

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования

Журналистика – это социально-коммуникативная система и общественная публичная деятельность по оперативному производству-продуцированию фактологического знания о мире, конституирующая себя с помощью специализированных технических каналов – средств массовой коммуникации. Такое определение представляется фундаментальным для *философии журналистики*¹. В свете оформления данной отрасли философского знания считаем важным раскрыть герменевтический статус журналистики, описать специфический механизм понимания, воссоздания и репрезентации смыслов действительности в журналистском тексте. Причем первоочередного рассмотрения требует *герменевтический подход журналистики в печатных СМИ* (в частности, газетном издании), несущей так называемый *чистый текст* и эксклюзивно, без обращения к техническим ресурсам, предлагающей возможность его «*перечитывания*».

Сегодня «бумажную» прессу нивелируют аудиовизуальные и особенно электронно-сетевые медиа, чьи интерактивные практики направлены на «средний класс» и рассчитаны на активное поставление «пользовательского» контента. Поэтому журналистика в периодической печати оказывается информационным продуктом, *элитарным* с точки зрения содержания предъявляемых сообщений и одновременно *народным* с точки зрения способов его получения и усвоения. Прежде всего она потенциальна сохранять принцип действия системы – *ответственность за достоверность распространяемой информации*. Газетную публикацию – в отличие от транслируемого телевизионного или интернет-текста – нельзя ни экстренно, ни в текущем порядке вытеснить «рекламной паузой», обновить или вовсе заменить.

¹ Подр. см.: Романо К. Нам нужна философия журналистики. URL: <http://www.russ.ru/pole/Nam-nuzhna-filosofiya-zhurnalistiki> (дата обращения: 30.07.2010); Чевозерова Г.В. Философия журналистики // Журналистика в 2004 году: СМИ в многополярном мире: сб. материалов науч.-практ. конф.: в 2 ч. Ч. 2 / редкол.: Я.Н. Засурский [и др.]. М., 2005. С. 268–269.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I.	
ПОНИМАНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО СОЦИАЛЬНЫХ СМЫСЛОВ В ЖУРНАЛИСТИКЕ.....	18
1.1 Метод журналистики: когнитивный и репрезентативный аспекты. Действенно-историческое сознание журналиста.....	18
1.2 Специфика журналистского познания. Понятие медиации.....	27
1.3 Механизм понимания социального действия в журналистике. Ключевые категории исправляющего истолкования.....	39
Выводы по главе.....	53
ГЛАВА II.	
ЭКСПЛИКАЦИЯ И ТРАНСФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ.....	59
2.1 Моделирование социальной действительности в журналистике. Медиамодель как мем.....	59
2.2 Информационная модель в журналистском смыслопроизводстве. Роль журналистских жанров.....	82
2.2.1 Адаптивный характер информационной модели.....	82
2.2.2 Журналистский жанр как способ моделирования социальной действительности.....	97
2.3 Информация и ценность в журналистике. Аксиологические аспекты журналистской деятельности.....	117
Выводы по главе.....	134
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	143
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	160