

УДК 070  
ББК 76.0

DOI: 10.31862/1819-463X-2024-4-70-75

## ПОНЯТИЕ ТВОРЧЕСКОГО СУБЪЕКТИВНОГО ИНТЕРЕСА В ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е. В. Тюнина

**Аннотация.** В статье предлагается обзор трактовок термина «интерес» в разных сферах гуманитарного знания на протяжении истории развития человеческой мысли. Отталкиваясь от существующих толкований, автор выделяет и формулирует понятие творческого субъективного интереса в журналистике; указывает, под влиянием каких факторов он формируется. Творческий интерес осознанно или бессознательно может влиять на выбор и освещение тем в практике СМИ. В статье делается вывод, что творческий субъективный интерес создателей контента следует строго отделять от интереса аудитории, в раскрытии тем желательно ориентироваться именно на второй. В работе использованы методы анализа источников, анализа и синтеза.

**Ключевые слова:** интерес, творческий субъективный интерес, интерес аудитории, журналистика, медиаконтент, онлайн-СМИ.

**Для цитирования:** Тюнина Е. В. Понятие творческого субъективного интереса в журналистской деятельности // Наука и школа. 2024. № 4. С. 70–75. DOI: 10.31862/1819-463X-2024-4-70-75.

### THE CONCEPT OF SUBJECTIVE CREATIVE INTEREST IN JOURNALISTIC ACTIVITY

E. V. Tiunina

**Abstract.** The article offers an overview of the interpretations of the term “interest” in various fields of humanitarian knowledge throughout the history of the development of human thought. Based on existing interpretations, the author identifies and formulates the concept

© Тюнина Е. В., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License  
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

*of creative subjective interest in journalism and indicates the factors under the influence of which it is formed. Creative interest, consciously or unconsciously, can influence the selection and coverage of topics in media practice. The article concludes that the subjective creative interest of content creators should be strictly separated from the interest of the audience; in developing topics, it is advisable to focus on the latter. The work uses methods of source analysis, analysis and synthesis.*

**Keywords:** *interest, subjective creative interest, audience interest, journalism, media content, online media.*

**Cite as:** Tiunina E. V. The concept of subjective creative interest in journalistic activity. *Nauka i shkola*. 2024, No. 4, pp. 70–75. DOI: 10.31862/1819-463X-2024-4-70-75.

**К**лючевым для понимания механизмов взаимодействия аудитории и СМИ, особенностей потребления подаваемой медиа информации и возможностей улучшения медиаконтента с учетом потребностей аудитории является понятие интереса. Журналисту новостного издания в его повседневной работе важно знать, что интересует аудиторию, поэтому следует понимать, что представляет собой интерес, понимать разницу между собственным творческим субъективным интересом и интересом аудитории и в своей работе стараться учитывать последний.

Остановимся на некоторых наиболее важных трактовках понятия интереса в разных областях знаний на протяжении истории человеческой мысли.

Слово «интерес» происходит от латинского выражения *inter esse* – «быть между», «составлять разницу». Первоначально оно относилось к процедурам возмещения убытков в римском праве [1]. Более общее значение слова как чувства выгоды и человеческой склонности к поиску выгоды появилось только в начале XVI в.

Понимание человеческого поведения как движимого главным образом интересом можно найти во многих древних традициях мысли – и религиозных, и светских. Причем формы личного интереса в таких традициях осуждались как греховные и разрушительные для общества, противоречащие религиозным и иным (например, военным) добродетелям [2].

В эпоху Ренессанса движимое интересами человеческое поведение уже ценилось как общественно полезное. Например, в работе «Заметки о делах политических и гражданских» (1512–1530) итальянский историк и политический мыслитель Франческо Гвиччардини (1483–1540) отмечал, что почти во всех людях преобладает «частный интерес»: «Не верьте тем, кто так горячо проповедует свободу, ибо почти все они, а может быть вообще все, думают при этом о частных интересах» [3]. По мнению мыслителя, «одна из самых больших удач, какая может выпасть на долю человека, – это иметь случай показать, что поступки людей, совершаемые для собственного интереса, делались ради общественного блага» [3].

В эпоху Возрождения «интерес» становится как философским, так и политико-правовым понятием [4, с. 164]. Для мыслителей Ренессанса интересы выступают в качестве основного мотива человеческого поведения и единственного реального правила поведения политического. Причем интересы – более устойчивый и надежный побудительный мотив, чем страсти.

