



## Заключение

---

В настоящем учебнике мы попытались представить наиболее важные концепции, в той или иной степени раскрывающие сложную сущность такого явления, как журналистика. В книге был предпринят категориальный анализ основных понятий: «коммуникация», «журналистика», «публицистика», «СМИ» и «СМК». Проблема их отождествления связана с синкретичностью использования данных терминов, хотя за каждым из этих понятий кроется свое содержательное наполнение. В ходе нашего анализа мы выявили суть понятия функции, под которой мы понимаем назначение и роль журналистики в системе общественных отношений. Для определения специфики этих функций мы выявили их структуру: общественные, собственно журналистские и функции структурных элементов. Благодаря иерархической взаимосвязи всех этих функций становится возможным функционирование журналистики как целостной системы. Согласованное видение функций журналистики позволяет понять те внутренние законы, по которым работает данная система.

Журналистика как общественный феномен определяет **особый тип духовного производства** — производство массовой информации, социальных смыслов. Как во всяком духовном производстве, в журналистике есть свои участники, свой продукт производства и его потребители. К основным участникам духовного производства можно отнести журналистов и журналистские сообщества, которые осуществляют творческо-преобразовательную и массово-информационную деятельность. Продуктом этой деятельности может быть массовая информация, журналистские произведения и т. п. Потребителем выступает массовая аудитория.

Одно из важнейших мест в этом производстве занимает редакционный коллектив. Рассмотрев различные аспекты функционирования конвергентной редакции в цифровую эпоху, мы увидели, что кардинальным образом изменились не только особенности организации и управления редакционным коллективом, но и комплекс профессиональных требований к журналистам, способы создания медийного продукта в условиях конвейерного производства. Сегодня деятельность конвергент-

ной редакции разворачивается в двух направлениях: с одной стороны, она занята поиском наиболее оптимальных моделей выпуска медийного контента, а с другой — внедрением новых методов организации труда журналистов.

Журналистика как вид духовного производства определяет различные разновидности творческо-преобразовательной деятельности людей: любительская деятельность (внештатные сотрудники редакции), профессиональная деятельность журналистов (авторская, редакторская, организаторская), публицистическая, ориентированная на рациональное и эмоциональное освоение действительности.

Рассмотрев различные аспекты журналистской специализации и профессиональной ориентации журналистов, можно заключить, что современному журналисту для эффективной деятельности необходимо умело сочетать универсализм со специализацией, ему нужны не только базовые университетские знания, но и специальные (в зависимости от профиля будущей работы).

Профессия журналиста прежде всего предполагает наличие у человека определенных способностей к данному виду профессиональной специализации, среди которых мы выделили коммуникативные, интеллектуальные и литературные.

Для того чтобы журналист мог эффективно осуществлять свою деятельность, он должен обладать едиными для данного вида творчества свойствами и качествами. От развитости этих способностей зависит степень раскрытия его творческого потенциала.

В своей практической деятельности журналистам приходится иметь дело с различными видами информации, что в значительной степени не только влияет на их профессиональную специализацию, но и требует от них определенных знаний по сбору, обработке информации и созданию на ее основе журналистского произведения. Как мы убедились, любое журналистское произведение несет в себе информацию трех типов: событийную, содержащую факты; интерпретирующую, в которой присутствует анализ; разъяснение, или базисную (общетеретическую).

Современная система жанров журналистики — это динамично развивающаяся структура, в которой существуют внутренние и внешние связи. Внутренняя связь между различными жанрами журналистики обусловлена единым типом творчества — публицистическим, а внешняя — тем, что каждый жанр журналистики, в отличие, например, от жанра литературного, всегда порождается потребностью отражать современную жизнь с целью воздействия на общественное мнение. Это

то, что по сей день остается в качестве системообразующих характеристик журналистских жанров.

Любые жанровые трансформации можно объяснить объективными и субъективными причинами. Социально-экономические и политические изменения, которые произошли в российском обществе, коренным образом повлияли на трансформацию всей жанровой системы. На современном этапе данный процесс происходит за счет смещения одних жанров другими. В системе жанров российской журналистики на периферию отошли такие крупномасштабные жанры, как очерк, а в центр выдвинулись информационные жанры. Срединное положение занимает группа аналитических жанров.

Возникновению новых жанров предшествует освоение журналистами новых методов познания действительности, взятых на вооружение из других сфер человеческой деятельности, например социологическое резюме или статья-прогноз. Процесс размывания жанровых границ приводит не только к образованию гибридных жанровых форм (например, очерк-расследование), но и к постоянному жанровому взаимообогащению. Впрочем, изменяясь и трансформируясь, жанры в своем развитии сохраняют преемственность, основные типологические признаки, обнаруживаемые в многообразии отдельных жанров.

Анализ журналистского произведения в системе коммуникативных отношений позволил определить прагматические свойства журналистской информации, мотивы выбора человеком канала информации, читательские интересы и особенности взаимодействия «автор — газета — читатель». По нашему мнению, прагматические свойства информации определяются теми коммуникативными целями, которые ставят перед собой субъекты информационного взаимодействия. Журналист в своей деятельности стремится к тому, чтобы информация обладала свойствами новизны, оригинальности и ценности, а читатели — к удовлетворению собственных информационных потребностей. В ходе проверки данной гипотезы была выявлена такая особенность, что в процессе коммуникативного взаимодействия производитель и потребитель информации могут ставить перед собой различные цели. Этим, видимо, и объясняется различие в уровнях ценности одной и той же информации, которая может быть высокой или низкой, относительной или абсолютной. Выяснилось и другое: читатель, вкладывая свой личностный смысл в трактовку информации, сам решает вопрос о ее ценности и полезности. Как видим, качество прагматизированной ценности информация приобретает в том случае, если она становится полезной для потребителей.

В анализе коммуникативного взаимодействия между автором и читателем акцент был сделан на речевую деятельность журналиста и коммуникативную деятельность читателя. По нашему мнению, налаживанию контакта с аудиторией способствует не только знание объективных и субъективных характеристик аудитории, но и точный выбор языковых средств, которые с максимальной полнотой отвечали бы коммуникативным задачам.

С точки зрения прагматических целей коммуникативное взаимодействие между автором и читателем считается эффективным, если коммуникатор выполняет свои основные социальные функции (информирование, научение, воспитание и т. д.), а потребитель информации определенным образом реагирует на его выступление.