

# ИЗВЕСТИЯ

Уральского государственного

УНИВЕРСИТЕТА



ЕКАТЕРИНБУРГ

# ИЗВЕСТИЯ УРАЛЬСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

---

## ОБЩЕСТВЕННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

- В. В. Алексеев**, акад. РАН  
(Екатеринбург)
- А. Е. Аникин**, чл.-корр. РАН  
(Новосибирск)
- Д. Беннер**, проф. (Берлин)
- Дж. Боулт**, проф. (Лос-Анджелес)
- С. В. Гольнец**, акад. РАН  
(Екатеринбург)
- А. В. Головнев**, чл.-корр. РАН  
(Екатеринбург)
- К. Н. Любутин**, докт. филос. наук  
(Екатеринбург)
- М. Перри**, проф. (Бирмингем,  
Великобритания)
- А. В. Перцев**, докт. филос. наук  
(Екатеринбург)
- Ю. С. Пивоваров**, акад. РАН  
(Москва)
- Х. Рюсс**, проф. (Мюнстер)
- В. В. Тулупов**, докт. филол. наук  
(Воронеж)
- А. В. Черноухов**, докт. ист. наук  
(Екатеринбург)

## РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

- Председатель  
**Д. В. Бугров**, ректор УрГУ
- Заместители председателя
- А. О. Иванов**,  
проректор по научной работе
- С. А. Рогожин**,  
проректор по учебной работе
- А. В. Подчиненов**,  
директор издательско-  
полиграфического  
центра «Издательство УрГУ»
- Члены редакционного совета
- Л. М. Макушин**,  
докт. ист. наук,  
гл. редактор серии 1  
«Проблемы образования,  
науки и культуры»
- Л. С. Соболева**,  
докт. филол. наук,  
гл. редактор серии 2  
«Гуманитарные науки»
- Н. В. Суслов**,  
канд. филос. наук,  
гл. редактор серии 3  
«Общественные науки»

2011  
№ 2 (89)

**Серия 1  
ПРОБЛЕМЫ  
ОБРАЗОВАНИЯ,  
НАУКИ И КУЛЬТУРЫ**

---

СЕРИЯ ОСНОВАНА  
В 1995 ГОДУ

ВЫХОДИТ  
ЧЕТЫРЕ РАЗА В ГОД

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ СЕРИИ

Главный редактор

**Л. М. Макушин**

Ответственный секретарь

**Л. А. Хухарева**

Члены редколлегии

**В. М. Амиров**

(ответственный за выпуск)

**Л. П. Быков**

**Т. А. Галеева**

**В. Д. Камынин**

**Б. Н. Лозовский**

**Ю. Л. Мандрика**

**В. И. Михайленко**

**А. Г. Нестеров**

**Л. Г. Попова**

**Л. Л. Рыбцова**

**А. П. Чудинов**

Журнал «Известия Уральского государственного университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры»

- зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-23103 от 10 октября 2005 г.
- зарегистрирован Международным центром стандартной нумерации сериальных изданий (International Standart Serial Numbering – ISSN) 3 июля 2007 г. с присвоением международного стандартного номера ISSN 1817–7158
- включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук в соответствии с рекомендациями экспертных советов по **педагогическим наукам, психологии, филологии, культурологии, истории и социологии** Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки РФ
- включен в объединенный каталог «Пресса России». Индекс 82410
- материалы журнала включены в информационную систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) Российской универсальной научной электронной библиотеки. Полнотекстовая версия журнала размещается на сайте Уральского государственного университета: [www.usu.ru](http://www.usu.ru)

## СОДЕРЖАНИЕ

75 ЛЕТ ЖУРНАЛИСТСКОМУ ОБРАЗОВАНИЮ НА УРАЛЕ	
<i>Лозовский Б. Н.</i> Российские СМИ: портфель заказов на модернизацию ....	7
<i>Ковалева М. М.</i> Понятие «журналистика» как миф .....	13
<i>Малахеев И. В.</i> «Слово свое не считая товаром...» .....	18
<i>Олешко В. Ф.</i> Проверка классикой .....	28
<i>Попова М. Ф.</i> Как из юшек вырастают журналисты: принципы и технологии довузовского журналистского образования .....	38
<i>Доможиров В. И.</i> Юнкоровское дело отряда «Каравелла» .....	46
<i>Стровский Д. Л.</i> Информационная политика редакции: к вопросу теоретического обоснования .....	53
<i>Бурмистров Г. В.</i> Выпускники журфака УрГУ в политике .....	61
<i>Мясникова М. А.</i> Телевизионный синкретизм как научная и педагогическая проблема .....	69
<i>Чепкина Э. В., Енина Л. В.</i> Журналистский дискурс: анализ практик .....	76
<i>Амиров В. М.</i> Журналистика переднего края .....	85
<i>Олешко Е. В.</i> Журналистика и культура: модели взаимодействия и реализации .....	91
<i>Челякин Ю. В.</i> Проблемы изучения и преподавания современной российской корпоративной прессы .....	98
<i>Лебедева С. В.</i> Школьная самодеятельная пресса: опыт типологического анализа .....	105
<i>Булатова Э. В.</i> К вопросу о типологических и структурных параметрах дискурса .....	111
<i>Ильина О. В.</i> Прототипическая схема как способ структурирования стереотипного содержания в СМИ .....	117
<i>Голоусова Е. С.</i> Анализ творческой деятельности зарубежных журналистов: специфика освещения событий в России зарубежными журналистами в 2010 г. ....	128
<i>Каблуков Е. В.</i> Специфика редактирования законопроектов в парламентском дискурсе .....	133
<i>Сойнова А. А.</i> Способы характеристики политических субъектов в журналистских программах на радио .....	143
<i>Асташова О. И.</i> «Дневник губернатора» с Н. Ю. Белых: опыт речевого портретирования регионального политика .....	151
<i>Пургин Ю. П.</i> Трансформация региональных печатных СМИ в условиях изменения коммуникативной парадигмы массовой информации .....	158
<i>Исхаков Р. Л. Е. Я.</i> Багреев как основатель уральской научной школы журналистики .....	165
ПСИХОЛОГИЯ	
<i>Вопнерук Е. А., Минаева Н. С.</i> Установки на изменение и сохранение как основа типологии личности .....	173
<i>Кошкарров В. С., Трошунин А. В.</i> Оценка проявлений эмоциональных, волевых поведенческих качеств у сотрудников МЧС России в стрессовых и экстремальных ситуациях .....	180
<i>Кузьмина О. В.</i> Разработка и стандартизация методики «Временная компетентность личности» .....	186
<i>Машкова А. С.</i> Формирование модели компетенций для руководителей среднего звена на основе организации опытно-экспериментальной работы .....	197

---

<i>Стрижова Е. Н., Лупандин В. И.</i> Представления о любви у мужчин и женщин разного возраста. Существует ли конфликт поколений? ..... 207	<i>Балашова Ю. Б.</i> Поэтика альманаха-календаря как издания универсального типа ..... 229
<i>Юртаева М. Н.</i> Эффекты когнитивных стилей на проявление личностных характеристик толерантности к неопределенности ..... 214	<i>Мухаметов Р. С., Лямзин А. В.</i> Энергетические проекты РФ и КНР в странах Центральной Евразии ..... 234
MEMORIA	
В ЛАБОРАТОРИИ УЧЕНОГО	<i>Леонид Михайлович Макушин</i> ..... 241
<i>Амбарова П. А.</i> Культурная вариативность «социальных часов». Начало жизненного пути ..... 220	

## 75 ЛЕТ ЖУРНАЛИСТСКОМУ ОБРАЗОВАНИЮ НА УРАЛЕ

УДК 070.42 + 378.016 + 070.11

Б. Н. Лозовский

### РОССИЙСКИЕ СМИ: ПОРТФЕЛЬ ЗАКАЗОВ НА МОДЕРНИЗАЦИЮ

Рассматриваются теоретические и практические проблемы трансформации российских СМИ в период смены социально-экономических условий, их влияние на журналистское образование.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** модернизация, заказ, медиабизнес, медиаменеджмент, власть, информационное сопровождение, профессиональная этика, журналистское образование.

В интервью студентке шеф-редактор ежедневной газеты сказал: *«Надо так выстроить материал, чтобы никто и не додумался о том, что это — заказ»*. Телеменеджер, рассказывая пятикурсникам о текущем моменте в современных СМИ, сформулировал задачу: *«Создавать впечатление независимых новостей»*. Штатный сотрудник периодического издания снизил пафос рассуждений о миссии журналистики до предела: *«Я считаю, что сегодня фраза насчет профессиональных обязанностей журналиста перед обществом — по большей части из области теории. По-моему, сегодня журналист профессионально выполняет чей-то заказ. Не более и не менее. Делает качественный, покупаемый продукт. Актуальный, и в срок. А рассуждать о судьбах страны и с пафосом думать, что таким образом можешь что-то реально изменить — пустое дело»*.

За этими разведенными по времени суждениями отчетливо проступает определенная ментальная конструкция, господствующий дискурс, само собой разумеющаяся для многих современных работников медиа профессиональная установка. Она не вполне совпадает с установкой той части общества, которая

---

ЛОЗОВСКИЙ Борис Николаевич — кандидат филологических наук, профессор, декан факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: Boris.Lofovsky@usu.ru).

© Лозовский Б. Н., 2011

ждет от СМИ правды в собственном значении этого слова, а под «заказом» понимает: убийство репутации, promotion чего-либо и кого-либо, позитивное (негативное) информационное сопровождение бизнеса, «расправу» с политическими или бизнес-оппонентами, решение проблем маркетинга, указания власти — список стремится к бесконечности. Концепт «заказная журналистика» используется, как правило, в негативном контексте, тогда как лексическая единица «заказ» сама по себе может обладать иными коннотациями. Поиск решения серьезной общественной проблемы, желание людей разобраться в мире текущих и вечных ценностей, их потребность в разумном, добром и вечном, желание научиться «сделать, вырастить, приготовить, вылечить, построить, сшить, переработать своими руками» — не что иное, как самый настоящий *заказ*. Многообразие смыслов, вкладываемых в этот термин применительно к медиа, заставляет внимательнее, подробнее и без публицистической истерики рассмотреть этот феномен в более широком контексте.

Свобода слова российских СМИ в последние двадцать лет реализовывалась неодинаково в различных социально-политических и экономических условиях. Конец восьмидесятых и начало девяностых прошлого века — едва ли не лучшее для нее время в истории России. Середина девяностых — стремительный дрейф массмедиа в сторону одной политической силы — Ельцина и его команды, против Зюганова и коммунистов. Нулевые годы — принуждение и последующее приспособление к сложившейся политической конъюнктуре.

В итоге страна получила специфический набор СМИ с различными представлениями об их общественной миссии, о стандартах «профессионально правильного» поведения их работников.

