

УДК 070(574)

Н.С. Кенжегулова

Университет «Туран», Республика Казахстан, г. Алматы
E-mail: naiman-karabi@mail.ru

Особенности развития современной публицистики в плане формирования общественного мнения

В данной статье автор рассказывает об особенностях развития публицистики в новом тысячелетии и формировании в новых условиях общественного мнения. В статье представлен конкретный анализ новой журналистики, ее влияние как на современное общество, так и на современную личность. Также приводятся плюсы и минусы новых видов масс-медиа, прогнозируются возможные пути их развития в будущем.

Ключевые слова: глобализация, национальные особенности, телевидение, телеканал, формат, блогер.

N.S. Kenzhegulova

Features of the development of modern journalism in terms of the formation of public opinion

In this article the author talks about the development of journalism in the new millennium and the new conditions shaping public opinion. The paper presents a concrete analysis of the new journalism, also about its impact on modern society as well as the modern personality. Also listed the pros and cons of the new Widvey Media and projects the possible ways of its development in the future of human society.

Key words: globalization, national characteristics, TV, channel, format, blogger.

Н.С. Кенжегулова

Қоғамдық пікір құралымының жоспарында қазіргі көсемсөз дамуының өзгешеліктері

Бұл мақалада заманауи публицистиканың даму ерекшеліктері және сол публицистиканың қоғамдық пікірді қалыптастыру үдерістері сөз болады. Публицистік шығармашылықтың ХХІ ғасырға тән жаңашыл және ерекше қырлары көрсетілген. Жаңа медиалардың ықпалымен, интернет ресурстардың, конвергенттік, блогтық журналистиканың ықпалымен публицистиканың ерекше қырлары айқындалды, қоғамдық пікірді қалыптастыруда жаңа нышандар бой көрсете бастады.

Түйін сөздер: жаһандану, ұлттық ерекшеліктер, телевизия, телеарна, формат, блогер.

Публицистическое творчество – это творчество синкретического характера, содержащее в себе теоретические и практические основы создания журналистских материалов, а также навыки написания каждого жанра, состоящие из определенных методов и приемов журналистского мастерства.

Если обратиться к словарю иностранных слов, то «Публицистика (от *лат.* publicus – общественный) – вид литературы, посвященный обсуждению насущных социальных вопросов

с целью прямого воздействия на общественное мнение. Публицистика тесно связана с текущей прессой, с произведениями этого вида (статьи, очерки, фельетоны, памфлеты и др.)» [1]. В других источниках, в частности в научных трудах, о публицистике говорится как об общественно-политической деятельности, связанной с актуальным воздействием на общественное мнение.

Публицистика, отражая текущую действительность, базируется на строгих фактах. Как утверждал исследователь В.М. Горюхов: «Без факта

нет публицистики, так же, как без образности нет художественной литературы. Если в литературе главное – образно-изобразительное творчество, то в публицистике – документально-логическая основа, фактическое наполнение материала» [2].

Публицистика, как и все развивающиеся объективные явления действительности, имеет свою, только ей присущую закономерность развития. Обозревая действительную картину состояния современной публицистики, можно выделить три основных направления ее развития:

1. Это освещение факта, события в развертывающейся панораме общего планетарного развития человеческой цивилизации. То есть любое событие стало иметь глобальное значение, стало рассматриваться в контексте огромных пластов информационных сообщений, и на это повлияло образование и развитие Великой Сети.

2. Новая публицистика стала составным и неотъемлемым элементом фактора глобализации, она, а точнее вся система масс-медиа, является своеобразным связующим звеном между планетарными культурами, этносами и вообще между всеми явлениями действительности.

3. Публицистика современности для формирования общественного мнения использует различные медийные технологии, то есть существенно расширились границы ее выражения, это сказывается напрямую на степень ее воздействия. Это случилось в связи с появлением мультимедийной, конвергентной и блоговой журналистики.

4. Публицистика стала достоянием масс не только в свете ее воздействия, но и характере выражения. В настоящее время каждый может выражать в Интернете свое мнение насчет происходящих событий и вносить свою лепту в формирование общественного мнения.

Обычно в своей творческой деятельности публицист идет от единичного факта к сумме фактов, от суммы фактов к системе фактов, от них – к явлению, событию, а затем к раскрытию их сущностей. Именно при таких условиях осуществляется публицистическое творчество, то есть рождается информация. Журналист, оперируя информацией, ищет пути разрешения проблемы, конфликта, или проясняет ситуацию.

При создании журналистских произведений также следует учитывать психологические факторы их восприятия. Существуют определенные ступени стереотипов воздействия журналистских материалов на аудиторию. Условно можно разделить их на три.