Тема и понятие интереса занимали важное место и у мыслителей поздних времен. Например, автор теории личного интереса и родоначальник утилитаризма Клод Адриан Гельвеций (1715–1771) полагал, что на всех этапах исторического

развития общества личные и групповые интересы выступают регуляторами поведения, «единственной и универсальной движущей силой для людей» [5, с. 260]. Гельвеций подошел к выводу о социальной обусловленности интереса: по его словам, «огромное разнообразие взглядов есть результат личного интереса», в свою очередь зависящего от нужд, страстей, наклонностей ума и условий жизни человека, сочетающихся «на тысячи ладов в различных кругах общества» [5, с. 214].

К проблеме интереса обращался и крупнейший философ эпохи Просвещения Иммануил Кант (1724–1804). По Канту, интерес – это то, «благодаря чему разум становится практическим, то есть становится причиной, определяющей волю». Поэтому «только о разумном существе говорят, что оно проявляет к чему-нибудь интерес; существа, лишённые разума, имеют только чувственные побуждения» [6].

В XIX и XX в. понятие интереса все шире начало использоваться в экономических и политэкономических учениях, в психологии, педагогике и социологии.

Психологи и педагоги связывают интерес с познавательной потребностью, считают основой познавательной активности личности и успешного обучения [7].

Так, советский психолог С. Л. Рубинштейн определял интерес как сосредоточенность помыслов на определенном предмете мыслей, «вызывающую стремление ближе ознакомиться с ним, глубже в него проникнуть, не упускать его из поля зрения». Он также разделял интерес, желание и потребность: «Интерес сказывается на направленности внимания, мыслей, помыслов; потребность – во влечениях, желаниях, в воле. Потребность вызывает желание в каком-то смысле обладать предметом, интерес – ознакомиться с ним. Интересы являются поэтому специфическими мотивами культурной и, в частности, познавательной деятельности человека» [8, с. 565].

Советский и российский специалист по педагогике Г. И. Щукина оперировала понятием «познавательный интерес». Согласно Щукиной, познавательный интерес – это «избирательная направленность личности, обращенная к области познания, к ее предметной стороне и самому процессу овладения знаниями» [9, с. 14]. Исследователь выделила три вида такого интереса: ситуативный – периодическое переживание; устойчивый – эмоционально-познавательное отношение к предмету, объектам или определенной деятельности; личностный – направленность личности [10].

О разных видах интереса рассуждает и коллектив современных американских ученых в работе “Interest Matters: The Importance of Promoting Interest in Education”. По их словам, понятие «интерес» может описывать два разных опыта: мгновенный, когда человек «очарован объектом», а также более продолжительное чувство, когда объект доставляет удовольствие и воспринимается как заслуживающий дальнейшего изучения. Исходя из этого наблюдения, авторы определяют интерес как психологическое состояние, характеризующееся повышенным вниманием, испытываемым в определенный момент (ситуативный интерес), а также как устойчивую предрасположенность к повторному увлечению конкретным объектом или темой с течением времени (личностный интерес) [11]. Ситуативный интерес может становиться более устойчивым, перерождаясь в личностный.

Что касается социологии, то, как указал исследователь Д. В. Александров, если в первой половине XX в. эта наука раскрывала содержание интересов через материальное положение, рефлексии, ценностные ориентации человека, его статусные нормативы, то в начале XXI в. оперируют этим понятием для обо-

значения «чистой связи» актуального и потенциального бытия, единства культурной позиции, жизненной истории, разницы в характере потребления и владения информацией [12, с. 58]. Современная социология трактует интерес, с одной стороны, как возможность выбора среди разнообразных возможностей и шансов, а с другой – «как адаптацию субъекта к нестабильным, неопределенным и многозначным реалиям, как механизм приобщения и способ идентификации в многополярном социуме» [12, с. 58].

Обобщая наблюдения, можно утверждать, что в гуманитарных науках интерес относят к эмоциональной сфере личности и понимают как форму проявления познавательной потребности.

Рассмотренные трактовки помогут сформулировать, что такое творческий субъективный интерес, который в журналистике играет важную роль – прежде всего в отборе тем для освещения, в способе их подачи и выделяемых идейных акцентах.

Необходимость отсеивания тем и сюжетов, которые возникают в информационной повестке дня ежеминутно, связана с тем, что даже крупным новостным агентствам с большим штатом сотрудников сложно освещать все заметные события. При выборе и раскрытии тем для публикаций журналисты могут руководствоваться в том числе творческим субъективным интересом.

