Элеонора Георгиевна Шестакова
Доктор филологических наук (Донецк)
shestakova_eleonora@mail.ru

Медиаголоса обыкновенных людей Донбасса 1920–1930-х гг. – эхо памяти противоречивого бытия: мера ответственности перед будущим

Рассматриваются вопросы основ, сущности актуальности и мемориальной культуры в журналистике, а также методов, подходов анализа с позиции ретроспекции взаимосвязей социальности, политического, повседневности, истории, власти, обыкновенного человека, массмедиа. Материал: газеты «Кочегарка», «Социалистический Донбасс». Методология: ориентация на подходы, идеи, предложенные Бартом, Бурдье, Бахтиным.

Ключевые слова: журналистика, социально-повседневный медиадискурс, медиатекст.

I. Журналистика – социальный институт и общественная деятельность с истоками, укорененностью в культуре, длительной коллективной памятью. Она упрочена и упрочивает повседневность, память, голос обычного человека, который одновременно адресат, читатель, материал и хранитель смыслов, представляемых журналистикой. Сфера журналистики, как и жизнедеятельности обычного человека, – пространство действия «малых моделей, созданных на основе малого и частичного опыта», для них «характерна специфическая прагматичность, утилитарность <…> в них практика определяет сознание» [2: 246]. Это в журналистике обусловлено установкой на остроту событий, фактов, лиц современности.

II. В методологии журналистики наблюдается парадокс асимметрии. Для изучения природы, принципов функционирования массмедиа разработаны подходы, прежде всего, с позиции социальной мифологии, ее

воздействия на обычного человека, трактуемого как пассивный потребитель информации, объект влияний. Барт, фокусируясь на обычном человеке, задает вопрос: «Как он потребляет миф *сегодня*?», подытоживая с позиции интенций власти и массмедиа: «Миф ничего не скрывает и ничего не афиширует, он только деформирует» [1: 95]. Вопросы же о позиции, медиаголосах обычных людей, их роли в формировании, развитии журналистики, методологии их анализа все еще недостаточно исследованы. Журналистика – это то, что активно и пассивно воздействует посредством производимых ею смыслов, но и то, что создается, укрепляется хором медиаголосов обычных людей, наполняющих массмедиа.

III. Речь идет не о социологии журналистики, которая активно развивается, а о философско-культурологических подходах, нацеленных на исследование следов – почти неосязаемых, но определяющих *большой* опыт, память, модели жизни общества, культуры, повседневности. Эти подходы помогут обосновать сущность, специфику проявления, существования медиаголосов обычных людей в медиапространстве: начиная от развития традиционной журналистики через эпоху электронных массмедиа, дающих больше возможностей для повседневности, к нашему времени с доминированием жанров постов, комментариев, коротких видео, распаковок, stories, когда господствующими становятся беспредельно *малый* опыт, его модели. Взгляд на журналистику с позиции медиаголосов обычных людей, которые упрочиваются, влияют на социум, – это определение ее меры ответственности перед будущим. Человек может быть в определенной мере «слепым», беззащитным, беспомощным перед воздействиями массмедиа, социальной мифологии. Журналистика – системная общественная деятельность – сама может и должна решать, кого из обычных людей, когда, как пускать в медиапространство. В этом плане 1920–1930-е годы и региональная пресса индустриального региона («Кочегарка», «Социалистический Донбасс») наиболее показательны в системе малых / больших памяти, моделей, опыта.

IV. С позиции журналистов, редколлегии, органов власти, издававших газеты, актуальность материалов, взглядов определялась злободневностью момента, как и для их читателей, людей, откликнувшихся заметками. Отсюда общая, объединяющая их тематика материалов. Но есть нюанс, определяющий природу медиаголоса обычного человека, построенного на нарочитой неполноте. Его суть можно определить через вопрос Бахтина: «Из чего состоит мир, в котором мы живем, поступаем, творим? <…> Из слов, предложений, глав, может быть, страниц, бумаги?», когда журналист, как и писатель, «с помощью слова обрабатывает мир» [2: 213]. Ответственность за этот мир – на них. Медиаголос обычного человека – пограничное и этим сильное явление, а созданный им медиатекст, опубликованный в газете, – необработанное слово о *малых* – опыте, моделях жизни. Они рассчитаны на официальных других, пытаются выразить остроту ситуации, «память противоречивого бытия» не «односмысленными понятиями», не «однотонными образами» [2: 247]. Пестрота медиаголосов обычных людей в региональной прессе 1920–1930 гг. – исток нынешней системы капиталов [3].

Литература

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / пер. с фр. М., 1994.

2. Бахтин М. Автор и герой. К философским основам гуманитарных наук. СПб., 2000.

3. Bourdieu P. Distinction. A social critique of the judgement of taste / transl. by R. Nice. London; New York, 2010.