Первая ступень стереотипа восприятия – это когда информация, не затрагивая ни сознания, ни подсознания, проходит мимо, и читатель, хотя вначале восторгается, или ужасается после прочтения таких материалов, но, в конечном счете, остается равнодушным к прочитанному, очень быстро забывает о нем. То есть в таких произведениях, во-первых, факты не совсем достоверны, в них отсутствуют мотивация, аргументация и оно написано не на должном высоком уровне. Можно с полной уверенностью сказать, что такие произведения написаны с использованием больше приемов внушения, чем убеждения. «Внушение – это основной механизм манипулирования» [3].

Внушение – это способ целенаправленного коммуникативного воздействия, рассчитанный на некритическое восприятие информации. Иными словами, внушение не содержит в себе логического доказательства. Это эмоционально волевое воздействие. В материалах современных СМИ такого рода материалы во многом характерны неубедительностью, они являются практически голословными. Такие материалы, хотя и построены на «жареных фактах» и обладают сенсационным характером, но не запоминаются, забываются через определенное время. В них нет, как мы уже раньше говорили, мотивации, доказательности, аргументации. Факты в них не подкреплены дополнительными сведениями и комментариями. Это серые, безликие произведения – однодневки. Но они рассчитаны на манипулирование сознанием масс, потому что психология толпы больше всего поддается манипуляции через внушение. Очень часто после публикации таких «взрывных», но бездарных, не запоминающихся материалов, люди, вернее, толпа идет на бой, совершает революционные перевороты. Говоря иными словами, такие материалы рассчитаны на психологию толпы, а толпа, как утверждал ее исследователь Г.Лебон, лучше воспринимает эмоциональную информацию, чем логическую [4].

Вторая ступень восприятия информации – это когда информация, слабо воздействуя на сознание человека, практически остается без особого внимания. Эти материалы написаны в основном с использованием только логики, без эмоциональных техник. Это сухие материалы, пытающиеся только силой логики и голого мышления довести до сознания масс вроде бы убедительную, но не совсем достоверную информацию. В такого рода материалах отсутс-

твует использование выразительных средств языка, не хватает журналистского мастерства.

Третья ступень стереотипа восприятия – это когда информация, мощно воздействуя на сознание и подсознание читателя, вызывает у него творческий отклик. Такой материал обычно бывает написан на высшем уровне журналистского мастерства с использованием приемов убеждения. Тут присутствуют и приемы аргументации и в полной мере имеются приемы мотивации и доказательности. Каждый журналист должен стараться писать материалы для третьего уровня стереотипа восприятия информации.

Материалы третьей ступени восприятия информации относятся к лучшим образцам публицистического творчества, это владение журналистами языком и стилем, умение доходчиво и ясно доносить до читателя содержание материала. Работа над материалом – это, прежде всего, работа над его лексикой, так как слово – основа речи вообще. Неясность мысли влечет за собой явную неясность речи. Информативная ценность текста, действенность его содержания напрямую зависят от правильного использования слова журналистом в его материалах. Неправильный выбор слова влечет за собой ряд ошибок, в том числе и логические. Текст при неправильном употреблении слова искажается, теряет смысл. Неясность речи может быть вызвана ее небрежностью. А небрежность речи – результат нечеткого мышления. Следовательно, ясность речи непременно предполагает ее логичность [5].

Четвертой ступенью является формирование общественного мнения, оно остается неизменным фактором и в современных условиях, для публицистики нового тысячелетия. Следует подчеркнуть, что наблюдаются существенные изменения в его осуществлении. Все это связано с развитием новых технологий, одним из составляющих которых являются Интернет-ресурсы.

Нынче огромную роль в формировании общественного мнения играет Интернет – любая новость и связанные с ним материалы выкладываются в социальной сети и доступны для всех. Даже больше – каждый может высказать по поводу опубликованного события свое мнение, выразить свое отношение к той или иной проблеме, и притом это можно осуществить как от своего имени, так и анонимно.

Все это, несомненно, оценивается с позитивных позиций. Но как говорится, это «палка о двух концах». Любой может высказать свое мнение, выразить возмущение по поводу повышения цен, против роста преступности в обществе,

о «нечестности» финансовых структур, осуществивших неожиданную девальвацию тенге, и это, с одной стороны, влияет на формирование общественного мнения, но с другой, если рассуждать с точки зрения PR, так называемых его «боевых технологий», конкретней – ТРИЗа и ряда стратегем, то наблюдается метод «рейфрейминга», что в переводе на русский язык означает «форточка». А если выразиться еще более популярно – «выпуск пара». Коллективное обсуждение проблемы в Сети, споры и высказывания своего мнения, пространные рассуждения – никто и ничто этому не помеха, зато пыл поубавился и уже не до решительных действий против «несправедливых» решений вышестоящих органов или частных лиц. Формирующееся общественное мнение постепенно сходит на нет. И как говорится в таких случаях, и «волки сыты и овцы целы», хотя, конечно, целостность овец под большим сомнением...

