Ольга Николаевна Савинова

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

[508@bk.ru](mailto:508@bk.ru)

**Новые формы взаимодействия общества и медиа: куда уходит публицистика?**

Рассматриваются новые формы взаимодействия общества и медиа. Анализируются изменения общественного запроса на публицистику, а также влияние интернет-коммуникаций на культуру чтения молодежной аудитории.

Ключевые слова:публицистика, трансформация медиаландшафта, интернет-коммуникации, культура чтения.

Современный уровень прогресса в развитии информационных и коммуникационных средств, стратегий и технологий, отразившийся на изменениях в читательских предпочтениях, особенно молодежной аудитории, актуализировал внимание исследователей к вопросу о состоянии современной публицистики, о ценностных приоритетах в новых формах взаимодействия общества и медиа. Рассматривая публицистику как важный фактор влияния на формирование мировоззрения и гражданской позиции человека, интересно проследить, насколько актуален сегодня общественный запрос на публицистические материалы.

Если судить по рубрикам газет, журналов, интернет-сайтов, то создается впечатление, что данный вид информационной деятельности постепенно исчезает. В свое время А. А. Тертычный отмечал, что «вестернизация информации, дегуманизация контента, отказ от нравственных идеалов – все это факторы, “убивающие” современную публицистику» [3: 95]. В круг чтения современной молодежи в большей степени входит развлекательная литература, фэнтези, детектив, приключения, хоррор. При этом книжная культура вытесняется визуальной.

Цифровое чтение повлияло и на сложившуюся ранее практику восприятия текста и мышления в целом. Развивается фрагментарность чтения, поверхностность, клиповое чтение. В нашем случае слово «поверхность» – это скорее всего констатация способа чтения как изменившейся культурной практики. При этом количество информации, поставляемой современными агрегаторами, растет небывалыми темпами, в то время как объем свободного времени у читателя более или менее постоянен.

Трансформация медиаланшафта не смогла не отразиться на состоянии общества в отношении развития его культуры – грамотности, интеллектуальном потенциале, востребованности печатного слова в образовании. Новая медиасреда повлияла как на трансформацию системы средств массовой информации и саму аудиторию, так и на особенности публицистического дискурса. М. В. Загидулина ввела термин «публицистика 2.0», считая, что сегодня, в условиях расцвета интернет-коммуникаций, «роль интеллектуальной элиты как голоса общества становится более маргинальной, а лидерами мнений оказываются отдельные коммуникативные группы» [1: 236]. Но если объективно публицистика и уходит в виртуальное пространство, то это не означает, что она уходит в никуда.

Культурная преемственность, на наш взгляд, продолжит сохраняться, поскольку самые глубинные ценности, направляющие жизнь общества, меняются крайне медленно. Поэтому потребность в публицистике как средстве выражения автора по поводу актуальных явлений в жизни общества, как «журналистике мнений» сохранится, равно как и предмет публициста – «вся современная жизнь… отраженная в прессе, искусстве, документе» [2: 72].

Литература

1. Загидуллина М. В. Публицистика 2.0: к определению понятия // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Язык и литература. 2018. Т. 15. Вып. 2. С. 220–235.

2. Краткая литературная энциклопедия: в 9 т. М., 1971. Т. 6.

3. Тертычный А. А. Публицистика в современных российских СМИ: рефлексия и практика // Вестник РУДН. Сер. Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23. № 1. С. 95–102.