кото-

---

<sup>1</sup> Стюфляева М.И. Указ. соч. С. 11.

рых были и восторг, и чудовищное волнение, и страх, соединенный с экстазом в момент приветствия товарищу Сталину. Такого не было в других радиофильмах и отрететированных репортажах того времени, которые создавались по законам сюжетно-игровой драматургии, и, конечно, в кинематографе тех лет. Как отмечает А.А. Шерель, «этот хроникальный материал, фиксированный на пленку, был использован в качестве документа»<sup>1</sup>.

Вместе с тем и в сюжетно-игровых материалах находит отражение образ времени, представляемый как темпоральный эстетический идеал. В телевизионном проекте «Намедни» Л. Парфенов умело использует эстетические контрапункты публикаций СМИ прошлого и настоящего. Ретроспективная презентация феноменов советского времени, подаваемая в современном, к тому же авторском стилистическом обрамлении, создает особый иронический и в то же время ностальгический контекст, в котором ушедшее невосвратимо, а потому мило, немного забавно и во всяком случае интересно.

Как отмечает А.П. Валицкая, человек, живущий в мире вторичных символических форм, беззащитен перед их обаянием, поскольку подобен второй арфе, которая резонирует в ответ на аккорд, звучащий в первой. В этом мире «пространство и время перестают быть созерцаниями и становятся понятиями»<sup>2</sup>. Поэтому эстетика журналистики необходимо включает в себя координаты реальности.

### **1.2.2. Реальность: ничего, кроме правды**

Художественная правда или художественный мир имеют в журналистике документальную природу, соотносены с реальностью и требуют жизнеподобия — «зримости и предметности форм отображения реальности, обостренной злободневности и проникновения во все области социального мира — как в тематическом, так и в географическом измерениях... За сниженность содержания и тона до повседневности и бытовизации ей испокон века доставалось от рафинированных эстетов и интеллектуалов. Слов нет, пресса много проигрывает в глубине и совершенстве форм возвышенным искусствам и наукам. Но как раз здесь и кроется секрет ее востребованности и незаменимости»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Шерель А. *Аудиокультура XX века. История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию. Очерки.* М., 2004. С. 42.

<sup>2</sup> Валицкая А.П. *Эстетика и этика: стратегии понимания.* С. 9.

<sup>3</sup> Корконосенко С.Г. *Теория журналистики: моделирование и применение.* М., 2010. С. 95.

Эстетические идеалы профессии соотносятся с миром реальным, который далек от совершенства, но рассматривается сквозь призму возможного совершенства. Отсюда — необходимая *целостность эстетической действительности* в журналистике. Координаты реальности позволяют сформировать отношение к эстетическим практикам, когда образ мира создается искусственно, например «чувственно-ценностный живой образ пространства формализуется, упрощается, превращаясь в концепт»<sup>1</sup>.

Выразительная палитра, формы визуализации, образность в современных журналистских публикациях не могут оцениваться исключительно в аспекте абстрактно-эстетическом без взаимосвязи с реальной жизнью. Соотнесенность обыденной жизни человека с жизнью социума, возможность сопоставления индивидуальных ситуаций и социальных реалий в формах, которые предоставляет журналистика, способствуют тому, что персонифицированный опыт переходит в общее социальное знание. Аудиовизуальные образы в журналистике могут сделать этот процесс естественным и незаметным, что «потенциально имеет большие возможности для восстановления социальной ткани, действуя через повседневную жизнь человека... и синхронизируя обыденные теории самых широких социальных групп»<sup>2</sup>.

В этом контексте интересен феномен эстетики любительского видео, в котором как раз воплотилось стремление зафиксировать подлинность живой жизни.

В совокупности любительское видео сегодня представляет собой сравнительно новый сегмент телевизионного видеоконтента, который качественно отличается от привычного изобразительного ряда. Для него характерны низкое разрешение, неправильная цветопередача, дрожание и рывки камеры при съемке, съемка на ходу, длинные кадры, злоупотребление наездами, отъездами, панорамированием, отсутствие центра кадра, запись звука на встроенный микрофон, отсутствие выразительных крупных планов, чередования планов, немонтажная съемка, спонтанный закадровый комментарий — все то, что поставили бы в вину профессиональному оператору. Вместе с тем именно любительское видео оказывается востребованным в случае неожиданных и важных событий, так как именно любителям зачастую удается зафиксировать ключевые и характерные моменты текущего времени (о чем еще пойдет речь в других главах монографии). В процессе внедрения любительских

---

<sup>1</sup> Журавлева А.А. Эстетика пространства: автореф. дис. ... канд. филос. наук. СПб, 2005. С. 16.