**Первую группу** представляют те, учредителями (владельцами) которых выступают органы власти различных уровней, от федерального до муниципального. В них свобода выражения мнений жестко регламентирована, а исполнение «заказа» сурово контролируется уполномоченными лицами. «Свободно творить в рамках разрешенного!» — «взятая за основу» творческая парадигма. Предельную до абсурда ситуацию описал журналист муниципального телеканала: *«Не по себе становится, когда приходится рассказывать хорошие новости, там же на месте их придумывая, когда рядом с тобой много людей, у которых горе случилось. Они с ненавистью смотрят на тебя, а у нас работа такая... Так вот недавно одна бабушка на колени перед нами встала и умоляла правду показать в эфире, а мы что можем сделать?.. Кстати, буквально на днях снимали репортаж о том, что безработицы у нас нет»*. Менее безысходным вариантам исполнения заказа от власти несть числа.

**Вторую группу** составляют многочисленные СМИ, принадлежащие предприятиям, компаниям и получившие название «корпоративных». В этом случае «заказ» определяется «военным образом» — командами администрации. Директор тепловозоремонтного завода в Перми на вопрос: *«Как у вас строятся взаимоотношения с редактором газеты?»* — с очевидным недоумением ответил: *«А как они могут строиться между начальником и подчиненным?»* Ответ подразумевается по умолчанию.



**Третья группа** — подчеркнуто оппозиционные издания типа «Завтра», «Советская Россия», «Новая газета», «The New Times» и некоторые другие, в том числе и региональные, например «Пермский наблюдатель». Их «заказ» формулируется мнением определенной части общества, имеющей широкий набор претензий к действующей власти. По мнению некоторых аналитиков, эти медиа существуют для оправдания российского политического топ-менеджмента перед Западом.

Однако наибольший интерес представляет **четвертая группа** СМИ, менеджмент которых рассматривает медиа как бизнес-предприятия, а не только и даже не столько как средства массовой информации.

Это обстоятельство следовало бы обозначить «тектоническим» сдвигом в области представлений о роли и миссии средств массовой информации. От прессы как «орудия социалистического строительства», «приводного ремня партии» — к средствам массовой информации как «институту демократии», «элементу гражданского общества». Широкой популярности последние два фрейма в российском обществе не получили в силу господствующей ментальности, признающей за СМИ преимущественно инструментальную функцию. Однако нынешний медиаменеджмент определил свой подход: «СМИ — это бизнес». Простые наблюдения показывают: средства массовой информации действительно становятся отдельной отраслью народного хозяйства, правда, не получившей еще нормативного статуса, однако со своим все более заметным вкладом в экономику страны. По данным руководителя Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. Сеславинского, СМИ России производят около 2 % ВВП.

Если принять эту относительно новую для российских СМИ парадигму за фактическое положение дел, то увидим существенные изменения.

Во-первых, выстраиваются по-иному отношения с властью. Продвинутые руководители экономически самостоятельных СМИ, со своими бюджетами, считают, что мирное сосуществование с властью — залог успешного бизнеса. В этом случае они и определяют контент. Аргумент моего собеседника, нередко оппонента, успешного медийного менеджера: *«Как только ты приходишь до глубокой мысли, что бизнес на СМИ — это такой же бизнес, как, предположим, строительный, все мгновенно встает на свои места. Вопрос нравственного выбора: быть или не быть в оппозиции к власти, переходит в вопрос технологический: трения с властью — это технологический риск, который следует технологично, т. е. системно, нейтрализовать».*

Во-вторых, интересы бизнеса нередко приводят к «информационному рэкету». Например, часть информационных агентств работают с корпорациями, банками, торговыми предприятиями, склоняя их к «информационному сотрудничеству». Последнее представляет собой не что иное, как предложение перечислить на счет редакции оговоренную сумму, за что в течение определенного периода публикуются «положительные» материалы о деятельности оплатившего услуги клиента. В противном случае отказавшийся от такого «сопровождения» субъект получает сполна всю негативную информацию о своих «достижениях», что не может сказаться на его деловой репутации. Профессионально-этические

нормы при этом теряют свою значимость. В качестве одного из следствий — суждение четверокурсника перед сдачей экзамена по этике (не профессиональной): *«Чем больше этики в работе журналиста, тем меньше его зарплата»*.

В-третьих, существенно повышаются требования к труду журналиста, он становится значительно более интенсивным, производительным, требуется свободное владение новыми информационными технологиями. К этому следует добавить сокращение штатов, последовавшее вслед за мировым финансовым кризисом и увеличившее нагрузку на каждого отдельного работника. Во многих изданиях работают «универсальные» или «конвергентные» журналисты, словом — «и швец, и жнец, и на дуде игрец». Одновременно появляется и «бизнес-цензура», заставляющая журналиста учитывать интересы газеты, канала, станции как предприятия со всеми вытекающими из этого последствиями для контента.

В-четвертых, аудитория СМИ превращается в товар, который продается политикам, рекламодателям, акционерам. *«Если ты на рынке — значит, ты умеешь производить аудиторию. Не умеешь? Свободен»* — ремарка одного из современных медиаменеджеров. От претендующих на вакансии в коммерческие СМИ требуются навыки маркетинга и позиционирования на медиарынке. У тех, кто привык уповать на дотации государства и муниципалитетов, перспективы невнятные.

В-пятых, журналист готовит не заметку, репортаж, статью или сюжет, а продукт, который должен быть продан, точнее — куплен аудиторией. «Разумное, доброе, вечное» появляется лишь там и тогда, где и когда на него есть спрос. То обстоятельство, что во всем мире борются с недобросовестными производителями, чтобы обезопасить потребителя, пока не очень беспокоит.

В-шестых, меняется суть конкуренции, СМИ не только конкурируют друг с другом, но все чаще — с турагентствами, кино, театром, Интернетом, общественными объединениями, ночными клубами, торговыми центрами и т. п. за свободное время людей. Чтобы они потратили его на медийный контент. При этом все большее количество СМИ стремительно дрейфуют в направлении entertainment, видя в этом исполнение заказа от аудитории.

В-седьмых, «заказ» получил повсеместное распространение как медийная форма репрезентации интересов субъекта политической или экономической деятельности. В некоторых СМИ он занимает более трех четвертей площади издания. *«Нам удалось отстоять перед собственником первую полосу для журналистских материалов»*, — не без гордости произнесла молодая редактор делового издания. На остальных — размещение «договорных» текстов. «Информационное сопровождение» банков, торговых предприятий, финансово-промышленных групп для информационных агентств стало главным источником доходов. *«А кому, собственно, от этого плохо?»* — задала риторический вопрос преподавательница дисциплины «Связи с общественностью». И действительно, кому? Олег Дерипаска в одном из интервью признался, что успех компании на 40 % зависит от GR, т. е. выстраивания отношений с правительством и органами власти, на 40 % — от PR, т. е. выстраивания отношений с общественностью, и только на 20 % — от собственно организации и ведения бизнеса. Все участники этих процессов получают свое, в том числе и СМИ.

В то же время «заказ», по мнению наиболее радикальных критиков СМИ, приводит к «вымыванию» журналистики как таковой, существенному снижению доверия к ее работникам, развитию коррупции в медийной отрасли, к манипулированию журналистами, лишению аудитории права на соответствующую действительности информацию. И с этим трудно не согласиться.

Но здесь начинается самое интересное. Если изъять из практики «заказные» материалы, «информационное сопровождение», то СМИ рухнут на следующий день — так считает большинство руководителей медиа с самостоятельной экономикой. Предприятие, у которого нет заказов, санируется, банкротится и закрывается.

Средства массовой информации исключения не составляют. Вполне объяснимое желание остаться на информационном рынке меняет приоритеты и саму журналистику в том числе. В этих условиях сформулировать «заказ» журналистскому образованию, поскольку претензии к высшей школе поступают периодически, — задача не тривиальная.

Факультет журналистики не есть монолитное по профессиональным убеждениям сообщество преподавателей. Набор личностей, проповедующих «свою» журналистику, почти адекватен списку представлений, существующих в современных СМИ: от «коммуникатора» до «публициста» и «сеющего разумное, доброе, вечное». Более того, у определенной части педагогов, к коим относился известное время и автор статьи, сохраняется нечто вроде фундаментализма в понимании роли СМИ и журналистики. Один из признаков его заметен тогда, когда диспутанты рассуждают о «конце классической русской журналистики», измеряя современную жизнь лекалами прошлого. Уже упомянутый оппонент написал:

Журналистика, по которой мы плачем, была абсолютно стопроцентно партийной... Но как только из-под нас вытащили партийную идеологическую основу — разумеется, это произошло не сразу и не вдруг, — и великая журналистика (я без шуток!) расплылась по швам, как сам великий Советский Союз. На месте партийной морали образовался вакуум, и канули в небытие гениальные эпосы «под Аграновского» о замечательных советских людях, «делать жизнь с кого»... Еще две базовые ипостаси «той журналистики» — статусность ее и действенность. «Вот раньше газета выступит, и...» Да, если говорить о «раньше», то, действительно, в бытность мою собкором одной из «цековских» газет мой региональный статус был таков, что сам Иван Александрович Хлестаков был на моем фоне вроде ученика воскресной школы. Прямой доступ к телам уровня первого секретаря обкома (нынешний губернатор), начальника отраслевого главка (сейчас соответствует олигарху) обеспечивался звонком с домашнего телефона. Жалею ли я о том времени? Еще как! Особенно не хватает вытянувшегося в струнку гаишника, когда летишь мимо него на черной обкомовской «Волге», вкуса настоящей докторской колбасы из спецбуфета — наши буржуи делать ее так и не научились... Но хочу ли я возврата того времени? Ни за что!

Текущие процессы на информационном рынке, во-первых, заставляют признать: свобода печати — ценность, которую принимают и разделяют не все. И отнюдь не только власти. Простое наблюдение: количество просмотров и комментариев на публикацию автора по поводу ангажированности СМИ на портале E1.ru оказалось в два раза меньше, чем у буддийского ламы, и почти

в четыре раз меньше, чем у врача-диетолога. Опросы Левада-центра свидетельствуют о том же: положение со СМИ и внутри них интересует опрашиваемое население в последнюю очередь. Исследование «Порядок или демократия?», проведенное в декабре 2010 г., показало, что 56 % опрошенных россиян предпочли демократии порядок, «даже если для его достижения придется пойти на некоторые нарушения демократических принципов и ограничения личных свобод».

Во-вторых, не следует, видимо, чересчур обольщаться тем, что журналистику, как вид определенного контента, ждут и готовы платить за нее. Не все и не везде. Ее надобность нужно доказывать ежедневно. И не только высоким качеством содержания, что само собой подразумевается, но и эффективной работой СМИ как предприятия, позволяющей эту самую журналистскую составляющую презентовать аудитории.

