

УДК 373.167.1:316/070

СИДОРОВ Виктор Александрович, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета. Автор 94 научных публикаций, в т. ч. 5 монографий (4 в соавт.), 7 учебных пособий (5 в соавт.)

МЕДИЙНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК ОБЛАСТЬ СОПРИКОСНОВЕНИЯ ЦЕННОСТЕЙ

Медийное взаимодействие в обществе структурировано и лично выражено, протекает по установленным каналам коммуникации, организовано по проблематике и смыслам. Это один из механизмов формирования публичной сферы, которая объективно предопределяет и поддерживает социально значимые дискурсы. Актуальность дискурсов перманентно задается и поддерживается вступающими в них акторами. Информационное взаимодействие в социуме имеет амбивалентный характер: с одной стороны, оно институционально структурировано, с другой – лично окрашено. Специфика социальных дискурсов заключается в том, что они наследуют исторически выработанные алгоритмы/образцы форм и методов постановки обсуждаемой проблематики. Поддерживается определенный дискурс, в котором значительное место занимают однажды внесенные в него смыслы, плавно эволюционирующие во времени. Понять определенность медийного взаимодействия в обществе – это значит раскрыть/разрушить некоторые сложившиеся в нашем сознании и сковывающие его абстракции. В связи с чем рассматривается слоистость журналистики и направляемого ею дискурса – на актуальном, историко-культурном и гносеологическом уровнях. Раскрытие журналистики в качестве слоистого объекта побуждает соответствующим образом рассматривать медиасферу, где и разворачивается коммуникационная динамика институтов общества, обеспечивающая публичность социального взаимодействия. Публичность во все времена являлась фактором, стимулирующим достижение равноправия участников дискурса, но никогда не достигающим желательного состояния. Коммуникативное взаимодействие в социуме понимается как ценностное соприкосновение несовпадающих систем, институтов, личностей. Функционирование медиасферы обладает коммуникационной динамикой и слоистостью организации. Это воспринимается как медиареальность, которая выступает в качестве особого измерения реальности социума, при этом входит с ней в отношения трансляции и генерации смыслов. Иными словами, медиареальность по-своему превращает/трансформирует реальность социума, отчего никогда не бывают адекватными «земное» и «медийное». Отчего в медиасфере смысловое напряжение между сторонами коммуникации не столь высокое, как в действительности. На основе ценностного анализа активизации масс-медиа по поводу неконформистской акции Pussy Riot автор делает выводы о характере медийного взаимодействия как зоны соприкосновения полярно значимых ценностей.

Ключевые слова: аксиология журналистики, медиасфера, медийное взаимодействие, коммуникационная динамика.

«Коммуникация – не столько вещь, сколько (пред)вестие, ее сущность постоянно ускользает, поскольку коммуникация – это всегда и то, чего нет <...> это процесс, внутри которого постоянно возникают значения, зависящие от данного процесса и одновременно влияющие на него» [1, с. 56]. Как зависят от процесса и одновременно оказывают на него непосредственное влияние участники коммуникации, вступающие в информационное взаимодействие.

Информационное взаимодействие внутри социума может быть представлено в виде двухуровневых коммуникаций – межличностных и межгрупповых. Межличностная коммуникация – это первичное и до сих пор решающее звено информационного взаимодействия в обществе. Понимание коммуникации межгруппового уровня гораздо сложнее. Поэтому отметим еще одно возможное подразделение коммуникаций – на интимные и публичные, – которое частично совпадает с предыдущим делением, но ему не тождественно: совпадения межличностного и интимного, межгруппового и публичного не абсолютны. В конкретных случаях межличностное общение способно приобрести публичный характер, а межгрупповое – быть скрытым от социума.

Социальное информационное взаимодействие, как и межгрупповой медиа-контакт, – не более чем условные, обобщающие конструкции. Это абстракции, которых нет в природе. Потому что информационное взаимодействие в обществе всегда структурировано и личностно выражено, всегда протекает по установленным в социуме каналам коммуникации, а также организовано по проблематике и смыслам. Это значит, что в обществе объективно устанавливаются и поддерживаются определенные дискурсы, перманентно наполняемые актуальным содержанием вступающими в них акторами.