**Творческий субъективный интерес** мы определяем как личное отношение автора, редактора, издателя СМИ к новостной теме; определенные смыслы, которые создатели контента вкладывают в нее.

Интерес сотрудников СМИ формируется под влиянием многих факторов: их образования, специализации, увлечений, национальности, вероисповедания, идейных взглядов и др. Он может быть осознаваемым, когда автор или редактор целенаправленно предлагает тему публикации, поскольку наиболее компетентен в ней, увлечен ею (либо по другим причинам), так и неосознаваемым, когда инициатор публикаций не задумывается, почему его притягивает тема.

Руководство исключительно собственным творческим интересом в ущерб объективности приводит к тому, что, по наблюдению исследователей, «журналистика стала осознавать свои возможности как силы, способной формировать не только свой сегмент картины мира, но и искусно выдавать его за срез реальности». При этом она скомпрометировала себя как «институт правды», однако «продолжала и продолжает упрямо цепляться за журналистский “факт” как репрезентацию реальности» [13, с. 68].

Конечно, материалы, подготовленные под влиянием творческого субъективного интереса, имеют право на существование. Более того, такой интерес должен в первую очередь определять выбор темы и ее развитие в жанрах аналитической журналистики (расследовании, обзоре, комментарии и т. д.), в художественной публицистике (путевых заметках).

Вместе с тем, скажем, при написании новостной заметки или статьи, которые доминируют среди жанров в электронных СМИ, выбор темы публикации на основе субъективного интереса автора может негативно сказаться на конечном результате – посещаемости ресурса. Потому что есть интерес аудитории [14], отражающий жизненный опыт и взгляды пользователей и проявляющийся в осознанном целенаправленном потреблении информации.

В связи с существованием интереса аудитории, отличного от творческого интереса журналиста, и во избежание переоценки собственной профессиональной интуиции при выборе тем, перед членами коллективов СМИ стоят непростые задачи

измерения и постоянного мониторинга пользовательского интереса, соблюдения правильного баланса между интересом аудитории и творческим субъективным интересом авторов контента, отбора медиаконтента с учетом интереса аудитории. Создание ориентированного на аудиторию контента способствует поддержанию стабильной популярности издания.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Новицкий И. Б., Перетерский И. С.* Римское частное право. М.: Юриспруденция, 1999. URL: [www.booksite.ru/localtxt/rim/skoe/cha/stn/prarimskoe\\_chastn\\_pra/index.htm](http://www.booksite.ru/localtxt/rim/skoe/cha/stn/prarimskoe_chastn_pra/index.htm) (дата обращения: 26.07.2023).
2. *Heilbron J.* Interest: History of the Concept. URL: [https://www.researchgate.net/publication/323838452\\_Interest\\_History\\_of\\_the\\_Concept](https://www.researchgate.net/publication/323838452_Interest_History_of_the_Concept) (дата обращения: 08.01.2023).
3. *Гвиччардини Ф.* Заметки о делах политических и гражданских (Ricordi politici e civili) / пер. с итал. М. С. Фельдштейна; под ред. Г. Д. Муравьевой // Восточная литература. URL: <https://www.vostlit.info/Texts/rus16/Gviccardini/text11.phtml?id=4710> (дата обращения: 26.07.2023).
4. *Азнагулова Г. М.* Понятие «интерес» в философской и политико-правовой мысли эпохи Просвещения // *Lex Russica*. 2016. № 11 (120). С. 162–174.
5. *Гельвеций К. А.* О человеке // Сочинения: в 2 т. М.: Мысль, 1974. Т. 2. 687 с.
6. *Кант И.* Критика чистого разума // Библиотека по философии. URL: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000497> (дата обращения: 26.07.2023).
7. *Безолюк С. П.* Интерес в контексте смыслообразования // Молодой исследователь Дона. 2020. № 5 (26). С. 118–124.
8. *Рубинштейн С. Л.* Основы общей психологии. СПб.: Питер. 2000. 712 с.
9. *Щукина Г. И.* Формирование познавательных интересов учащихся в процессе обучения: учебник для вузов. М.: Учпедгиз, 1962. 342 с.
10. *Щукина Г. И.* Педагогические проблемы формирования познавательных интересов учащихся. М.: Педагогика, 1988. 208 с.
11. *Narackiewicz J. M., Smith J. L., Priniski S. J.* Interest Matters: The Importance of Promoting Interest in Education // *Policy Insights Behav Brain Sci*. 2016 Oct. 3 (2): 220–227. DOI: <https://doi.org/10.1177/2372732216655542>. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5839644/> (дата обращения: 26.07.2023).
12. *Александров Д. В.* Понятие «интерес» в современной западной социологии // Социологические исследования. 2014. № 8. С. 57–66.
13. *Чередниченко В. И.* Принцип объективности в журналистике как научный миф // Вестник КСЭИ. 2018. № 3 (79). С. 67–69.
14. *Тюнина Е. В.* Аудиторный интерес и аудиторная заинтересованность: отличия и проблемы измерения // Наука и школа. 2023. № 6. С. 48–59. DOI: <https://doi.org/10.31862/1819-463X-2023-6-48-59>.