В-третьих, следует согласиться с утверждением, что журналистика не есть нечто раз и навсегда данное, что ее место и роль в обществе незыблемы. Она изменяется, но этот факт не может быть основанием для тотальной критики всего того, что демонстрирует новая журналистика. Американский журналист и философ Карлин Романо в «Русском журнале» предлагает ввести на факультетах журналистики США курс под названием «Сравнительная журналистика», предполагая, что американская модель не есть образец для всех. Расширяя возможности применения компаративистики, добавим: кросскультурные исследования предполагают не только изучение журналистики в разных странах, но и внутри одного государства. Различные подходы к одному и тому же занятию — сбору, обработке и распространению информации в одной отдельно взятой стране, в один и тот же период времени — задача не только увлекательная, но и совершенно необходимая для образования. В противном случае выпускнику журфака предложат пройти профилактический «ремонт» в том СМИ, куда он придет устраиваться на работу.

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 070.01 + 002.52

**М. М. Ковалева****ПОНЯТИЕ «ЖУРНАЛИСТИКА» КАК МИФ**

Рассматривается современное состояние научных исследований в области журналистики. По мнению автора, оно может быть охарактеризовано как мифология, т. е. стадия изучения, предшествующая научному анализу на основе понятийного аппарата, соответствующего специфике данного вида массово-информационной деятельности.

**Ключевые слова:** методология, мифология, журналистика как научное понятие, информация.

Слово «миф» в данной публикации употребляется не в контексте экспрессивно окрашенной лексики, а как определенное понятие, бытующее в философской, филологической и исторической науке, т. е. в пограничных с журналистикой областях гуманитарных исследований. По мнению автора, оно применимо также к изучению исторического опыта, закономерностей и специфики функционирования журналистики в обществе в различные отрезки времени.

История журналистики как учебная дисциплина и научное направление сформировалась в прошлом веке и имела определенный теоретический фундамент в виде разработанной В. И. Лениным концепции развития в соответствии с этапами освободительного движения, содержанием демократических идей как основы революционного процесса. Существовали принятые в профессиональном сообществе определения основных понятий — сама журналистика, ее принципы, функции и т. д. Современное состояние журналистики в России ставит перед историками принципиально новые вопросы, от которых зависит содержание и качество университетского образования. В настоящее время, по моему мнению, самой актуальной (и даже болезненной!) является проблема согласованности теоретического знания о журналистике с концептуальными основаниями исторических профессиональных дисциплин.

Историю можно изучать и преподавать по-разному. Один вариант — стремиться к воссозданию максимально полной картины развития СМИ, сообщая сведения если не обо всех, то хотя бы о ведущих изданиях прошлого. Но тогда встанет вопрос: а на каких основаниях их выделять? По идейному содержанию, по типам? Как определить потом компетенции и компетентность студентов в соответствии с требованиями нового образовательного стандарта? Другой вариант — излагать историю профессии, т. е. опираться на систему понятий, присущих только этому виду деятельности.

По моему глубокому убеждению, единственным основанием всех дисциплин профессиональной подготовки журналиста может быть теория предмета,

---

КОВАЛЕВА Маргарита Михайловна — доктор филологических наук, профессор, завкафедрой истории журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: MMKovaleva@yandex.ru).

© Ковалева М. М., 2011

т. е. самой журналистики, как определенного (и определяемого!) вида массово-информационной деятельности. В каком состоянии находятся современные представления о журналистике — вопрос далеко не праздный, и он становится все более острым под угрозой растворения в сфере взаимодействия с бурно развивающимися рекламой и пиаром. Необходимость теории журналистики, создания соответствующего понятийного аппарата, кажется, осознается в профессиональном сообществе. С. Г. Корконосенко в статье «Движение в терминологическом аппарате теории журналистики» проанализировал сложившееся в настоящее время понятие о прессе с точки зрения «общенаучного терминологического фонда», с точки зрения смежных дисциплин и склонен рассматривать журналистику как особую форму познания. Нельзя не согласиться с его выводом, что «одному специалисту, даже обладающему универсальной эрудицией, не удастся в полной мере решить задачу построения терминологической системы» и присоединиться к предложению поставить эту проблему в центр регулярных научных дискуссий [2, 15, 18].

В своих суждениях автор данной публикации исходит из того, что научное знание о журналистике находится на начальном этапе, и это естественно, если учесть что сама профессия в России определилась по историческим меркам совсем недавно — в 30-х гг. XIX в., а современное состояние научного знания о ней может быть охарактеризовано как миф, мифология.

Теория мифа была разработана выдающимся отечественным мыслителем А. Ф. Лосевым, лекции которого мне довелось слушать, а труды по сей день привлекают внимание многих исследователей. В работе «Диалектика мифа» ученый рассматривал миф не как противоположность науке, а как начальный этап познания, запечатленный в слове. «Миф, — писал он, — не гипотетическая, но фактическая реальность, не функция, но результат... не возможность, но действительность, и притом жизненно и конкретно ощутимая, творимая и существующая [3, 425]. По А. Ф. Лосеву, миф предшествует науке, а реально существующая, т. е. характерная для конкретной исторической эпохи, наука «всегда так или иначе мифологична». Сущность ее заключается в том, «чтобы поставить гипотезу и заменить ее другой, более совершенной, если на то есть основания» [Там же, 407]. Таким основанием является практика.

Констатация того факта, что наука о журналистике находится на начальном этапе своего существования, основана на том, что по времени она является самой молодой отраслью гуманитарного цикла. Моложе ее, кажется, только отечественная политология, которая не существовала в советское и дореволюционное время в отличие от журналистики, наука о которой сложилась в XX в. как учение о партийно-советской печати. Если принять за основу мысль А. Ф. Лосева, что задача науки — создание гипотезы, наличие строгой аргументации и понятийного аппарата, то следует признать, что предыдущая, ленинская, гипотеза не соответствует современной исторической практике и должна быть заменена новой.

В этой связи будет уместным дать небольшую ретроспективу того, как в каждом из трех столетий истории профессии складывались представления о журналистике, и вспомнить замечательную работу А. И. Станько «Становление теоретических знаний о периодической печати в России (XVIII в. — 60-е гг. XIX в.)»,

опубликованную в 1986 г., где была представлена своеобразная «история теории» журналистики, которая не утратила своего значения и в изменившихся условиях современной России.

Начало теоретического осмысления отечественной журналистики относится к 30–40-м гг. XIX в. Именно в этот период журналистика становится профессиональной деятельностью. Н. А. Полевой, А. С. Пушкин, В. Г. Белинский сформулировали основные характеристики нового типа «словесности». Журнал — зеркало жизни общества. Журналист — не только «разносчик новостей», но и «колонновожатый», считал Н. Полевой. «Сословием людей государственных» называл журналистов А. С. Пушкин. В. Г. Белинский поставил проблему «журнал и читатель» и настаивал на том, что всякое издание обязано иметь свой образ мыслей, свое направление. О «тенденциозности», т. е. наличии идейной позиции, писал М. Е. Салтыков-Щедрин. Умение понять «запросы времени», потребности читателя, служить обществу Н. Г. Чернышевский считал первым долгом журналиста. Основная традиция отечественной журналистики — отдавать приоритет мнению, а не факту.

В следующий век журналистика входила, по словам известного дореволюционного исследователя, как «орган мышления народа» [4, 3].

Наследие отечественной демократической мысли было полностью использовано В. И. Лениным в теории партийно-советской печати «нового типа», функции которой определялись как пропагандистские, агитаторские и организаторские.

Если подвести итог, то с известной долей абстракции XIX в. обозначил журналистику как сферу общественного служения, как средство просвещения и воспитания. Оно, соответственно, стало фундаментальным основанием журналистского образования, а дисциплина «теория и практика партийно-советской печати» — базовым курсом.

Рубеж XX–XXI вв. для России стал временем революционных изменений общественного строя, государственности, смены культурных приоритетов и традиций, конституционно закрепив отмену всякой идеологии. В обиход вошли новые термины — реформы, рынок, демократия. Новые технологии обеспечили практически неограниченный доступ к информации, была отменена предварительная цензура и т. д.

Потеряв государственное финансирование, советская журналистика бодро шагнула на рынок, где, как известно, все покупается... Два десятилетия существования в новых условиях, когда Интернет, реклама, пиар активно наступают на журналистику, позволяют даже предположить возможность ее кончины. Пять лет назад автор данной статьи констатировала «конец классической русской журналистики», но это не означает, что она не выживет в пространстве российской культурной традиции. Потому что традиция не умирает, ее нельзя отменить, какое-то время ее можно не замечать, но она непременно даст о себе знать — и на практике и в теории.

Вернемся к понятийному аппарату. В профессиональном обиходе термины «журналистика», «СМИ», «массмедиа» чаще всего употребляются в одном синонимическом ряду, где каждый из них имеет свое толкование.

В советское время журналистика была единственным *средством* информирования. Это средство находилось в руках власти, под диктатом партийной идеологии. Сейчас средство используется различными структурами по-разному: та же реклама может так называться. Общее понятие «массмедиа» также применимо ко всем типам информационной деятельности. Что касается определения журналистики, то большинство исследователей рассматривает ее как вид общественной и творческой деятельности по сбору, обработке и распространению информации. Далее в определениях могут быть разночтения. Какой информации? — Социальной. С какой целью? — С целью формирования общественного мнения. Что такое общественное мнение? — Нет ответа. А реклама и пиар не распространяют социально значимую информацию? — В данном варианте определения нет ответа, хотя ясно, что он утвердительный.

Очевидно, что всякое определение корректно, если в нем присутствуют смысловые элементы, не применимые к другим понятиям. Попробуем размышлять. В любой отрасли научного знания — гуманитарной, технической, медицинской существуют общенаучные понятия. Применительно к нашей профессии чаще всего используется термин «деятельность» как философская категория. Чем оперирует журналистика? Что лежит в основе всякой информации? Конечно же, конкретные факты, явления и события. Информация — это фиксация знания о них в определенных формах: вербальных, образных, графических и т. д.

Любая информация, существующая в печатном, аудиовизуальном виде и в интернет-пространстве, обладает набором устойчивых характеристик. Наиболее репрезентативными среди них являются также такие параметры, как объем (полная или неполная), характер (позитивная или негативная), качество (достоверная, т. е. объективная, или односторонняя и лживая). Все эти показатели легко просчитываются на уровне как одного текста, так и в целом любого СМИ и могут существенно дополнить метод контент-анализа, широко используемого в исследованиях журналистского процесса.

Информация о фактах и событиях, происходящих в обществе, — универсальный материал для любых видов массово-информационной деятельности: журналистики, пиара, рекламы. Все они заняты сбором, распространением информации, но методы работы — разные для каждого из них. Таким образом, картина получается следующая: журналистика фиксирует и анализирует факты реальной жизни людей в новостных или аналитических текстах, она основана на принципах непредвзятости, достоверности, полноты информации. PR-деятельность не претендует на эти качества, она нередко провоцирует, а иногда и создает факт, информация о котором используется для создания того или иного имиджа. Реклама оперирует только той информацией, которая способствует коммерческой выгоде.