Определенность в понимании медийного взаимодействия в обществе начинает выявляться только через раскрытие/разрушение уже сложившихся в нашем сознании и сковывающих его абстракций.

Например, если говорим об информационном взаимодействии, скажем, власти и общества, то в своем представлении непременно упрощаем действительность: в отмеченной дуальности вообразим некую персонифицированную власть плюс нечто неопределенное, с какими-то лицами, голосами, движениями – в общем, почти художественные образы. В реальности власть и общество свое информационное взаимодействие осуществляют через институты, которые в каждый момент изучения по-своему конкретизируются. Но оказывается, что и эти понятия всего лишь абстракции. На самом деле происходит межличностный медиа-контакт между *представителями* института власти и институтов общества. По тематически близкому нам вопросу о межкультурном взаимодействии было сказано, что «реально взаимодействуют не культуры, а люди – носители культурных традиций, но при этом из поля нашего зрения выпадут как попытки теоретического осмысления культуры одного народа представителями другого, так и официальная политика по межкультурному обмену, необязательно совпадающая с бытовой практикой межкультурных контактов» [2, с. 27]. Информационное взаимодействие в социуме в принципе институционально структурировано и носит личностно выраженный характер. Все это основано на факте невозможности легитимации власти без коммуникации – текста и речи. Власть предполагает знание, убеждения и идеологии, которые поддерживали и воспроизводили бы ее. «Дискурс структурно выражает и транслирует ключевые условия воспроизводства на всех социетальных уровнях, во всех аспектах и контекстах» [3, с. 87].

Второй абстракцией можно назвать заблуждение о всегда актуальном и потому новом содержании медийного взаимодействия социальных институтов. Заблуждение, во-первых, основано на уверенности, что нет актуальности без новизны. Во-вторых, как ни парадоксально, это заблуждение не совсем заблуждение, потому что, согласимся, без разницы в информационных потенциалах акторов, стоящих по разные

концы «провода», коммуникации не будет, социальный дискурс не активизируется, медийное взаимодействие, еще не начавшись, уже теряет свое значение. Тогда что же происходит в медийном взаимодействии на самом деле?

В действительности социальные дискурсы воспроизводят главным образом некогда заданные образцы и алгоритмы обсуждаемой проблематики, но очень скупо включают в себя новейшую проблематику. Поддерживается определенный дискурс, в котором значительное место занимают однажды внесенные в него смыслы, плавно эволюционирующие во времени. Для политической власти это внутриэкономические, геополитические, социокультурные проблемы государства.

Такие смыслы, или факторы, на протяжении эпох инвариантны и объективно задают определенные политические подходы к их решению. Редкий политик выходит за пределы заданных самой историей алгоритмов. Не случайно Славой Жижек утверждает, что «консервативный политический дискурс является прекрасным примером устоявшегося дискурса» [4, с. 71], имеющего определенные смысловые константы. Поэтому между обществами «дискурсы и способы воспроизводства власти (в глазах общества. – В. С.) отличаются в зависимости от культуры, равно как социальные структуры и социальное познание, вовлеченное в процессы воспроизводства» [3, с. 35]. Но внутри отдельной социокультурной реальности дискурс слабо вариативен.

И третья абстракция – всеобщность доступа к свободному межсоциальному информационному обмену.

Во-первых, как мы установили, медийное взаимодействие между социальными группами имеет личностное выражение. Это означает, что вносимый в медиасферу текст создает индивид, который должен знать, как это делать. Он обладает нужными способностями, знаниями, пониманием рассматриваемой им социально значимой проблемы, иными словами, расположен выразить свое представление о ней вербально или иконографически.