Но как бы то ни было, общественное мнение формируется постепенно, исподволь, что влечет за собой общую интеллектуализацию и социализацию общества в демократическом направлении и каждый член общества продолжает жить и трудиться в русле единой идеи. И притом это касается той части общества, которую составляет в основном молодежь. Люди старшего поколения не всегда являются пользователями Интернета, а конкретней – социальных сетей.

Следует отметить несколько популярных сайтов, которые, наряду с тем, что дают общественно значимую информацию, также формируют общественное мнение и одновременно выявляют сторонников той или иной идеи. Таким является нынче весьма популярный сайт Vox Populi. Следует заметить, что само название сайта означает «Глас народа», и его корни мы можем обнаружить в истории Англии: общественное мнение – это выражение проникло в другие страны и с конца XVIII в. стало общепринятым. Именно тогда французский аббат Алькуэн произнес фразу, вошедшую в историю: «Vox Populi – Vox Dei» – «Глас Народа – Глас Божий» [4].

Благодаря таким сайтам, как Vox Populi, казахстанцы, во-первых, овладевают новой информацией, работающей на всеобщий процесс, так называемой «прогрессивной» глобализации. Тому примером опубликованный в сайте в начале декабря 2013 года фоторепортаж Каната Бейсекеева об усыновленных и удочеренных американцами казахстанских детях. Репортаж очень позитивный, с качественными в профессиональном отношении фотоснимками. До это-

го усыновление или удочерение особенно американцами казахстанских детей принималось почти «в штыхы», отрицательно. И вот репортаж Каната Бейсекеева практически «тронул» тот лед отчуждения между представителями двух стран. Пользователь Интернета увидел добрые глаза людей, которые помогли сиротам, с раннего возраста лишенным тепла родительского дома, возможности обрести родных по духу и мироощущению людей. Такого же характера репортаж о женщинах-казахах, живущих в Голландии.

Или же на том же сайте было опубликовано интервью с «декабристами» – участниками декабрьского восстания 1986 года в городе Алматы. Во-первых, этот сайт познавательный, многие, хотя уже по историческим книгам знают об этом событии, но, оказывается, имеются и такие, кто не ведает, какую роль оно сыграло в жизни нашей страны и в жизни всего мирового сообщества. Во-вторых, обнаружился такой факт, что у нас имеются такие люди, которые отрицательно относятся к данному событию и воспринимают его как всплеск националистических настроений, что в корне неверно. В-третьих, этот материал позволил из уст участников события «воскресить» произошедшие события в те суровые декабрьские дни и узнать их мнения о нынешней, уже сложившейся системе.

Примечательно, что любое событие обсуждается в Сети, это происходило и в связи с изменениями пенсионного возраста граждан нашей страны [5], и с произошедшими у нас неординарными событиями в пограничных областях

[6], и с негативными ситуациями, возникшими в том или ином регионе нашей страны.

Интернет в наше время стал не только средством формирования общественного мнения, но и своеобразным индикатором, определяющим настрой общественных отношений и степень накала эмоций аудитории по тому или иному вопросу. Интернет стал также и для социологов замечательным средством для измерения общественного настроения и принятия решений по тому или иному вопросу представителям властных структур.

Понятие «общественное мнение» связано с именем английского государственного и общественного деятеля, писателя Дж. Солсбери, который использовал его в книге «Поликратик» для обозначения моральной поддержки парламента со стороны населения страны. Тогда термин «общественное мнение» представлял буквальный перевод сочетания двух слов «Public Opinion» [7].

Одним словом, с развитием информационного он-лайн пространства, с совершенствованием Интернет-изданий в русле мультимедийной, конвергентной и блоговой журналистики роль его возрастает с каждым днем и он становится неременным атрибутом в жизни каждого члена нашего общества, что следует оценивать только с положительных позиций. Радует тот факт, что формирование общественного мнения публицистикой нового типа и нового времени стало более существенным и зримым явлением, и это явное достижение как в жизни общества, так и отдельной личности.

Литература

- 1 Словарь иностранных слов. – М., 1960. – С. 68.
- 2 Горохов В.М. Мастерство журналиста. – М., 1969. – С. 75.
- 3 Вакуров В.А. – М., 1979. – С. 15.
- 4 Тихомиров В.А. Стилистические особенности русского языка. – М., 2009. – С. 54.
- 5 ru.wikipedia.org/wiki/
- 6 altaynews.kz/5438-pensionnyj-vozasras...
- 7 news.mail.ru/inworld/kazakhstan/inc...

References

- 1 Slovarj innostrannyh slov. – M., 1960. – S.68.
- 2 Gorohov V.M. Masterstvo journalista. – M., 1969. – S.75.
- 3 Vakurov V.A. – M., 1979. – S.15.
- 4 Tihomirov V.A. Stilisticheskie osobennosti russkogo iazyka. – M., 2009. – S.54.
- 5 ru.wikipedia.org/wiki/
- 6 altaynews.kz/5438-pensionnyj-vozasras...
- 7 news.mail.ru/inworld/kazakhstan/inc...