Автор данной статьи не дает собственной формулировки понятия, основанного на термине «деятельность», так как убежден, что журналистику можно рассматривать и как форму общественного сознания, и как способ познания социальной действительности. Но есть полная уверенность в том, что обязательно требуется определить присущие только журналистике структурные при-



знаки. Таковыми, на мой взгляд, являются достоверность, аргументированный анализ (осмысление) факта на основе выраженной авторской позиции.

Остается надеяться, что коллективными усилиями теория журналистики будет описана с терминологической ясностью, а пока в ее отсутствие бытует миф, который «всегда чрезвычайно практичен, всегда эмоционален, эффективен, жизненен» [3, 40].

В заключение хотелось бы обратиться еще к одному реально существующему мифу — празднику в честь дня рождения российской журналистики, отмечаемому 13 января. Увы, но в этот день ничего, что было бы связано с историей профессии, не происходило. Чтобы дата не носила приблизительного характера, достаточно обратиться к любому учебнику по истории журналистики [1, 19]. Дело в том, что два первых номера газеты «Ведомости» существуют только в рукописи. Большевики ввели отсчет по первому сохранившемуся в печатном виде номеру от 2 января 1703 г., соответственно прибавив к этой дате астрономическую разницу между старым и новым стилем. Может быть, день профессионального праздника следует определить в соответствии с реально существующим документом — Указом Петра I об издании газеты, подписанном 16 декабря 1702 г.?

- 
1. История русской журналистики XVIII–XIX веков. СПб., 2003.
  2. Корконосенко С. Г. Движение в терминологическом аппарате теории журналистики // УМО-регион. Вып. 3 : Какой журналистике учим? Екатеринбург, 2006.
  3. Лосев А. Ф. Диалектика мифа // Из ранних произведений. М., 1990.
  4. Энгельгардт Н. А. Очерки истории русской цензуры. СПб., 1903.

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 070.42 + 17.026 + 316.752 + 070.11

И. В. Малахеев

**«СЛОВО СВОЕ НЕ СЧИТАЯ ТОВАРОМ...»**

В статье автор размышляет о сегодняшнем состоянии российской журналистики, о моральных и профессиональных принципах, на которых нужно строить обучение и воспитание молодых журналистов.

Ключевые слова: журналистика, Россия, история, миссия, общество, наука.

**Конфликт**

В течение почти семестра на одном из ближайших к деканату факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького стендов висела ксерокопия выступления студентки третьего курса Марины Третьяковой, напечатанного в журнале «Журналист» (2010. № 6). Само название материала — «Назовите мне честного журналиста» — представляло собой обращение к студентам факультета, и не только, но и к обществу в целом. Тем более что толчком к написанию обращения в журнал явилось прозвучавшее в ходе лекции, как гром среди ясного неба, заявление преподавателя: «Честных журналистов нет! Журналистика сейчас, как проститутка: позорно поднимает юбку перед каждым встречным в надежде, что ей засунут деньги. Все журналисты продажные!»

Марина была ошеломлена, оскорблена в своей светлой любви к журналистике, она пыталась возразить, найти поддержку у однокурсников, но не нашла. Тогда спросила преподавателя: «А вы честный журналист?». «Да, — ответил он, — я был честным журналистом».

...Он работал, выкладывался, получал три копейки и сейчас почти бесплатно работает — этим объяснил преподаватель свою честность.

Марина недоумевала: «*Нам, отучившимся почти шесть семестров, он вынес приговор на будущее. И себе, знавшему, что есть честная журналистика, но не сумевшему научить этому ни одного из тысяч студентов. Выходит, и честных преподавателей нет?*»

Студентка пошла к декану Борису Николаевичу Лозовскому. «*Когда рассказывала, — пишет она, — начали душить слезы. Может, я еще глупа? Но разве журналист не должен быть честным и неподкупным информатором общества? Или правы Сонечки Мармеладовы из моей аудитории, которые все поняли раньше и со скорбными праведными лицами пытались мне открыть глаза на то дерьмо, в которое мы все вляпались, выбрав путь медиапроституток?*»

«*Уважаемый декан, — сообщает далее студентка, — слушал молча... А я боялась, что вот он сейчас скажет, мол, все люди хотят быть честными, но в условиях нашего времени мало у кого получается... Слава богу, этого не случилось!*»

---

МАЛАХЕЕВ Иван Васильевич — доцент кафедры периодической печати Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: malaheev\_ivan@mail.ru).

© Малахеев И. В., 2011

Он был огорчен. Он сказал, что поговорит с преподавателем, а мне посоветовал оставаться при своем мнении. Многие из друзей говорили: надо не высовываться, а быть как все, соглашаться и молчать, быть умным. Получается, быть умным — это быть лживым... Я покривила бы душой, — замечает Марина, — если бы сказала, что совсем никто меня не поддержал. Поддержали. Но вот так: “Политковская тоже была честная — а ее убили!”»

Далее автор замечает: ощущение такое, что однокурсникам не встречались честные журналисты. Называют несколько великих имен — все убиты. Перед Мариной живой пример — ее первый редактор Виталий Александрович Гантов. Сила слова этого неподкупного журналиста многим известна. Одни, живущие несправедливо, побаиваются этой силы, другие уважают и преклоняются. Марина желает своим однокурсникам, чтобы они встретили такого человека, чей пример был бы для них ориентиром и опорой в профессиональной деятельности.

В небольшом тексте, уместившемся на одной странице журнала, обнажены главные проблемы системы подготовки журналистских кадров, неопределенность в трактовке понятия журналистики, ее места и роли в современном российском обществе...

И ведь в самом деле, на важнейшие вопросы теории и практики современной журналистики в российском ученом мире нет однозначных ответов. И главное, на уровне понятийного осмысления журналистики имеются принципиальные разногласия.

### Что такое журналистика?

Один из ведущих теоретиков журналистики нашей страны Е. П. Прохоров в работе «Введение в теорию журналистики» так отвечает на вопрос, сформулированный в подзаголовке: «Понятие “журналистика” (и в этом отношении оно выгодно отличается от других синонимичных терминов типа “массмедиа”) имеет очень широкое семантическое наполнение. И входящему в ее мир — мир науки и практической деятельности — надо изучать этот предмет во всем богатстве ее сторон и проявлений» [11, 12].

Среди «сторон и проявлений» автор выделяет особый социальный институт, систему видов деятельности, совокупность профессий, систему произведений, комплекс каналов. Журналистикой часто называют и совокупность учебных дисциплин и общую отрасль науки, замечает ученый.

В основном одной точки зрения с москвичом придерживается в своем учебнике «Журналистика» его коллега из Санкт-Петербурга В. В. Ворошилов. Он пишет: «Что такое журналистика? Во-первых, это не только часть социальной системы в целом, но и особый социальный институт общества, в который входят редакции газет и журналов, книжных издательств, телерадиокомпаний. Их работа (подготовка и передача в массовую аудиторию периодики, программ радио и телевидения) обеспечивается инфраструктурой журналистики: технической, информационной, организационно-управленческой; к инфраструктуре относятся также учебные и научные центры. Во-вторых, это необходимая для

функционирования такого социального института *система видов деятельности*: прежде всего сбор и обработка актуальной социальной информации и ее распространение. В-третьих, это *совокупность профессий*, необходимых для такой деятельности: от редактора до корректора, от телережиссера до видеоинженера и т. д. В-четвертых, это *система произведений*, создаваемых журналистами. В-пятых, это *комплекс каналов* передачи массовой информации: печать, радио, телевидение, Интернет. Когда говорят о журналистике, часто оперируют такими понятиями, как СМИ (средства массовой информации), СМК (средства массовых коммуникаций), печать, пресса (или только электронная пресса), массмедиа. Центральная категория в науке о журналистике — *массовая информация*» [1, 8].

С ним спорит его коллега по Санкт-Петербургскому государственному университету заведующий кафедрой социологии журналистики С. Г. Корконосенко. В учебнике «Основы теории журналистики» он высказывает свою точку зрения: «*Журналистика* — это общественная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации (через печать, радио, телевидение, кино и т. п.); еще одно значение слова — система предприятий и средства сбора и доставки информации: редакции, телерадиокомпании, информационные агентства и производственно-техническая база. Этим же термином обозначается продукция журналистской деятельности — произведения, из которых составляются номера газет и журналов, программы радио и телевидения. Наконец, так называется определенная отрасль научного знания и образования» [4, 3].

Исследователь выдвигает требования: «Понятие “*журналистика*” не надо смешивать с другими, близкими к нему по содержанию, такими, например, как “*печать*” и “*пресса*”, которые обозначают лишь отдельные отрасли журналистики, отличающиеся к примеру, от радио. Не совпадает оно и с понятием “*средства массовой информации*” (СМИ). Так принято называть журналистику в социологии, политологии, правоведении, где не рассматриваются ее профессионально-творческие составляющие, а внимание сосредоточено на общественном значении тиражируемых сведений. В Законе Российской Федерации “О средствах массовой информации” под СМИ понимается периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма распространения массовой информации. Сама массовая информация, — напоминает С. Г. Корконосенко, — трактуется как предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы. Таким образом, массовая информация выступает как носитель содержания журналистики, ее тексты».

Уже упоминавшийся Б. Н. Лозовский в своем популярном кратком словаре «Журналистика и средства массовой информации» [8] так формулирует понятие журналистики: «1. Способ деятельности, связанный с поиском, получением, обработкой и распространением общественно значимой информации. 2. Литературно-публицистическая деятельность в журналах, газетах, на радио и телевидении. 3. Периодическое издание в целом. Область производственно-творческой деятельности, связанной со сбором, обработкой и распространением

информации, представляющей общественный интерес, с целью адаптации аудитории печати, телевидения и радиовещания к экономическим, политическим и социальным, культурным изменениям».

Еще более лаконичное определение журналистики содержит двухтомный справочник «Российский энциклопедический словарь»: «Журналистика — деятельность по сбору, обработке и распространению информации с помощью средств массовой информации (печать, радио, телевидение, кино и др.)» [13].

Здесь приведены, конечно, не все определения журналистики, доступные студентам соответствующих факультетов. Если в науке нет единства в понимании предмета, то откуда же оно возьмется в учебном процессе и на практике? Нас не удивляет такой «плюрализм», когда на факультетах журналистики трудятся преподаватели, имеющие самые разные представления о существе предмета. Это видно особенно ярко в ходе защиты дипломных работ, когда в качестве журналистики рассматривается деятельность корпоративных, онлайн-овых, глянцевого, информационно-рекламных, специализированных — самых разных СМИ.

В таком широком разбросе мнений, может быть, имеет право на существование мнение и преподавателя, фамилию которого Марина Третьякова не называет.