Во-вторых, любой канал медийного взаимодействия функционирует в конкретной социально-политической системе, в которой есть доминирующие социальные группы, значит, им принадлежит реальная власть. Природа власти подразумевает контроль. Собственно говоря, контроль и есть власть. Отсюда потенциально присущее власти намерение контролировать канал своего взаимодействия с обществом и доступ к нему. В своих представлениях Т. ван Дейк наделяет властные группы *активным* доступом к дискурсу, а потребителей, т. е. общество в целом, – пассивным. Все это «является типичным для наиболее влиятельных форм публичного дискурса, в частности медиадискурса» [3, с. 28]. Такова реальность институционального взаимодействия в медиасфере, которая образуется как результат возникающей между институтами общества коммуникации. Результат означает здесь информацию, которая включает в себе возникающее понимание социально значимых фактов, событий, явлений, отношений между людьми. Информационный результат освоения действительности, неся в себе определенную новизну, тем не менее повторяет – буквально или модифицируя – прежде достигнутые результаты и, в свою очередь, формируя новый стандарт, создает еще один алгоритм освоения духовного мира человеком.

Для оценки сущности медиасферы общества выделим свойственные ей типические черты. Прежде всего, дискурсивное начало, несущее в себе определенную упорядоченность вступления в медиа-дискурс представителей институтов социума и закономерность перманентного возбуждения поддерживаемых дискурсом социальных смыслов. Образуется совокупность содержания социально значимых дискурсов и форм их организации. При этом содержание выступает в двух своих значениях – как интегральная сумма составляющих медиасферу смыслов и как система взаимосвязанных смыслов, понимаемых в качестве структурных элементов.

В этом плане медиасфера напоминает прочно и заботливо обустроенный и обжитой поколениями семьи дом: по воле каждого укрепляются

стены, меняются интерьеры, обновляются коммуникации. Однако окружающая среда и архитектура дома, расположение его помещений предопределяют глубину допустимых новаций – будущее диалектически надежно увязано с прошлым. В этом образном сравнении семья олицетворяет ядро неизменяемого типа культуры, определяющего ценностное содержание медиасферы. Поэтому «на всех общественных переменных можно найти отпечаток воздействия этого устойчивого ядра культуры» [5, с. 10–11].

Медиасфера еще не имеет научного объяснения и воспринимается метафорически. Но уже сложились некоторые представления о ее составляющих. Это массовые коммуникации, журналистика, искусство, церковь, политические институты – все, что собирает аудиторию, обращается к ней, вторгается в общественное сознание и само в нем функционирует. «Это медиареальность, которая образуется в процессе коммуникации, а коммуникативная реальность – особое измерение реальности социума» [6, с. 157]. В связи подмечаемой в философии дуальности медиасферы обратимся к любопытной идее Ролана Барта, которую в лучших традициях понимания соразмерности формы и содержания допустимо рассматривать не только в заданных ее автором параметрах, но и увиденных нами.

«Фотография, – пишет философ, – относится к классу слоистых объектов, две половинки которых нельзя отлепить друг от друга, не разрушив целого: таковы оконное стекло и пейзаж». Барт смотрит на фотоснимок XIX века, на котором красивый молодой человек в наручниках ожидает исполнения приговора суда (смерть через повешение), и пишет: «это случится и это уже случилось, – и с ужасом рассматриваю предшествующее будущее время, ставкой в котором является смерть» [7, с. 18–19, 169]. Пресс-фото, по Барту, всегда *punctum* – это уже было, но это еще случится. Это всегда фиксированное время, но оно же в динамике: ужас перед насильственной смертью зародился не в тот момент, когда репортер сделал свой снимок, – много раньше. Еще и фотоаппарат не придумали, и печатный станок не изобрели,

а мыслями об этом уже обменивались, дискурс возник. Потом пришла журналистика, вобрав в себя этот и другие дискурсы, открыв новые. Возникли *punctum* и слоистость журналистики, которая по отношению к пресс-фото выступает как целое. Таким образом, в медиа текущее общественное сознание рефлексивует и по поводу себя же самого, и некогда состоявшегося. Итак, журналистика вбирает в себя взаимосвязанные слои всеобщей рефлексии общественного сознания по поводу общественного бытия.

