

Ерофеева И. В.

ВИРТУАЛЬНАЯ АКЦИОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ: ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/1-2/23.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2009. № 1 (20): в 2-х ч. Ч. II. С. 69-71. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/1-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

6. Менделеев Д. И. Заветные мысли. – М., 1995. - С. 52.

7. Ташева А. И. Концепция организации психологической помощи одиноким и пожилым людям в структуре Министерства труда и социального развития // Психология зрелости и старения. – 1998. - № 4. - С. 75-87.

8. Телегин А. А. Геронтософские поиски в русской мысли на рубеже 19-20 в.: Автореферат дис. ... на соискание уч. ст. канд. философ. наук. – Курск: Курский гос. ун-т., 2003. - С. 7.

ВИРТУАЛЬНАЯ АКСИОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ: ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ

Ерофеева И. В.

Забайкальский государственный гуманитарно-педагогический университет, г. Чита

Явный парадокс журналистики заключается в том, что публицистика всегда претендует, в силу своего отличительного функционального качества, на объективность и несомненную реальность. Но в то же самое время, оставаясь все-таки творческой деятельностью, активно осваивает и переосмысливает реальное пространство и время. Субъективное видение окружающей действительности ориентировано на жизненный опыт, и обусловлено психическим и интеллектуальным развитием профессионала. Важной частью личностной интерпретации реальности становится внутренняя готовность воспринимать какой-нибудь объект или эпизод определенным образом («подготавливающая установка»). Как бы ни старался создатель информации быть максимально объективным, он обречен на определенное программирование окружающего мира инструментарием внутренних личностных составляющих.

Создание относительно объективного мира невозможно без достаточной базы развитого интеллекта. Увидеть реальность и, тем более, оценить ее без интеллектуального инструментария невозможно. По утверждению философа XX века П. А. Флоренского, достоверность – есть интеллектуальное чувство принятия произносимого суждения в качестве истинного, некая дискурсивная интуиция. Приходится констатировать, что эффективность существования в медиатексте основополагающей его черты – объективности и достоверности – напрямую зависит от уровня и степени развития журналистского интеллекта.

Интеллект позволяет человеку познавать существенные для его деятельности компоненты ситуации в их взаимосвязи и изменять ситуацию на основе этого познания в соответствии с определенными целевыми установками и по определенным программам действий. Функция интеллекта состоит, таким образом, в умственном (духовном, психическом) решении объективно существующих проблем. В свою очередь богатый инструментарий интеллектуальной деятельности опосредован национальной Моделью Мира.

Впервые о влиянии среды и климата на особенности интеллектуальных усилий заговорили в античной философии (Геродот, Гиппократ, Тацит и др.). В 18 веке, в эпоху Великих географических открытий ученые обратили особое внимание на различия в интеллекте, объясняя их внешними (температурными) условиями климата. Например, умеренный климат Среднего Востока и Западной Европы якобы больше способствует развитию интеллекта, чем климат тропических областей, где «жара душит человеческие усилия» [Стефаненко 2006: 36].

В 1835 году создатель идеи коллективной ментальности А. де Токвиль выпустил книгу «Демократия в Америке». Автор, исследуя общественное сознание Америки, констатирует, что все жители Соединенных Штатов имеют сходные принципы мышления и управляют своей умственной деятельностью в соответствии с одними и теми же правилами. Современные экспериментальные данные подтверждают сформулированные результаты. Ментальность представляет собой, по определению доктора психологических наук Б. А. Душкова, «специфический тип мышления» [Душков 2002: 13], синтезирующий аналитическую сферу, развитые формы сознания с полусознанными культурными шифрами.

Смыслы культуры являются основным фактором в выборе того или иного вектора мыслительных операций человека. И чем более это правило определяет содержание творчества журналиста, тем в большем объеме виртуальный продукт деятельности коммуникатора востребован отечественной аудиторией.

Виртуальный характер современного медиатекста обусловлен также профессиональной «селекцией реальности», отбором фактов. Журналист не в состоянии рассказать обо всем, он выбирает, согласно «центрам интереса», необходимую информацию. Современные рыночные условия существования СМИ еще более усугубляют положение относительной объективности российской журналистики, которая одновременно является слугой двух господ: общественного мнения и власти. Герберт Шиллер утверждал, что распространенный тезис о честности, беспристрастности, нейтралитете каких бы ни было средств информации – миф. В науке давно артикулировано так называемое «догматическое противоречие современной журналистики» (А. Моль). СМИ зависят от учредителей. Они часто вынужденно ангажированы, создают заказные материалы, уделяют особое внимание рекламной гиперреальности, и тогда частью виртуального пространства становятся артефакты – искусственно созданные ситуации или явления.