Существование проблемы осознается в научном мире. Е. П. Прохоров в статье «Предмет и структура науки о журналистике», опубликованной в сборнике «Основные понятия теории журналистики», признал, что «наступило время, когда ее (журналисткой науки. — И. М.) дальнейшее развитие зависит, прежде всего, от совершенствования ее теоретического фундамента, от изучения закономерностей, которые лежат в ее основе... В самых различных областях нашей науки — будь то история журналистики, методика исследования специфики средств массовой информации или социология журналистики — дальнейший прогресс познания в значительной степени зависит от систематизации уже полученных, довольно значительных (объемных) знаний об основных признаках журналистики, от более точного установления внутренней связи, соединяющей их в единое целое. Ядром этой задачи является дальнейшая разработка категориальной системы теории журналистики, т. е. системы общих, основополагающих понятий, которые позволяют понять сущность журналистики» [12, 26–27].

### **В «несобранном состоянии»**

Ученый восемь лет назад ставил «диагноз» состоянию науки о журналистике, определяя его как «несобранность». И хотя за прошедшее с тех пор время наука не стояла на месте — исследованы десятки проблем, опубликованы сотни статей, книг, защищено множество докторских и кандидатских диссертаций, но, похоже, «собранности» не особенно прибавилось. Потому что работающей в методическом плане концепции предмета, структуры и задач журналистской науки — своеобразной метатеории журналистики, имеющей методологический смысл, позволяющей взглянуть на науку о журналистике в целом, во всей внутренней связи и зависимостях различных «фрагментов» и «отраслей» знаний, о чем говорил Е. П. Прохоров в упомянутой выше статье, пока не создано.

«Несобранность» современной журналистской науки — следствие несобранности самого российского общества. Об этом в сборнике статей «Отечественная журналистика: вопросы теории и истории» справедливо пишет заведующий кафедрой истории журналистики Уральского государственного университета профессор М. М. Ковалева: «Общий кризис теории общественного развития, наблюдаемый в последнее время в России, отразился и на состоянии теории журналистики. Активное распространение получила концепция, согласно которой основной функции СМИ объявляется информирование общества, свободное от какой бы то ни было идеологии, декларируется независимость прессы, ее положение в обществе как некоей “четвертой власти”, а перспектива развития видится как реализация лозунга “свобода печати”. Составные части этой концепции, безусловно, могут рассматриваться как определенный научный инструментарий для исследования процессов, происходящих в журналистике, однако как фундаментальная теория СМИ в России она не выдерживает проверки ни историческим опытом отечественной прессы, ни ее современной практикой» [3, 6].

Не вызывает сомнений то, что «сбор» журналистской науки будет весьма продолжителен, а слово «эврика» мы услышим не только от теоретиков глобальной журналистики, но и от политологов, которые рассматривают журналистику как отрасль политической науки, и от социологов, для которых она не более чем массовая коммуникация, и от культурологов, и, конечно, от тех историков отечественной журналистики, которые не меняют своего взгляда в зависимости от политической конъюнктуры и рассматривают журналистику в качестве составной части нашей культуры и духовной жизни общества.

Наша журналистика, как и вся наша культура, — порождение истории, как, впрочем, история любой страны в той или иной степени является порождением мировой истории. Поэтому современные критики советского прошлого, заикливаясь на тоталитаризме, обвиняя советскую прессу в агитации и пропаганде, не ведают, что творят. Они или не понимают, что судить о потоке можно, только находясь в потоке, или сознательно (из какой-то корысти) судят прошлое по меркам нового времени, молодого поколения людей. Думается, уместно в этой связи открыть книгу замечательного мыслителя современности — литературоведа и историка В. В. Кожина «Россия. Век XX-й». Касаясь извечной российской болезни ниспровергать с корабля современности наше прошлое или оценивать его только со своей колокольни, автор напомнил наставление Л. Н. Толстого о том, что для познания истории нужна любовь.

«Это звучит вроде бы совсем “ненаучно”, — замечает В. Кожин. — Но если под этим понимать *приятие* тех или иных периодов и явлений русской истории такими, каковы они есть, толстовское слово вполне уместно. Известно превосходное пушкинское требование: “Драматического писателя должно судить по законам, им самим над собою признанным”, — то есть принимать его творение в его реальном своеобразии. Это, в сущности, применимо и к исторической эпохе, тем более, что Пушкин не раз сближал драму (где “автора” как бы и нет, а есть только поступки и высказывания героев) с “драмой” самой

истории и, естественно, с воссозданием этой “драмы” в сочинении историка» [2, 86–87].

Только такой взгляд приемлем и в оценке советской журналистики.

### **Краеугольный камень**

Напрашивается вопрос: почему советских теоретиков журналистики и практиков удовлетворяла формулировка, данная в «Советском энциклопедическом словаре»: «Общественная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации (через печать, радио, телевидение, кино и др.); одна из форм ведения массовой пропаганды и агитации. Термином “Ж” обозначается также продукция журналисткой деятельности — произв., из которых составляются номера газет и журналов, программ радио и телевидения и т. д. В классовом антагонистическом обществе “Ж” выступает проводником политики и идеологии различных социально-классовых сил» [14].

Почему такое определение журналистики еще двадцать пять лет назад не вызывало вопросов? Потому что деятельность институтов общества и государства, жизнь самого народа в контексте программ, постановлений партии и правительства были освещены определенными целями, имели логику развития. И место, и роль журналистики в этом процессе были понятны. Миссия советской журналистики определялась работами В. И. Ленина, партийными программами и постановлениями. Представителям старшего поколения (к ним принадлежит и автор этих строк), самореализация которых значительное время происходила в историческом потоке жизни советского народа, вряд ли надо объяснять, что роль журналистики в просвещении и гуманизации общества, в его духовном и культурном подъеме была огромна, не говоря уже о вкладе в экономическое развитие, ибо пресса (а это слово было адекватно понятию журналистики) не только освещала производительный труд, но и нередко выступала организатором социалистического соревнования за наивысшие достижения в труде и учебе. Именно хорошим знанием экономики, организаторскими навыками, умением словом вести людей за собой отличались и были известны в СССР воспитанники уральской школы журналистики. Этой теме была посвящена моя статья «Уральская школа журналистики: миф или реальность?» [9, 24–33].

Деятельность советских журналистов в целом была направлена на информационное обеспечение социалистического строительства. Здесь уместно вспомнить ответ великого писателя М. А. Шолохова на обвинения западных критиков в том, что советские писатели работают по указке партии. Нет, возражал Михаил Александрович, мы пишем по указке собственных сердец, а вот они-то, действительно, принадлежат партии. И это сказано искренне. В том числе и за советских журналистов. Если перед страной стоят цели, достижение которых ведет ее к экономическому и оборонному могуществу, а народ — к духовному, культурному, социальному прогрессу, росту благосостояния, неужели журналисты могли стоять в стороне или даже сопротивляться историческому потоку? Место журналистики, советской журналистики, было в авангарде общества. Она

была вместе с народом, вместе с ним отстраивала страну — создавала мощную промышленность, развивала сельское хозяйство, поднимала Отечество из руин Гражданской и Отечественной войн, торила дорогу в космос... И главное в том, что была обеспечена небывалая в мировой истории социальная защита советского человека, что вынудило правительства многих капиталистических стран прибегнуть к нашему опыту.

Таким образом, можно считать, что свою миссию советская журналистика выполнила, как и наказ В. И. Ленина, данный им в статье «Революционные дни»: «Мы должны делать постоянное дело публицистов — писать историю современности и стараться писать ее так, чтобы наше бытописание приносило посильную помощь непосредственным участникам движения и героям — пролетариям там, на месте действий, — писать так, чтобы способствовать расширению движения, сознательному выбору средств, приемов и методов борьбы, способных при наименьших затратах сил дать наибольшее и наиболее прочные результаты» [5, 185].

### Как сто лет назад

В «Советском энциклопедическом словаре» [14] в определении понятия журналистики имеется ссылка на ее классовый характер. Сегодня в мире немало теорий, определяющих общество по разным признакам, но, как правило, неклассовым. Вот такой «консенсус». Мир населен постиндустриальным информационным обществом — вот и все. Вопросы социального самочувствия, взаимоотношения людей в обществе, общества и государства, стран и народов в рамках мирового сообщества — все, что является для человека важным, ученых-обществоведов, кажется, перестало волновать. Но эти вопросы остаются открытыми.

Вернемся к теме. Человек доверяет своему ощущению. Как известно, истина нам дается в ощущениях. Если чужие мысли, идеи он воспринимает как свои, то, значит, он будет ими руководствоваться, считая их верными. В письме В. И. Ленина Г. Мясникову есть такие заключения относительно свободы слова, которая вроде бы законодательно у нас ныне задекларирована, но фактически под разными предлогами ограничена: «Свобода печати во всем мире, где есть капиталисты, есть свобода покупать газеты, покупать писателей, покупать и покупать и фабриковать “общественное мнение” в пользу буржуазии. Это факт» [6, 427].

Или вот еще — из «Проекта резолюции о свободе печати»: «Буржуазия понимала под свободой печати — свободу издания газет богатыми, захват прессы капиталистами, на деле приводивший повсюду во всех странах, не исключая и наиболее свободных, к продажности прессы» [7, 379].

Многие журналисты старшего поколения привычно воспринимают эти умозаключения пролетарского вождя применительно к ситуации столетней давности. И мало кто, кажется, задумывается о том, что в отношении свободы печати, в отношении современной журналистики Россия возвращена в свое прошлое. Как-то мы стесняемся признаться, что живем сегодня в реальном капиталистическом государстве, где правит бал финансово-промышленная олигархия,



причем компрадорского типа, и, отталкиваясь от этого факта, признать разнонаправленность интересов так называемой отечественной элиты. У многих ее представителей интересы совпадают только в одном: как можно меньше отдать обществу и как можно больше от него урвать.

В свете сказанного, казалось бы, сегодня можно согласиться с формулировкой понятия журналистики, данной в «Советском энциклопедическом словаре» и приведенной выше. Или кто-то, может, будет настаивать, что мы живем в стране равных возможностей людей и классовый подход здесь не уместен?

Однако определение журналистики из советского словаря нас сегодня не может удовлетворить в полной мере. Что значит «общественная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной, социальной информации...»? Может, речь идет о самостоятельной общественной, бескорыстной работе? Видимо, нет. Может, речь идет о сборе (поиске) информации, существующей в природе или кем-то подготовленной и рассыпанной для журналистского сбора? С какой целью, на каком основании следует перерабатывать эту информацию? Если информация существует до ее сбора (поиска), не является ли лишним звено ее обработки? Может быть, существующую в обществе (то там, то тут) информацию распространять для всеобщего пользования, минуя обработку? Эти вопросы возникли не у нас и не сегодня.

### **Для чего живем и пишем?**

Наше общество ищет ответы на вопросы о том, что для него важнее: как жить или для чего (зачем) жить? И приходит постепенно к выводу, что важнее все-таки второе (хотя для представителей «золотого миллиона» важнее, наверное, первое).

