Юлия Игоревна Долгова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

[YIDolgova@gmail.com](mailto:YIDolgova@gmail.com)

**Публицистика, пропаганда, агитейнмент: проблемы концептуализации и использования понятий**

Анализируется место и роль жанров аналитической телепублицистики в исторической ретроспективе. Предлагается дифференциация понятий «публицистика», «пропаганда», «агитейнмент». Подчеркивается значение аналитических жанров в парадигме гуманизма, а также описывается направление их трансформации под влиянием инфотейнмента в эпоху постмодерна.

Ключевые слова: публицистика, пропаганда, мирная журналистика, агитейнмент, инфотейнмент.

В теории телевизионной журналистики публицистика традиционно рассматривалась как вид экранных произведений, направленный на освещение окружающей действительности и происходящих в ней изменений, однако можно наблюдать трансформацию теоретических подходов к ее функциональной специфике в исторической ретроспективе. Один из основателей российской теории жанров телевизионной журналистики Э. Г. Багиров одновременно выделяет информирование и анализ как задачи, характерные для телевизионной публицистики. В западноевропейской и североамериканской исследовательской практике теория журналистских жанров не разработана в достаточной степени. Группу жанров аналитической публицистики можно соотнести с феноменом, получившим название «интерпретативная журналистика». Данный вид рассматривается как этап эволюции новостной журналистики, направленный вместо описания на интерпретацию. В обоих упомянутых выше теоретических концепциях наблюдается смешение функций информирования и анализа применительно к публицистике, провоцирующее определенные неудобства для потребителя, который оказывается не подготовленным к качественному усвоению знаний, поскольку не имеет представления о том, чего ожидать от передачи.

Современная российская теория жанров телевизионной журналистики разделяет понятия «информационные жанры» и «жанры аналитической и художественной публицистики» [2]. Аналитическая публицистика (комментарий, обозрение, проблемное интервью и др.) и художественная публицистика (телевизионный очерк, эссе, памфлет и др.) предполагают значительную роль проявления личности автора. Композиция материалов может быть выстроена согласно авторской точке зрения, различаются цели экранных произведений и изобразительно-выразительные средства их создания. Аналитическая публицистика направлена на анализ явления на основе имеющихся у журналиста знаний и системы ценностей; художественная – на формирование системы образов. Обе группы жанров достаточно распространены в современной аудиовизуальной среде и бросают вызов доминированию журналистики фактов.

Последовательно высказанное мнение в подобных жанрах провоцирует существующее смешение понятий «аналитическая журналистика» и «пропаганда»; «интерпретативная журналистика» и «журналистика адвокатирования». При нейтральной трактовке термина «пропаганда» (как процесса по распространению определенных идей и мнений с целью убеждения) понятия являются пересекающимися. Принципиальной оказывается разница в функциях: анализа и влияния. Однако в процессе восприятия журналистских материалов происходит подмена концептуального функционального различия более примитивным вектором «нравится – не нравится», усиливающим поляризацию потребителей медиа и текстов (читатель/зритель выбирает только то, с чем согласен). Анализируя данный феномен, Л. Беннетт иронически вводит тезис об отсутствии нейтральных материалов. Потребляя информацию, читатели и зрители основываются на собственной позиции. В результате только потребители с более или менее нейтральной точкой зрения воспринимают нейтральные материалы как таковые [3].

Нельзя недооценивать гуманистическое значение аналитической публицистики как знаковой формы телевизионного вещания, позволяющей в условиях глобальных конфликтов выбирать парадигму «журналистики мира», акцентируя внимание не на поверхностном изложении фактов, получаемых из официальных источников, а на анализе причин конфликта [4].

В России передачи в жанрах аналитической публицистики – исторически развитая и популярная форма подачи информации на телеэкране. На современном этапе аналитическая публицистика трансформируется под влиянием инфотейнмента и находит отражение в инфотейнмент-форматах: аналитических шоу и ток-шоу, которые уже были названы в западной литературе агитейнментом [5]. Стоит отметить, что в условиях поляризации общества действительно важно предоставлять аналитические материалы в более легкой и понятной форме, способной прилечь менее заинтересованную и даже скептически настроенную публику, в том числе в аудиовизуальном сегменте Интернета.

Литература

1. Багиров Э. Г. Очерки теории телевидения. М., 1978.

2. Долгова Ю. И., Перипечина Г. В. Телевизионная журналистика. М., 2021.

3. Bennett W. L. News: The politics of illusion. Chicago, 2016.

4. Lynch J. Debates in Peace Journalism. Sydney, 2008.

5. Tolz V., Teper Y. Broadcasting agitainment: A new media strategy of Putin’s third presidency // Post-Soviet Affairs. 2018. Vol. 34. No 4. P. 213–227.