В подобных контекстах журналисты, опираясь на стереотипное представление о среднем сознании, весьма однообразны и в обработке фактов. Так деятельность СМИ отличается парадоксом мифологической интерпретации (Г. Г. Почепцов). Продвигая идеи и факты в сознание людей творцы публицистического слова вынуждены объяснять сложные явления окружающей действительности простым, доходчивым языком, в

объективном желании воздействовать на интересы аудитории они часто прибегают к ассоциативному мышлению, создавая многочисленные метафоры и символы, которые, в свою очередь, являются главным инструментом конструирования ирреального и мифологического.

Итак, мир, представленный в тексте СМИ, объективно и логично виртуален (искусственен). Никто из профессионалов не скажет: излагаю новость, они предпочитают правдиво говорить: «делаю новость». Виртуальная реальность СМИ – реально существующая сфера идеального, имитирующая реальность, которую она не отражает, а замещает. Мы это замещение, согласно законам виртуального мира, принимаем как отражение действительности. Действуем и воспринимаем данную реальность, как будто этой условности не существует.

Внутренняя природа виртуала автономна. Данная реальность подчиняется своим законам природы, в ней свое время, пространство и смыслы, несводимые к аксиологии, времени и пространству порождающей реальности. Г. П. Меньчиков определяет виртуальную реальность как «разновидность сложного современного конструкта» (сконструированная реальность) [Меньчиков 1998: 170]. Это образ искусственного, сконструированного, реально-иллюзорного мира. Но тот, кто создает ее, рассчитывает на обратную связь со стороны участников виртуального действия. Для создателя и реципиента – это реальный мир.

Изначально слово «виртуальный» использовалось в терминологии физики для обозначения особых виртуальных частиц и означало «вероятный», «возможный». Затем этим термином воспользовалась кибернетика. Во второй половине XX века идея виртуальности возникла независимо друг от друга и почти одновременно в нескольких сферах науки и технике. Понятие рассматривалось как в культурологическом так и в онтологическом аспектах. Появилось огромное множество разновидностей виртуальной реальности: игровая, манипулируемая, трансперсональная – лечебная, позитивная и т.д. Как специальный философский и научный термин «виртуальная реальность» была обоснована лишь в 80-х гг. XX в.

Но идея виртуальности давно разрабатывалась в философии – античной, восточной, византийской, схоластической – иногда в неявном виде, иногда в явном. Содержательное наполнение понятия «виртуальность» менялось в ходе исторической эволюции. Неизменным оставалось лишь нереальное или нематериальное наполнение сферы виртуального. Цицерон, Н. Кузанский («О видении бога»), Ф. Аквинский видели в ней особый «энергичный смысл..., сокрытую силу, программу устройства вещей, ... способную выводить благодатную чистоту из божественной энергии» [Воронов 1999: 14]. Для древних и средневековых философов это было таинственное соединение чистоты и истины. Данная трактовка стала этимологической основой для появления определений «виртуозный», «виртуозно» – умение понимать и отображать тонкости настоящего искусства, плода божественного вдохновения. А в литературоведческой науке древние толкования заложили фундамент для рождения термина «витализм» – движение к духовному, необъяснимому, уход писателя в дополнительный мир с целью объяснения тайны человеческого бытия (яркая иллюстрация – ирреальный «фантастический реализм» Ф. М. Достоевского). Если попытаться аккумулировать вышесказанное, то с достаточной степенью уверенности можно утверждать, что основная функция создания или просто естественного существования виртуальной реальности – это потенциальная возможность познать глубины духовного мира. Подобное толкование оправдано и семантикой слова: с латинского «virtus» – доблесть, добродетель, энергия, сила, также мнимый, воображаемый; «realis» – вещественный, действительный, существующий.

Стремление к виртуализации – древняя потребность человека, стремящегося не только отражать, но и творить мир. По определению Н. А. Носова, виртуальная реальность «устанавливает связь между высшей и низшей реальностью» [Носов 1999: 54]. Это то пространство, в рамках которого происходит аксиологическое осмысление действительности, постижение бытия. Следует признать, что виртуальный мир современных СМИ, функционирующий в определенных экономических условиях, создается без учета исконной сущности виртуала.

Учитывая вышесказанное, автору представляется возможным выделение особого пространства – ценностной сферы СМИ (аксиосферы), дефиниция которой могла бы выглядеть следующим образом. Аксиосфера – относительно самостоятельная виртуальная сфера СМИ, аккумулирующая систему духовно-нравственных ценностей (формулируемых и пропагандируемых в обществе институтом СМИ), обладающая определенной совокупностью жанровых, семантических и структурных компонентов. Жанровые особенности определяются идеологией постмодерна, структурные – спецификой ритуала. Будучи всепроникающим лейтмотивом общего текста СМИ, аксиологическое пространство достаточно завуалированная (кодифицированная) сфера виртуального мира, проявляющая себя через систему преобладающих тем, мотивов, интентов, языковых ресурсов, образного потенциала, символики.