Вопросы: для чего? каков смысл? какова миссия? — являются основополагающими при сознательном выборе человеком жизненного пути. Основополагающими они являются в любом начинании, скажем, при подготовке статьи, при подготовке к строительству дома... И при создании новой газеты изначально определяется, не как она будет делаться и выходить, а для чего, какова ее миссия? Думается и в определении понятий тех или иных сфер человеческой деятельности должна быть, прежде всего, указана их миссия. Применительно к журналистике, это, полагаем, не сбор (поиск) информации, ее обработка и распространение, т. е. не технология. Как миссия большинства людей на земле неразрывна с миссией их стран и народов, так и миссия журналистики является составной частью миссии общества. Если такой миссией объявляется обогащение, «закопачивание» прибыли, то, на наш взгляд, журналистика тут ни при чем.

Как народ любого традиционного государства, русский народ обладает многовековой культурой, имеющей национальное своеобразие. Свообразие журналистики, как составной части культуры, в том, что корни ее в древних летописях, отсюда представление о журналисте как о летописце. Безусловным своеобразием является то, что на ней лежит печать государственного патроната, что она пронизана духом православия. Государственные органы, учреждения церкви, создавая те или иные издания, никогда не рассматривали их

как коммерческие проекты. Эти издания проводили в жизнь идеи, интересы православного государства и естественным образом финансировались «учредителем».

«Журналистика в России в силу исторических особенностей ее возникновения и развития всегда воспринималась читателем как учитель, проповедник, а не только как фиксатор фактов. Ведь она в первую половину своей истории развивалась в недрах литературы, словесности, где только и могла явить себя нравственная, объясняющая человеку смысл и содержания его жизни мысль. Никакая цензура не смогла затормозить развитие великого духовного потенциала отечественной словесности, которая на фоне тотального контроля за производством и распространением информации все же смогла найти способы и средства нравственного и идейного воспитания современников.

“Поэт в России больше, чем поэт”. Эта мысль может быть перефразирована и по отношению к журналисту. Книжное, журнальное и газетное дело в России всегда несли в себе одинаковые силы, заряд воздействия на читателя и объясняется это тем, что профессиональная деятельность журналиста и литератора основывалась на духовном фундаменте нации. Как род профессиональной деятельности журналистика в России осознала себя лишь в первой четверти девятнадцатого века. Понятие “журналистика” стало обиходным лишь к тридцатым годам прошлого века, и главная особенность ее деятельности была сформулирована А. С. Пушкиным: “сословие людей государственных”» [3, 23–24], — эти выводы М. М. Ковалевой мы полностью разделяем.

И в советский период нашей истории журналистика воспринималась как учитель, советчик, помощник. И в советский период она развивалась в тесной связи с литературой. Не случайно сотни советских писателей успешно работали в журналистике, а многие журналисты становились писателями. Таким образом, журналистика как была в сфере духовной жизни дореволюционной России, так оставалась в ней и в социалистическую эпоху.

В наши дни о высоких общественных целях средств массовой информации говорить приходится с оговорками. Большинство их кормится с рыночного блюда, всем своим содержанием пропагандируя и продвигая идеологию потребительства. Да ведь на другую «начинку» рекламодатель и не поведется. Это закономерно, что рекламный рынок развивает рынок потребительских СМИ, являя с ним одно целое. Трудно представить, например, газету с тематикой творчества, созидания, высокой нравственности в ряду носителей рекламы ширпотреба и услуг массажных салонов. Так возможно ли честное служение обществу там, где смыслом работы и жизни является продажа, извлечение прибыли, невзирая на все этические журналистские кодексы? Ответ очевиден. Поэтому в таких СМИ не может быть журналистики. И если в них появляется несколько журналистских материалов, то только из соображений расширения рынка сбыта информационного товара.

В России, начиная со второй четверти XIX в. и до прихода к власти большевиков, уже был опыт функционирования СМИ в качестве коммерческих проектов. Эти СМИ немало поспособствовали подготовке почвы для свержения царизма, разрушения монархического государства, а в конечном итоге — трагедии

русского народа. Ведь когда дело касается личной прибыли владельцев СМИ, интересы государства отходят на второй план, а то и вовсе не учитываются. Так было, так происходит и сегодня, в период реставрации капитализма.

Но, слава богу, есть у нас и традиционные для России СМИ, учредителями которых являются структуры власти, патриотического бизнеса, религиозных конфессий, прежде всего православной церкви. Здесь многовековые традиции русской, мы бы без иронии назвали, доморощенной журналистики живут и успешно развиваются. Возрождение православной журналистики мы подробно освещали в сборнике статей и материалов «Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности» [10, 211–222].

Обобщая вышесказанное, можно сформулировать определение отечественной журналистики следующим образом: «Журналистика — это творческая деятельность в интересах своего народа, направленная на информационное обеспечение социально-экономического и культурного развития, укрепление обороноспособности государства, связанная со сбором фактов, сведений и мнений, подготовкой на их основе произведений публицистики для распространения посредством СМИ».

- 
1. *Ворошилов В. В.* Журналистика. М., 2010.
  2. *Кожин В. В.* Россия. Век XX-й. М., 2008.
  3. *Ковалева М. М.* Отечественная журналистика: вопросы теории и истории. Екатеринбург, 2000.
  4. *Корконосенко С. Г.* Основы теории журналистики. СПб., 1995.
  5. *Ленин В. И.* Революционные дни // В. И. Ленин о печати. М., 1974. С. 185.
  6. *Ленин В. И.* Письмо Г. Мясникову // В. И. Ленин о печати. М., 1974. С. 427.
  7. *Ленин В. И.* Проект резолюции о свободе печати // В. И. Ленин о печати. М., 1974. С. 379.
  8. *Лозовский Б. Н.* Краткий словарь. Журналистика и средства массовой информации. Екатеринбург, 2007.
  9. *Малахеев И. В.* Уральская школа журналистики: миф или реальность? // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1, вып. 19. 2006. № 40. С. 12–25.
  10. *Малахеев И. В.* Светский и церковный варианты информационной политики // Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности. Екатеринбург, 2008. С. 211–222.
  11. *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М., 2002.
  12. *Прохоров Е. П.* Предмет и структура науки о журналистике // Основные понятия теории журналистики. М., 1993. С. 26–27.
  13. Российский энциклопедический словарь : в 2 т. М., 2001. Т. 1.
  14. Советский энциклопедический словарь. М., 1980.

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 378.147 + 070.4 + 008 + 004.77

В. Ф. Олешко

### ПОВЕРКА КЛАССИКОЙ

Статья посвящена вопросам формирования профессиональной культуры личности студентов-журналистов, проблеме сопряжения общегуманитарных и профессиональных дисциплин в процессе обучения. Автор, представляя фрагменты эссе, написанных студентами в год 150-летнего юбилея А. П. Чехова, размышляет о традициях, связывающих классическую литературу и журналистику, о «моральных императивах», которые задает она для современного поколения публицистов.

**Ключевые слова:** профессия, литература, журналист, журналистика, А. П. Чехов, культура, информационная революция, Интернет.

В 1995 г., будучи на стажировке в университете штата Северная Каролина, я побывал на лекции социолога Гэри Т. Маркса. Поначалу, честно говоря, она не произвела особого впечатления, поскольку речь шла о вещах, в общем-то, известных, если не сказать банальных: настоящий профессионал должен время от времени заниматься саморефлексией, больше читать, постоянно расширять круг общения и т. п. Интересными мне как преподавателю факультета журналистики показались только некоторые предложенные им технологии творческой деятельности. И то только потому, что во многом были схожи с теми, которые на лекциях использовал я. Но чуть позднее появилась его работа в одном из американских изданий [4, 102–125], вызвавшая широкую дискуссию, в том числе и в Интернете, а три года назад российский научный журнал опубликовал фрагменты большого исследования данного автора [2, 129–138], которое, собственно, и «замкнуло цепь»: «Эврика!», ведь все эти и другие размышления по поводу творческого развития личности в вузе предполагают формулирование «моральных императивов» любой профессии.

Гэри Т. Маркс, ныне профессор Массачусетского технологического института, говорит чаще всего о социологах, но ведь никто не будет спорить, что мы, журналисты, как и они, «профессионально предрасположены относиться критически ко всему личному, когда оно появляется в нашем творчестве». Профессор призывает «учить будущих профессионалов не в рамках стерильных, официальных и схоластичных представлений о профессиональном предназначении». И здесь нет противоречия с нашими установками. Важно научить человека видеть общую картину, определить свое место в ней, рефлексировать, почему и как мы выполняем нашу работу, и понять, что придает значение нашей жизни. Не менее важное замечание. Для воплощения данных интенций на практике он предложил 37 моральных императивов. Тон их шуточный, но «это идеи, в которые я очень верю», пишет автор. Позволю себе процитировать

---

ОЛЕШКО Владимир Федорович — доктор философских наук, профессор, завкафедрой периодической печати Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: Vladimir.Oleshko@usu.ru).

© Олешко В. Ф., 2011

только три из предложенных им императивов. Прочитав их, я думаю, любой преподаватель журфака обеими руками будет голосовать за них:

- «1. Развивайте привычку критического мышления, оценки и наблюдения.
  - Имейте свое мнение, выражайте его, приводите доказательства в его пользу.
  - Четко выделяйте критерии, которые используете при оценке, умейте расставить приоритеты.
  - Будьте страстными!
2. Пишите ясно и логично.
  - Работайте над формой и содержанием.
  - Читайте художественную литературу и поэзию.
  - Откройте силу метафоры, цените эстетические качества языка.
  - Постоянно редактируйте себя, читайте свою работу вслух, совершенствуйте ее, рассматривайте как черновик до выхода в свет.
3. Пишите везде, все время, по любому поводу.
  - Всегда с собой блокнот и карандаш.
  - Особенно плодотворны для этого скучные мероприятия.
  - Когда не спится, или рано проснувшись.
  - Записывайте идеи со сна, иначе потеряете.
  - *Сочиняйте везде и пишите на всем, что сохраняет карандашные каракули...»* [2].

Все верно и не вызывает возражения. Но сразу же возникает извечный для любой творческой профессии вопрос: «А применимы ли эти и другие идеи в системе профессионального образования? Или это рекомендации для индивидуального, так сказать, творческого самосовершенствования?» То есть практическая реализация данного рода технологий, их усвоение или отторжение — самое интересное в подобного рода «императивах». О чем и поговорим чуть подробнее, поскольку в современном журналистском образовании это самая дискуссионная проблематика.