Видимый слой дискурса – *актуальный* – это публичное обсуждение текущих социальных проблем, потенциально способное к переводу на более глубокий содержательный слой поддерживаемого журналистикой дискурса – *историко-культурный*. Что объяснимо длящейся во времени причинностью возникновения новейших социальных проблем в качестве продолжения однажды вынесенных на обсуждение. Наконец, третий, и самый глубокий, слой отражаемого журналистикой дискурса – *гносеологический* – о познании личности, общества, государства, смыслов жизни, добра, красоты. Любой из этих дискурсов принципиально разомкнут в медиасфере, которая не только обширней, но и на порядок древней журналистики. Истоки медиасферы – в тех незапамятных временах, когда люди только начали обсуждать устройство мира, когда в сознании человека зародились первые паттерны объяснения бытия. «Но обращение к основаниям как первоначально вовсе не означает, что оно теряется в далекой истории <...> Напротив, потоки времени, в которые мы включаемся благодаря коммуникативным практикам, тем или иным образом отсылают к первоначальному условию общения как такового, выступая своего рода скрепой, поддерживающей и сохраняющей саму возможность коммуникации» [8, с. 585].

Медиасфера понимается нами как идеальное пространство, объективно присущее духовной жизни общества, в которой соприкасаются социально значимые смыслы (установления, мифы, идеи). Это результат публичного взаимодействия институтов общества. Новые смыслы

создаются и вливаются в некогда зародившиеся дискурсы. Нельзя установить даже символической даты их начала: чем дальше в глубь веков от Гуттенберга, тем условней представление о публичности дискурса. Достоверно одно: там, где кончается публичность, где нет дискурса, уже нет медиасферы.

Анализ журналистики в качестве слоистого объекта ведет к пониманию соответствующей слоистости медиасферы, в которой по сути и разворачивается коммуникационная динамика институтов общества. Медиасфера – поле информационного взаимодействия социальных систем, их институтов и индивидов – обеспечивает публичность такого взаимодействия. «То, что мы называем публичностью, во все времена само по себе являлось фактором, стимулирующим достижение равноправия участников дискурса, но никогда не достигающим желательного состояния. Иллюзия свободы и разнообразия может быть способом производства идеологической гегемонии» [3, с. 30]. «Добрые намерения [участников коммуникации] и отсутствие демонстративного насилия, – пишет Хабермас, – хорошие вспомогательные средства, но их недостаточно. Если не сложилась структура коммуникативной ситуации, свободной от искажений и латентного присутствия власти, результаты коммуникативного процесса всегда вызывают подозрение <...> Поскольку коммуникация всегда несет в себе двойственность, она есть выражение скрытого насилия» [9, с. 23–24].

Вместе с тем, признавая всю глубину теоретических построений патриарха мировой философии, нельзя и полностью согласиться с ним. По нашему мнению, природа массовой коммуникации всегда указывает на ее слоистый статус: она и общественная, и приватная одновременно, она как немыслима без опоры на социум, в котором реализует себя и без которого превращается в ничто, так и невозможна без оснований в государственных или частных структурах. Подобная дихотомия массовой коммуникации ведет к слоистости медиасферы и функционирующей в ее пределах журналистики. Следовательно, в ней присутствует как

скрытое насилие, и в этом согласимся с Хабермасом, так и свободное выражение медийной личности. К тому же историческая обусловленность и упорядоченность медиа-дискурсов не обязательно сопряжены с каким-либо принуждением. Это может означать и конвенциональную природу медиа-дискурсов – в конечном счете порядок и способы обсуждения волнующих человека проблем регламентировались столетиями, хотя и корректируются текущей политической практикой.

В современной политической практике стало общеупотребимым понятие «ценность», в результате оно становится центральной категорией такого направления мысли, как философская аксиология, формируется «ценностный дискурс». Все предметы человеческого мира начинают рассматриваться как имеющие ценностную природу, т. к. они способны отвечать человеческим нуждам и запросам, «значить» для людей. Высшими ценностями при этом называют «фундаментальные образцы мышления, переживания и поведения, высоко чтимые человечеством. Их обнаруживают как в живой жизни человеческого сознания, так и в артефактах, являющихся звеньями intersubjectивной коммуникативной сети» [10, с. 212].