Итак, виртуальный текст СМИ – сложная разновидность конструкта (сконструированной реальности), в рамках которой формируются и пропагандируются ценности и представления о мире. Переживания человеком виртуальной реальности и действительной реальности в ситуации неопределенности утрачивают четкую границу, а это чревато непредсказуемыми негативными эффектами личного и коллективного существования. Объективные критерии реальности в виртуальном пространстве медиатекста часто подменяются суггестивными клише, трафаретами моды, в отношении, в том числе, к духовным ценностям.

Избежать подобного положения вещей – задача, явно не требующая особых интеллектуальных усилий. Учитывая исконную сущность понятия «виртуала», достаточно целенаправленно активизировать в журналистском творчестве национальную философию, ментальные смыслы и ценности.

Список литературы

- Воронов А. И.** Философский анализ понятия «виртуальная реальность»: Дис. ... канд. философ. наук и техники. – СПб., 1999.
- Душков Б. А.** Психосоциология менталитета и нооменталитета: Учеб. пособие для вузов. – Екатеринбург: Деловая книга, 2002.
- Меньчиков Г. П.** Виртуальная реальность: понятие, новации, применение // Философские науки. – 1998. – № 3-4.
- Носов Н. А.** Виртуальная реальность // Вопросы философии. – 1999. - № 10.
- Стефаненко Т. Г.** Этнопсихология: Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2006.

СПЕЦИФИКА ФИЛОСОФСКОЙ АРГУМЕНТАЦИИ

Заленская Н. С.

Тюменская государственная академия культуры и искусств

Аргументация представляет собой интеллектуальную коммуникативную деятельность по доказательству или опровержению позиции, представленную системой утверждений с целью убеждения определенной аудитории. Аргументационная деятельность содержит достаточно большое разнообразие различных сторон, граней, характеристик. Конкретные организационные формы в полемике, дебатах, спорах, диалогах, дискуссиях делают подобное разнообразие еще большим. Специфицируют данное многообразие различия предметных областей (философия, юриспруденция, политика, наука, общественные отношения).

Можно согласиться с мнением А. П. Алексеева о том, что «хотя теория аргументации развивается главным образом в рамках философии (включающей логику как раздел философского знания), однако собственно философская аргументация относительно редко вызывает интерес теоретиков «аргументации вообще» и еще реже становится предметом специального исследования» [Алексеев 2006: 10]. Значение термина «философская аргументация» остается расплывчатым, туманным, в научной и популярной литературе употребляется в различных смыслах, точного определения нет.

Возможно, именно в отличии философии от других сфер деятельности и следует искать отличие философской аргументации от других видов доказательных рассуждений.

Философия – наука о всеобщем в системе «мир - человек», и потому проблемы, которые она изучает, также касаются всеобщего в жизни человечества. К философским рассуждениям и спорам относятся размышления о смысле жизни, о религиозных догмах, об отношениях понятий «человек», «разум», «дух», «свобода» и т.п. [Кононович 1998: 11].

Также как и научные споры - не обязательно споры ученых, так философские – не значит споры философов. В целях конкретизации проблематики вопроса, под термином «философская аргументация» будем понимать *аргументацию философов по вопросам, которые рассматривает наука философия*.

Вряд ли можно найти существенные отличия научной философской аргументации от научной в широком смысле слова - объединяет постановка проблемы, поиск вариантов возможных решений, их последующие испытания (критика) и т.п. Однако если научная аргументация имеет своей задачей получение объективно-истинного предметного знания, то философское рассуждение преимущественно ориентировано на само знание, условия его истинности, форм и способов развития и т.п. Иными словами, у научной и философской аргументации разные предметные области: у первой - бытие в его объективной заданности, у второй - мышление, познание бытия в реальном и идеальном (воображаемом) многообразии его форм, структур и уровней.

Специфика философской аргументации может быть глубже понята через рассмотрение специфики философского знания. Отличие современной философии от специальнаучных знаний заключается прежде всего в том, что философские принципы обосновываются посредством основных, общенаучных, наиболее общих понятий (категорий).

Все естественные науки (математика, физика, биология и пр.) выводят свои законы безотносительно к интересам, смыслам, целям, ценностям человека, тогда как философское знание – это и есть знание о месте и роли человека в мире. Такое знание глубоко личностно. Философская истина объективна, но переживается она каждым по-своему, в соответствии с личным жизненным и моральным опытом. Только так знание становится убеждением, которое человек будет защищать и отстаивать. В этом ракурсе рассмотрения философия есть не что иное, как стратегия жизни – учение о том, «каким надо быть, чтобы быть человеком» [Жант 1980: 204].

Нельзя смешивать личное и личностное знание, это не одно и то же. Личные - все знания, накопленные индивидом в течение его жизни, личностные - ставшие для него внутренними органически вплетенные в духовность человека личные знания. Именно личностным характером отличается философское знание. За философской аргументацией всегда стоит автор-философ, в его рассуждениях просматривается личность, его отношение к различным сторонам жизни.

Человеческое знание во всех отношениях, особенно если рассматривать его структуру и процесс возникновения, представляет собой многоплановое явление. Это становится очевидным, если отойти от традици-