<sup>2</sup> Климов И. Социальные вызовы «приватизированного» телевидения // Российское телевидение: между спросом и предложением. 2007. Т. 1. С. 12.

кадров в телеконтент такое видео приобрело дополнительную стилистическую окраску и смыслы: оно воспринимается как *аутентичное* и трактуется как один из маркеров демократизации в тележурналистике<sup>1</sup>, а кроме того, приобретает эстетическую функцию. В.М. Латенкова указывает, что формируется своего рода «профессиональный дилетантизм», *имитирующий* любительские либо технологические (видеореги­стратор, камера наружного наблюдения) съемки<sup>2</sup>. Как отмечает Д. Рашкофф, эстетика любительской камеры используется в полицейских сериалах американского ТВ, *имитирующих* реалистичность документального кино, поскольку американские зрители ждут от телевизионной драмы сознательного правдоподобия<sup>3</sup>.

Координаты реальности очерчивают широкий круг проблем, связанных с фактом и вымыслом, документальным и художественным, с мерой правды и фантазии в журналистском произведении.

В одной из давних работ С.Г. Корконосенко приводит цитату из интервью священнослужителя ленинградской программы «Телекурьер», где тот называет лжесвидетельство самым страшным грехом журналистов<sup>4</sup>. Проблемы доверия к СМИ стоят на повестке дня и сегодня, когда самым популярным словом 2016 г. становится «постправа», а фейковые новости — обыденным явлением<sup>5</sup>. Жизнеподобие симулякров угрожает утратой доверия к журналистике, с одной стороны, а с другой — запускает процесс умножения фантазийных медийных практик, которые определяют образ реальности еще до того, как аудитория осознает смысл текста.

Проблематика документальности и правды является одной из острых и болезненных для журналистики, и на эстетическую составляющую возлагается значительная «вина» за это, если принимать во внимание природную амбивалентность образности в медиатекстах. Ж. Рансьер описывает это так: «Слово „образ“ обозначает две разные вещи. Есть простое отношение, порождающее сходство с оригиналом, — не обязательно его верную копию, но просто то, чего достаточно, чтобы зани-

---

<sup>1</sup> Amateur images and global news / Ed. By K. Anden-Papandopoulos, M. Pantti. Bristol, UK; Chicago, USA, 2011.

<sup>2</sup> Латенкова В.М. Актуальные аспекты интернетизации современного телевидения: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2012. С. 23.

<sup>3</sup> Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. М., 2003. С. 68.

<sup>4</sup> Социальное функционирование журналистики / под ред. С.Г. Корконосенко. СПб., 1994. С. 4.

<sup>5</sup> Распопова С. Богдан Е. Фейковые новости. Информационная мистификация. М., 2018.

мать его место. И есть порождающее то, что мы называем искусством, игра операций — другими словами, как раз не сходство, а искажение сходства. Это искажение может принимать множество форм, которые обостряют выражение чувства, усложняют восприятие идеи<sup>1</sup>. Данное утверждение современного французского философа близко по смыслу давнему наблюдению канадского социолога Маклюэна о разном восприятии театрального и телевизионного «убийства»<sup>2</sup>, фактически — о противопоставлении художественного действия и реальности. На нетождественность выражения содержанию указывает В. Демин: их идентичность приводит к показу, а не к изображению. К примеру, нельзя при помощи собаки изобразить собаку, можно только показать ее<sup>3</sup>. Феномен образа в журналистике привлекал внимание многих ученых. Классификации выявляют возможные уровни эстетического осмысления реальности: от документальной фиксации до художественной формулы. Согласно М.И. Стюфляевой, образ-факт существует как «совпадение природных данных факта с замыслом художника»<sup>4</sup>; образ-модель включает в себя не только «изображение и выражение, но и рассуждение, разъяснение»<sup>5</sup>; в образе-концентрате сосредоточен «смысл определенной ситуации или явления, замещающие понятие (или суждение)»<sup>6</sup>. Она также отмечает, что публицистический образ решает двуединую задачу — познавательную и эстетическую, подчеркивая их равнозначность<sup>7</sup>.