Коммуникативное взаимодействие – это прежде всего ценностное соприкосновение несопадающих систем, институтов, личностей. Закономерности функционирования медиасферы, с ее коммуникационной динамикой и слоистостью организации, позволяют предположить, что медиареальность, будучи особым измерением реальности социума, по-своему превращает эту реальность, отчего никогда не бывают адекватными «земное» и «медийное». Поэтому интеллектуальное напряжение по разные концы «провода» коммуникации в медиасфере не столь высокое, как в действительности. И специалисты в области аксиологии убеждают, что «философский анализ позволяет показать мнимый характер всякой ценностной поляризации» [11, с. 19].

Любое социально значимое взаимодействие в медиасфере затрагивает *«культурное*

основание исторической динамики общества как результат *личных интерпретаций*, создающих в своих совокупностях определенные социокультурные общности, формирующие своего рода *потоки интерпретации*. Эти потоки интерпретаций по самой своей сути не статичны, но заключают в себе циклическую динамику, возможность выхода за свои пределы. Такая динамика может нести в себе потенциально опасные точки, угрожающие расколом. Фокусы, несущие эти потенциальные угрозы, существуют в разной форме и степени в любой культуре» [12, с. 379].

На характер процесса интерпретаций решающее воздействие оказывает медийная реальность XXI века, образующаяся в процессе коммуникации. Реальность социума разворачивается в социальном пространстве, а это некий упорядоченный континуум социальных общностей, институтов, в котором происходят драмы экономического, политического и культурного взаимодействия людских общностей. В то же время медийная картина взаимодействия сама по себе выступает как некоторая реальность, изменчивая и динамичная, это медийное (письменное, аудиовизуальное, документальное, художественное, рациональное, иррациональное – разное) отражение происходящих в обществе больших и малых перемен, новых и старых идей. Входить в медиасферу значит «разрушать, тревожить мысль <...> только при написании, то есть в ходе типизации мысли в слово, во внешнем образе, может произойти коммуникация» [13, с. 61], которая сопровождает все преобразования глобального культурного пространства. С глобализацией борьба за интерпретацию ценностей вошла в новую, более ожесточенную, чем прежде, фазу. Таково следствие неискоренимой потребности человека изменчивого мира остаться адекватным самому себе. Вот одно из объяснений ренессанса религиозного сознания и активизации социальной функции церкви.

О церкви здесь сказано не случайно. Ценностный анализ медийного взаимодействия – это сердцевина научного проекта, которым в 2012–2013 годах под руководством автора данной

статьи занималась инициативная группа молодых ученых: Н.Л. Иванов, О.В. Корженева, К.Р. Нигматуллина. Исследователи провели анализ публичного дискурса в разных группах российских масс-медиа по поводу состоявшейся в московском храме Христа Спасителя неконформистской акции Pussy Riot (21.02.2012). В качестве базовой была избрана методология аксиологии журналистики, с помощью которой велось измерение ценностного напряжения медиасферы по поводу возбудившего общественность события. Одну из линий напряжения образовала поляриность демонстрируемых в масс-медиа смысловых подходов, выразившихся либо в идейной поддержке церкви, либо в отстаивании принципов секуляризма.

Обратимся к фрагменту исследования, выбрав в нем анализ интернет-порталов, разделенных по идейным позициям, – в той или иной степени поддерживающих церковь (*Народный собор, Православие и мир*) и отстаивающих секулярные принципы (*OpenSpace, Colta.ru*). В оценках акции изданиями либерального крыла сетевых изданий характерен примат политики, за которым следует культурологическое восприятие (77,5 и 17,5 % текстов). И только в оценках 5 % текстов на первом плане оказываются вопросы веры и мировоззрения в качестве важнейших компонентов религии. В выступлениях их оппонентов политическая оценка случившегося в храме Христа Спасителя также превалирует, но не столь значительно (43,5 %), зато религиозная оценка (27,5 %) сопоставима с культурологической (29,0 %).

Таким образом, в информационном пространстве по конкретному эпизоду общественной жизни сошлись два типа мировоззрения – секулярное и досекулярное. Они представлены политической и культурологической оценками, с одной стороны, религиозной – с другой. В либеральных изданиях это выглядит как соотношение: 95,0 % – 5,0 %. В изданиях православной ориентации: 71,0 – 29,0 %. Это означает, что в СМИ религиозное содержание вопроса осталось в тени.