Выделим только одну проблему — универсальности гуманитарного образования и сочетаемости данной тенденции с профильным обучением. Неоднократно приходилось слышать, к примеру, сетования не только студентов, но и некоторых коллег по поводу слишком объемной в нормативной части учебного плана подготовки будущих журналистов филологической составляющей. И действительно объем истории отечественной и зарубежной литературы не мал, по количеству часов лекционных и практических занятий он сравним даже с профессиональными дисциплинами. Но ведь это дает выпускнику возможность получить основательную филологическую подготовку. Плюс очевидный. Правда, на любом журфаке есть и не очень радивые студенты. А также те, кто в большей степени ориентирован не на оценки, а на практическую деятельность в СМИ, причем нередко совмещая при этом учебу и работу. Так вот, как сами они, а также некоторые студенты заочного отделения признаются, при освоении данных курсов студент зачастую бывает больше ориентирован не на добросовестное чтение литературных произведений и системное восприятие классики, а на подготовку к сдаче тестов. Тех, что схожи с приснопамятным ЕГЭ, только уровня высшей школы. Не будем дискутировать на тему «Уместно ли

применять тестовую систему при изучении классической литературы?». Преподавателям, использующим ее, и методистам-филологам виднее. В свете рассуждений об «императивах профессии», а также обязательного ныне компетентностного подхода к обучению (коллеги-преподаватели поймут, о чем я) зададимся вопросом о взаимопересечении литературы и журналистики.

А подтолкнули меня к размышлениям на эту тему шведские коллеги. В университете города Кальмара совместно с преподавателями школы журналистики FOJO мы дискутировали о преимуществах и недостатках Болонского процесса. У современной системы европейского высшего образования, как выяснилось, и о чем в России почему-то мало говорят, есть и немало противников. Но в ходе бурного обсуждения данной проблемы не было ни одного человека, кто бы отрицал важность фактора прямого «сопряжения» различных гуманитарных дисциплин, имеющих место в этом случае. Меня этот факт очень заинтересовал. Позднее попросил объяснить, что имелось в виду под термином «сопряжение»? Профессор Клас Тор объяснил просто: «В консерватории учат музыке в целом. Но есть профильный инструмент, который ты должен освоить в совершенстве. В журналистике учат, по сути, творчеству. Но твой инструмент — текст. Вот и создавай тексты разной спецификации».

Выяснилось, что в программе университета и школы FOJO, где в основном повышают квалификацию журналисты-практики, много курсов, не просто развивающих креативность сознания, но и перебрасывающих «мостки» к освоению на первый взгляд сугубо теоретического материала. К примеру, в изучении шведской и зарубежной литературы обязательно делается акцент и на публицистическое творчество писателей. Ведь практически все из них с этого начинали или, наряду с созданием литературных произведений, активно сотрудничали с периодическими изданиями. Кстати, многие шведские писатели ведут практические спецкурсы для журналистов — кто как не они может научить создавать оригинальные тексты. История журналистики активно «сопряжена» с курсами профессиональной этики и права. В их рамках, считают здесь, как нельзя лучше, в развитии можно наблюдать взаимоотношения общества и СМИ. Курс «Креативные коммуникации» предполагает освоение студентами практических основ владения родным языком, стилистикой, а также риторики и психологии. «Основы культурологии» взаимосвязаны с обязательными для освоения курсами профессиональной фотографии, графического дизайна и... музыки. На мои удивленно поднятые брови реакция была незамедлительная: «Интонации теле- или радиоведущего, раздражающие аудиторию, неумело подобранные интершумы или музыкальное сопровождение — это от того, что у выпускников-журналистов элементарно не развит музыкальный слух». Не согласиться с этим я просто не мог, потому что от многих коллег давно слышу о подобной взаимосвязи: еще и на уровне неверных ударений в словах, стремлении к повышению модуляции голоса и т. д. и т. п. А еще по всем этим курсам систематически пишутся авторские тексты — эссе, зарисовки, комментарии, рецензии и т. п. Зачет сдается по двум показателям: письменные работы и устное собеседование на знание первоисточников. Причем первая составляющая, оцениваемая в баллах, более весома.

Но вернемся к проблеме «сопряжения» классической литературы и журналистики. А могут ли преподаватели профессиональных дисциплин инициировать в данном случае активность студентов? Обращусь к своему опыту, который я попытался апробировать уже в нескольких университетах России. Поскольку нынешнее поколение студентов-журналистов даже классиков читают чаще всего в электронном варианте или скачивают фрагменты из Интернета, я время от времени делаю им «бумажную прививку» — чтобы почитали не просто книги того или иного автора, а желательно собрания сочинений и затем написали эссе. Так было, к примеру, с А. П. Чеховым и его творческим наследием. Весной нынешнего года в рамках курса «Психология журналистики» дал третьекурсникам разных университетов творческое задание — написать эссе на тему «Чеховские традиции в современной журналистике». Можно было взять любое его произведение, желательно не читанное внимательно ими ранее или подзабытое, и попытаться найти какие-то аналогии или реминисценции с современным журналистским творчеством.

Первое же произведение моих студентов изрядно повеселило<sup>1</sup>. Цитирую:

В неоконченной, к сожалению, но очень познавательной для современных митрофанушек книге «О Чехове» Иван Алексеевич Бунин приводит такой эпизод. Как-то Антону Павловичу показали новенький, еще пахнущий типографской краской сборник со стихами декадентов. На обложке заглавие книги и имена авторов были расположены очень необычно, не традиционно — не по центру, а в углу: так издатели хотели заявить о себе как борцах с косностью и с существовавшими оформительскими канонами. Чехов мельком глянул на книжку, весело засмеялся и сказал: «*Это для косых!*» Мне иногда кажется, что, если бы классик отечественной литературы был сегодня жив, то, почитав большинство современных газет и журналов, он непременно заметил бы с хитрецей: «*Это же для тупых!*» А заглянув на большинство интернет-сайтов, добавил бы: «*А это для больных!*».

Дальше — больше. В другой работе молодой человек, видимо, впервые открывший книгу с ранними произведениями писателя, завершил свое дюже эмоциональное эссе по поводу «осколков» фразой, больше соответствовавшей предыдущему периоду нашей истории: «Чехов жил? Чехов жив. Чехов будет жить! Поскольку то, о чем он говорил в полный голос — обличая мещанство во всех проявлениях, чинопоклонение и банальную человеческую тупость — современное поколение журналистов предпочитает замалчивать в угоду якобы беспристрастному информированию, по сути же, хозяевам СМИ, узнающим себя и своих деток в некоторых героях».

Были и маленькие открытия. По-настоящему порадовала меня отличница Маша П. В предъюбилейной суете подготовки к 150-летию А. П. Чехова она как настоящий литературовед-исследователь смогла увидеть и тех, кто, говоря современным языком, пиарил себя на классике. Так, в новейшем многотомном издании собраний сочинений А. П. Чехова [3], вышедшем под «патронажем» видного политического деятеля, но, видимо, без привлечения серьезных

---

<sup>1</sup> Здесь и далее цитирую студенческие работы, сохраняя авторский стиль и пунктуацию.

литературоведов, она обнаружила в примечаниях, составленных неким Ив. Жуковым (не тем ли «Ванькой-письмописцем», и не явный ли это псевдоним?) ряд несуразностей. Одна из них имеет прямое отношение к письмам, по мнению автора примечаний, «повествующим о путешествии писателя на остров Сахалин и далее вокруг света». Как пишет студентка, «да ведь даже любознательный школьник знает, что “вокруг света” Чехов никогда не плавал, просто возвращался обратно океанским пароходом».

Но вернемся к эссе. Наталья Б.:

Впервые за время учебы в университете смотрела на чистый лист бумаги и не знала, как подойти к этой теме. Не хочется быть банальной, а глубина требует обращения к первоисточнику... Перечитала два тома классика. По-иному взглянула на хрестоматийные произведения. Угол зрения — а ведь все началось с конкретного факта — позволил уйти от этой самой банальности. А еще критично взглянуть на состояние современных СМИ. Если хотите, открыла глаза и поняла, что о «добром и вечном» сейчас почти не пишут. Раньше всех убеждала в обратном. Наивная была. Хотя «желтизной» болеют на все СМИ. Некоторые поразила другая болезнь — имя ей «утопия». Симптомы которой приторно-сладкое воспевание действующей власти и ее идеального мира. И у всех телеканалов, радиостанций, газет и журналов есть свое «хроническое заболевание». Панацея же — классическая литература, в частности, А. П. Чехов, который давно осмелел всю неестественность и противоестественность человеческому бытию многого из того, что нас окружает сегодня.

Эту же тему продолжает Дарья М.:

«Его врагом была пошлость; он всю жизнь боролся с ней, ее он осмеивал и ее изображал бесстрастным, острым пером, умея найти плесень пошлости даже там, где с первого взгляда, казалось, все устроено очень хорошо, удобно, даже — с блеском...» Мне кажется, любой современный журналист, услышав такие слова о себе, мог бы сказать, что не зря прожил он свою жизнь, не зря выбрал свою профессию, не зря отдал ей все свои силы и способности. Однако боюсь, что журналиста, достойного сегодня такой оценки, найти непросто. Эти слова написал Максим Горький об Антоне Павловиче Чехове. О писателе, чье творчество не знает непростительно, а не любить невозможно... Но вот только современной журналистике многие из его сюжетов совершенно чужды. «Не формат» скажут многие журналисты и их руководители. Поэтому, видимо, на страницах и в эфире наших СМИ пугающе мало *людей* — настоящих, а не спрятанных под масками должностей или буквами стандартных формулировок. И так мы привыкли обвинять в своих горестях всех вокруг — власть, врачей, журналистов, соседей — что о себе-то и забыли. Вроде бы и понимаем, что что-то не так, а поискать это «не так» в себе самих догадаться не можем. А подсказать — некому... «Мимо всей этой скучной, серой толпы бессильных людей прошел большой, умный, ко всему внимательный человек, посмотрел он на этих скучных жителей своей родины и с грустной улыбкой, тоном мягкого, но глубокого упрека, с безнадежной тоской на лице и в груди, красивым искренним голосом сказал: “Скверно вы живете, господа!”» (М. Горький об Антоне Чехове).

Светлана К.:

У меня две литературные Любви — Чехов и Довлатов. О первом могу сказать: нерв отечественной литературы. Его проза и драматургия то и дело врываются в нашу современную жизнь как звук лопнувшей струны в известной драме. О втором лучше всего сказал литератор-постмодернист Слава Курицын, кстати, журналист по образованию, выпускник УрГУ: «Проза Довлатова — веселая, но боль». Для каждого из них



один из любимых приемов — стилистический параллелизм. У Сергея Довлатова: *«В ясном небе пролетали галки. Под горой над болотом стелился туман. На зеленой траве серыми комьями лежали овцы. Я шел через поле к турбазе. На мокрых от росы ботинках желтел песок. Из рощи тянуло прохладой и дымом»* («Заповедник»). У А. П. Чехова: *«Тут есть тихая бухта, по которой ходят пароходы и лодки с разноцветными парусами... Тут есть парк, какой вы найдете теперь во всяком заграничном курорте»* («Ариадна»). Не правда ли много общего?..

Впрочем, пора обратиться к основной теме — «Чеховские традиции в современной журналистике». «А есть ли они? Может, одни перепевы? Или парфразы? Или просто-напросто извращенная неумелыми и малоталантливыми интерпретаторами мелодика?» Что же, если отбросить явное бравирование автором своими околмузыкальными познаниями, вопросы сформулированы верно, по сути. Что считать традиционным, а что новаторским? Причем, как в творчестве самого Чехова, так и современных публицистов.