Исследователи указывают на дистанцию между жизнью и искусством, реальностью и образом, на дополнительные смыслы, которые существуют в этой дистанции и, по сути, приближают нас к пониманию реальности. Иногда благодаря дистанции мы «в эмоционально-образной форме искусства заново открываем для себя окружающий нас мир»<sup>8</sup>.

«Факт не отменяет фантазии, фантазия не отменяет достоверности»<sup>9</sup>, — утверждает Кройчик.

---

<sup>1</sup> *Рансьер Ж.* Разделяя чувственное. СПб., 2007. С. 161.

<sup>2</sup> *Finkelstein S.* Sense and nonsense of McLuhan. New York, 1968. P. 85.

<sup>3</sup> *Демин В.* Первое лицо. Художник и экранные искусства. М., 1977. С. 196.

<sup>4</sup> *Стюфляева М.И.* Указ. соч. С. 101.

<sup>5</sup> *Стюфляева М.И.* Там же. С. 125.

<sup>6</sup> *Стюфляева М.И.* Там же. С. 152.

<sup>7</sup> *Стюфляева М.И.* Там же. С. 130.

<sup>8</sup> *Усов Ю.Н.* Методика использования киноискусства в идейно-эстетическом воспитании учащихся 8–10 классов. Таллин, 1980. С. 20.

<sup>9</sup> *Кройчик Л.Е.* Публицистический текст как жанр и как дискурс // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2003. № 3–4. С. 13.

Образ как отражение и образ как осмысление сосуществуют в журналистике — они соотношены с образным уровнем текста в разных журналистских жанрах и обнаруживаются в смысловых интерпретациях публикаций. *Несходство*, заложенное в природе образа, измеряется его соответствием реальной жизни, то есть жизнеподобием не только документальным, фактологическим, но и эстетическим — чувственным пониманием реальности, ее «духом». Журналистика передает «атмосферу настоящего через призму образного видения журналистов, обогащая ее пластическими возможностями СМК, эта трансформация позволяет современникам дистанцироваться и „увидеть“ самих себя и свое время»<sup>1</sup>.

Дистанция или приближение? Отстранение или погружение? Объективность или субъективность? Способы воспроизведения реальности в журналистском произведении могут быть различными, а результаты — неоднозначными.



То, как жизнеподобный образ становится проводником социальной реальности, передает известный греческий миф о Персее: богиня Афина, подстрекая его убить Горгону-Медузу, предупреждала, чтобы он не смотрел в лицо чудовищу, иначе обратится в бессловесный камень, поэтому Персей видел отражение Горгоны в зеркальном щите. Прекрасную трактовку этого античного мифа дает З. Кракауэр. Реальность может быть слишком пугающей, и, чтобы страх не парализовал нас, обличье ужасного мы узнаем через его изображение. Именно преломление, причем под разными углами и неоднократно, дает возможность познания действительности.

Эстетические координаты журналистики позволяют не только осознать реальность, какой бы она ни была, но проследить ее в гуманистической перспективе, восходящей к истинной, идеальной сущности человека. Согласно Т.М. Шатуновой, склонной рассматривать эстетизацию как процесс социальный по содержанию, «эстетическая компонента современной социальной реальности порождает странное и редкое ощущение — простое удовольствие быть человеком и жить среди людей. После того как мы все в той или иной мере побывали одинокими атомами в толпе и сползли с сомнительных высот индивидуализма и голой субъективности, эти скромные дары эстетизации социума задают перспективу прекрасному и бескорыстному, а значит, эстетическому чувству, которое Хайдеггер обозначил как „радость от близости человеческого присутствия“»<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Байдина В.С. Указ. соч. С. 16.

<sup>2</sup> Шатунова Т.М. Указ. соч. С. 60.