Итог изучения медийного отражения истории с панк-молебном показал, что вопреки

первоначальному предположению акция Pussy Riot не была чрезмерно артикулирована – ни в журнально-газетной периодике, ни в сетевых изданиях, что позволило исследователям остановиться на сплошной выборке публикаций. На фоне эпизодических экстремистских акций фанатиков православно-националистического толка позиция российской прессы в основном оказалась сдержанной – акция Pussy Riot освещалась с разных точек зрения, эмоции через край не перехлестывали, неодобрение публич-

ной выходки сопровождалось сочувствием к осужденным. Публичные призывы к политическому и идейному союзу государства и церкви или, напротив, резкие выступления против церкви не попали в мейнстрим российской журналистики. В целом отдельный дискурс по акции Pussy Riot не сложился, но ее обсуждение усилило интерес медиа к социально-политическим проблемам в их ценностном выражении. Однако при том, что ценностная поляризация не получила своего развития.

Список литературы

1. Клюканов И.Э. Коммуникативный универсум. М., 2010.
2. Панфилова Т.В. Межкультурное взаимодействие: тенденции и перспективы // *Мировая политика: взгляд из будущего: материалы V Конвента РАМИ* / под общ. ред. акад. А.В. Торкунова. М., 2009.
3. Дейк Т. ван. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации: пер. с англ. М., 2013.
4. Жижек С. Чума фантазии: пер. с англ. Харьков, 2014.
5. Кантор К.М. История против прогресса. М., 1992.
6. Назарчук А.В. Идея коммуникации и новые философские понятия XX века // *Вопр. философии*. 2011. № 5. С. 157–166.
7. Барт Р. *Camera Lucida*. Комментарий к фотографии: пер. с фр. М., 2011.
8. Красынь С.Р. Теоретическая экспозиция понятия «онтологические основания коммуникации» // *Миссия интеллектуала в современном обществе: сб. ст.* СПб., 2008.
9. Хабермас Ю. *Расколотый Запад*: пер. с нем. М., 2008.
10. Золотухина Е.В. Бытийность ценностей: современный познавательный поиск // *Ценностный дискурс в науках и теологии*. М., 2009. С. 211–219.
11. Касавин И.Т. Ценности новой цивилизации: основания поиска и их критическая оценка // *Ценностный дискурс в науках и теологии*. М., 2009. С. 9–21.
12. Ахиезер А.С. Социокультурный субъект – перелом на рубеже тысячелетий: презумпция преодоления сложности // *Субъект во времени социального бытия: Историческое выполнение пространственно-временного континуума социальной эволюции* / отв. ред. Э.В. Сайко. М., 2006. С. 377–400.
13. Менегетти А. Система и личность: пер. с итал. М., 2003.

References

1. Klyukanov I.E. *Kommunikativnyy universum* [Communicative Universe]. Moscow, 2010.
2. Panfilova T.V. *Mezhkul'turnoe vzaimodeystvie: tendentsii i perspektivy* [Interculturality: Trends and Prospects]. *Mirovaya politika: vzglyad iz budushchego: materialy V Konventa RAMI* [World Politics: Looking from the Future: Proc. 5th RISA Convent]. Moscow, 2009.
3. Dijk T. van. *Discourse and Power: Contributions to Critical Discourse Studies*. Houndsmills, Palgrave MacMillan, 2008 (Russ. ed.: Deyk Ten van. *Diskurs i vlast'. Rerezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii*. Moscow, 2013).
4. Žižek S. *The Plague of Fantasies*. London, 1997 (Russ. ed.: Zhizhek S. *Chuma fantazii*. Kharkov, 2014).
5. Kantor K.M. *Istoriya protiv progressa* [History versus Progress]. Moscow, 1992.
6. Nazarchuk A.V. *Ideya kommunikatsii i novye filosofskie ponyatiya XX veka* [The Idea of Communication and New Philosophical Concepts of the 20th Century]. *Voprosy filosofii*, 2011, no. 5, pp. 157–166.
7. Barthes R. *La chambre claire: Note sur la photographie*. Paris, 1980. 192 p. (Russ ed.: Bart R. *Camera Lucida. Kommentariy k fotografii*. Moscow, 2011).