### REFERENCES

1. *Novitskiy I. B., Pereterskiy I. S.* *Rimskoe chastnoe pravo*. Moscow: Yurisprudentsiya, 1999. Available at: [www.booksite.ru/localtxt/rim/skoe/cha/stn/prarimskoe\\_chastn\\_pra/index.htm](http://www.booksite.ru/localtxt/rim/skoe/cha/stn/prarimskoe_chastn_pra/index.htm) (accessed: 26.07.2023).
2. *Heilbron J.* Interest: History of the Concept. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/323838452\\_Interest\\_History\\_of\\_the\\_Concept](https://www.researchgate.net/publication/323838452_Interest_History_of_the_Concept) (accessed: 08.01.2023).

3. Gvichardini F. *Zametki o delakh politicheskikh i grazhdanskikh (Ricordi politici e civili)*. Transl. from Italian M. S. Feldshteyn. Ed. by G. D. Muravyeva. In: Vostochnaya literatura. Available at: <https://www.vostlit.info/Texts/rus16/Gviccardini/text11.phtml?id=4710> (accessed: 26.07.2023). (In Russian)
4. Aznagulova G. M. Ponyatie “interes” v filosofskoy i politiko-pravovoy mysli epokhi Prosveshcheniya. *Lex Russica*. 2016, No. 11 (120), pp. 162–174.
5. Helvétius C. A. O cheloveke. In: *Oeuvre*. In 2 vols. Moscow: Mysl, 1974. Vol. 2. 687 p.
6. Kant I. Kritika chistogo razuma. In: Biblioteka po filosofii. Available at: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000497> (accessed: 26.07.2023). (In Russian)
7. Bezolyuk S. P. Interes v kontekste smysloobrazovaniya. *Molodoy issledovatel Dona*. 2020, No. 5 (26), pp. 118–124.
8. Rubinstein S. L. *Osnovy obshchey psikhologii*. St. Petersburg: Piter. 2000. 712 p.
9. Shchukina G. I. *Formirovanie poznavatelnykh interesov uchashchikhsya v protsesse obucheniya: uchebnik dlya vuzov*. Moscow: Uchpedgiz, 1962. 342 p.
10. Shchukina G. I. *Pedagogicheskie problemy formirovaniya poznavatelnykh interesov uchashchikhsya*. Moscow: Pedagogika, 1988. 208 p.
11. Harackiewicz J. M., Smith J. L., Priniski S. J. Interest Matters: The Importance of Promoting Interest in Education. *Policy Insights Behav Brain Sci*. 2016 Oct. 3 (2): 220–227. DOI: <https://doi.org/10.1177/2372732216655542>. Available at: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5839644/> (accessed: 26.07.2023).
12. Aleksandrov D. V. Ponyatie “interes” v sovremennoy zapadnoy sotsiologii. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2014, No. 8, pp. 57–66.
13. Cherednichenko V. I. Printsip obyektivnosti v zhurnalistike kak nauchnyy mif. *Vestnik KSEI*. 2018, No. 3 (79), pp. 67–69.
14. Tiunina E. V. Auditornyy interes i auditornaya zainteresovannost: otlichiya i problemy izmereniya. *Nauka i shkola*. 2023, No. 6, pp. 48–59. DOI: <https://doi.org/10.31862/1819-463X-2023-6-48-59>.

---

**Тюнина Екатерина Владимировна**, начальник отдела продвижения контента, Мультимедийный информационный центр «Известия», г. Москва

**e-mail: e.tiunina@iz.ru**

**Tiunina Ekaterina V.**, head of content promotion department, Izvestia Multimedia Information Center, Moscow

**e-mail: e.tiunina@iz.ru**

*Статья поступила в редакцию 12.02.2024*

*The article was received on 12.02.2024*