8. Krastyn' S.R. Teoreticheskaya ekspozitsiya ponyatiya "ontologicheskie osnovaniya kommunikatsii" [Theoretical Exposition of the Concept of "Ontological Basis of Communication"]. *Missiya intellektuala v sovremennom obshchestve: sb. st.* [An Intellectual's Mission in Modern Society: Collected Papers]. St. Petersburg, 2008.

9. Habermas J. *Der gespaltene Westen. Kleine politische Schriften*. Frankfurt am Main, 2004 (Russ. ed.: Khabermas Yu. *Raskoloty Zapad*. Moscow, 2008).

10. Zolotukhina E.V. Bytynost' tselestey: sovremennyy poznavatel'nyy poisk [The True Essence of Values: A Modern Cognitive Research]. *Tsenostnyy diskurs v naukakh i teologii* [Value Discourse in Science and Theology]. Moscow, 2009, pp. 211–219.

11. Kasavin I.T. Tsenosti novoy tsivilizatsii: osnovaniya poiska i ikh kriticheskaya otsenka [Values of the New Civilization: Basis for Research and Its Critical Assessment]. *Tsenostnyy diskurs v naukakh i teologii* [Value Discourse in Science and Theology]. Moscow, 2009, pp. 9–21.

12. Akhiezer A.S. Sotsiokul'turnyy sub'ekt – perelom na rubezhe tysyacheletiy: prezumptsiya preodoleniya slozhnosti [Sociocultural Subject: A Critical Point at the Turn of the Millennium: Presumption of Overcoming Difficulty]. *Sub'ekt vo vremeni sotsial'nogo bytiya: Istoricheskoe vypolnenie prostranstvenno-vremennogo kontinuumu sotsial'noy evolyutsii* [A Subject at the Time of Social Existence: Historical Performance of the Space-Time Continuum of Social Evolution]. Moscow, 2006, pp. 377–400.

13. Meneghetti A. *Sistema e personalità* (Russ. ed.: Menegetti A. *Sistema i lichnost'*. Moscow, 2003).

Sidorov Viktor Aleksandrovich

Higher School of Journalism and Mass Communications, Saint Petersburg State University (St. Petersburg, Russia)

MEDIA INTERACTION AS A MEETING POINT FOR VALUES

Media interaction in a society is structured and personally expressed; it follows the established communication channels and is organized by problems and meanings. This is one of the mechanisms forming the public sphere which objectively determines and maintains socially significant discourses. The importance of discourses is constantly determined and maintained by their actors. Information interaction in a society is ambivalent: on the one hand, it is institutionally structured and on the other, personally coloured. Social discourses are specific in their inheriting historically developed algorithms/models of forms and methods of formulating issues under discussion. A certain discourse is maintained, an important place being taken by the meanings which were once introduced into it and then have been slowly developing over time. To understand the specificity of media interaction in a society means to reveal/destroy some of the abstraction established in our minds and fettering them. Thus, the paper studies the stratification of journalism and its discourse at the current historical, cultural and epistemological levels. Seeing journalism as a layered object necessitates considering the mediasphere accordingly, as it is there that communication of social institutions takes place, ensuring publicity of social interaction. Publicity has always been a factor stimulating equality of discourse participants but never met the objective. Communicative interaction in a society is understood as a contact of values of different systems, institutions and individuals. A mediasphere is described as having communication dynamics and stratified organization. This is perceived as a media reality which acts as a special dimension of reality in a society, forming relationships of meaning translation and generation between them. In other words, in its own way media reality converts/transforms the reality of a society; that is why the "earthly" and the "media" are never the same and why in the media sphere the semantic tension between the parties of communication is not as high as in reality. Having performed a value analysis of mass media activation as a result of the nonconformist action by Pussy Riot, the author dwells on the nature of media interaction as a meeting point for conflicting values.

Keywords: *journalism axiology, mediasphere, media interaction, communication dynamics.*

Контактная информация:

адрес: 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7/9;

e-mail: vsidorov47@gmail.com