Даша В.:

В постсоветский период художественно-публицистические жанры потерпели поражение. И все же, после периода гонки только за информацией, после того, как нормой была подача одних только фактов в сухой манере, журналисты вновь возвращаются к осознанию значимости и небанальной темы, и литературного стиля, языка, то есть к художественно-публицистическим жанрам. Внутренняя связь между различными жанрами журналистики обусловлена единым типом творчества — публицистическим, а внешняя — тем, что каждый жанр журналистики, в отличие, например, от жанра литературного, всегда порождается потребностями отражения современной жизни с целью воздействия на общественное мнение. В чеховский период жизни России данный термин, наверное, еще не знали, но то, что именно Антон Павлович Чехов был человеком, во многом определявшим нерв общественной жизни, — несомненно. История жизни обыкновенного человека — эта его традиция продолжается сегодня не «Космополитеном» с его выдуманными историями, не «Караваном историй», где беллитризируют жизнь VIP-персон, а «Русским репортером». В конце 2010 года в киосках появился номер с подзаголовком: «Лица России. Лучшие интервью и очерки о людях». Смотрите, как по-чеховски, сразу со слов самоироничного героя, начинается очерк о молодом атамане (см. [1]. — В. О.) азовской станицы: *«— Про Томаса Мора и его утопию я читал. А вот о Кампанелле узнал, только когда меня так обозвали. Дай, думаю, в книжках посмотрю, ругательство это или нет. Оказалось, что очень даже лестно, — говорит Сергей Сенник, атаман города Азова и Азовского юрта (района), пряча в углах рта насмешку над самим собой. Самоирония — признак человека неглупого. Если только это не игра в самоиронию: тогда — человека коварного.*

*— А еще я стал Люцифером.*

*— Господи, а Люцифером-то почему?*

*— Люцифер — хоть и падший ангел, но светлый. То есть все его заблуждения — от добрых побуждений. Я с этим согласен: если что и придумываю, ошибаясь, то не со зла. Свою роль тут сыграло, наверное, и название станицы — Светлая».*

Не скрою, меня как педагога больше всего радовал сам факт небанальных размышлений студентов, в том числе и по поводу лекционного материала, который принято называть «пройденным». Ведь вообще трудно, практически невозможно, научить студентов-журналистов творчеству. Попытаться создать творческую атмосферу, которая поможет реализоваться творческой личности, можно. Причем не исключено, что произойдет это даже не сразу, а гораздо

позднее. Творчество Чехова для меня в этом смысле очень важный, уникальный, с позволения сказать, методический материал. Ведь многие его ранние произведения можно рассматривать как результат собственно журналистской деятельности.

Цитирую очередное эссе. Даша З.:

Литература и журналистика — кровеносная система в организме человека. Не имеет значения, что из этого вены, а что артерии — у каждого индивидуально. Важно другое — они между собой неразрывно связаны. Существовал и ныне существует традиционный механизм: в вечном поиске себя писатели, ставшие позднее классиками, начинали с журналистики. Позднее, толи устав от текстов публицистического толка, толи созрев духом, талантом до чего-то более масштабного, уходили в литературу. Имена? Долго и думать не приходится — Чехов. Да та же Маргарет Митчелл начинала репортером «Атланта Джорнал». А что отличает литературные произведения этих авторов? Элемент автобиографичности, настоящая жизнь, которая просвечивает между печатными строчками. У писателей, пришедших из журналистики, особое чутье жизни, они умеют писать, словно документируя реальность. На ум приходит фраза, как-то произнесенная в эфире 5 канала Юлией Латыниной: «Журналистика — это черновик для моих книг». Под этими словами, вероятно, могли бы подписаться и Чехов, и Достоевский, и Митчел. А еще мой любимый писатель Жан-Кристоф Гранже.

Еще одно мнение:

Читал в собрании сочинений А. П. Чехова «Дело Рыкова и комп. (От нашего корреспондента)». Привлекло то, что упомянуто слово «корреспондент». Думал, стилизация или иронические заметки из зала суда. А оказывается, это добросовестнейший и небанальный отчет. Как жаль, что не прочел это произведение в тот период, когда мы на первом курсе проходили информационные жанры. А сравнить его с современными, скучнейшими, чаще всего подготовленными на основе пресс-релизов пиар-менеджеров, даже стыдно. Там Чехов — яркий публицист со своей гражданской позицией, зоркий наблюдатель, талантливый стилист, остро чувствующий и умело передающий устную речь... Нет, я теперь больше никогда не посмею писать отчеты-отписки.

Помнится, в прошлом учебном году у нас с третьекурсниками много дискуссий было по поводу исходного материала по теме «Социально-психологическое моделирование в журналистике», а конкретно — по поводу представленных в современных СМИ различных типов (моделей) журналистов-практиков: «информатор», «разгребатель грязи», «писака», «самовлюбленный» и т. п. На лекции попросил вспомнить произведения Чехова, и мне наперебой стали подсказывать «типы-характеры», которые можно было на взгляд аудитории соотносить с журналистами: «Попрыгунья» — имярек из «Комсомолки», судя по творчеству которой она адекватна литературному персонажу, «Толстый и Тонкий» — взаимоотношения однокашников журфака, разведенных по служебной лестнице, «Унтер Пришибеев» — редактор-самодур, знакомый по производственной практике...

Татьяна Х.:

Литература, нашедшая свое отражение в современных СМИ? — Конечно же, чеховско-гоголевские персонажи. Акакий Акакиевич — человек, у которого даже имя говорящее — а как??? А что делать?? А куда обращаться? И сразу же вспоминаются

сотни людей, звонящих, пишущих в редакции современных СМИ с вопросом: «Как нам быть?» Журналист для них олицетворение не только «власти», но и «душевного собеседника», который может единственный и выслушает. Нашелся бы у Башмачкина таковой, и жизнь его сложилась может быть бы иначе. Проблема «маленького человека» сегодня, впрочем, как и всегда, очень актуальна. Так же, как и «человека в футляре». Каждый прячется в свой футляр, надевает свою маску, уходит в свой мир. Виртуальный. Люди не знают, как жить, поступить в той или иной сложной ситуации. Они попросту теряются. Ходят по улицам своего родного города и боятся, что с них сдерут шинель — отнимут самое дорогое. Или боятся вылезти из футляра и показать себя такими, какие они есть на самом деле, потому что чувствуют себя в этом случае беззащитными... За осознание этого понимания мы и благодарны классике. Причем не только литературной, но и журналистской. Она тоже есть. У каждого своя. И не обязательно этот журналист широко известен. Просто он в нужный момент подсказал тебе выход из тупика. Разве не в этом миссия?

Юлия С.:

Журналист — историк современности. Эта истина известна давно. Мы конструируем реальность, создаем мифы о действительности, на свой вкус сортируем и продвигаем факты, мы, словом, расставляем акценты. Немудрено, что люди искусства, с оглядкой на нас, «вдохновляются» сотворенной нами картиной мира... Я всегда восторгалась творчеством очеркиста «Известий» Анатолия Аграновского. По содержанию его очерки мне почему-то напоминают ранние рассказы А. П. Чехова. По форме же публикации Аграновского иной раз можно спутать с новеллой: такой же стройный, лаконичный и динамичный стиль повествования. А что особенно интересно, «злоба дня» в его работах не отражалась ущербно на качестве публицистики. Она всегда была своевременной и современной. Как известно, А. Аграновский отражал и выражал умонастроения 60–70-х годов прошлого века. Как Чехов умонастроения конца XIX века. Почему мы и сегодня их чтим и читаем в равной степени внимательно как литературные произведения классика, так и очерки публициста? Просто они сумели не только, подобно большинству «реалистов» (критических или социалистических), отразить жизнь, но и повлиять на нее, продвинуть нас всех вперед в понимании того, что происходит вокруг тебя...

Еще один студент рассказал небанально о классике, поскольку считает — его как никого другого всегда интересовала история жизни обыкновенного человека. Иван Г.:

Указание на этот жанр во многих произведениях Чехова, на мой взгляд, кроется в реплике из шекспировского «Макбета»: «Жизнь — это история, рассказанная сумасшедшим, полная шума и ярости». Природа рассказывания — последовательное развертывание эпизодов, подчиненных определенной структуре (к примеру, «Хамелеон»). Задача — помочь читателю представить себе и эмоционально (смешно, трагично, пафосно, притчево) пережить то, о чем рассказывается («Толстый и Тонкий»). Сюжет очень важен: нужно, чтобы человек мог «примерить» ситуацию на себя или свое окружение («Дама с собачкой»). Жанр истории, освоенный «по чеховской технологии», на мой взгляд, дает журналисту искусство полной свободы распоряжаться материалом, в отличие от банального пересказа. Задача одна — увлечь. Поскольку важна фигура рассказчика, то важным элементом должна быть и избранная им интонация (возьмите хотя бы классические письма «ученому соседу» и Ваньки Жукова). Автор в своих умело поданных историях, как правило, выходит за рамки сиюминутности, вызывая у читателя эстетическую реакцию, задевает его душу, чувства — в этом для меня главный урок Антона Павловича Чехова.

Интересная параллель содержалась в работе студентки:

Зачиталась неожиданно актуальным для сегодняшнего дня памфлетом (я его так оценила) А. П. Чехова «Интеллигенты-кабатчики (Письмо в редакцию)»: *«Евгений Онегин и Печорин, метившие в члены присутствия, не выбраны, как лица, принадлежащие к числу содержателей питейных заведений в уезде. Лаврецкий, этот милый человек, посвятивший свою жизнь борьбе с народным пьянством и говорящий на юбилейных обедах такие горячие, смелые речи, не попал в члены, потому что держит три кабака и один трактир. Толстовский Левин отказался от председательства, ссылаясь на то, что он и его Китти только и живут доходами с кабаков. Юхновские предводитель, председатель земской управы и председатель съезда мировых судей, которые по закону должны были бы войти в состав присутствия, заменены другими лицами, так как торгуют в кабаках...»* Представила, что если бы нашелся сегодня яркий публицист, который бы подобно ему, высмеял дурость с ЕГЭ, который не смог бы сдать Пушкин с Лермонтовым, Толстой с Чеховым, вот это было бы круто!

Другой автор обратил внимание на такую очень популярную, по его мнению, у современных литераторов и журналистов «чеховскую» особенность творческого письма:

...во многих произведениях получает развитие мотив «не-развязки»: к примеру, внешне по сюжету не происходит развития, или мы так и не узнаем — придут ли герои к каким-то изменениям в своей жизни, и т. д. За тонкую стилистику и небанальное описание я очень полюбил впервые прочитанный мной рассказ А. П. Чехова «Невеста». Но мы ведь не знаем, что, кроме радости избавления, обрела его героиня?.. Из публицистов этот прием часто использует Дмитрий Соколов-Митрич. Он из числа немногих современных журналистов так же небанально может строить сюжет, умело интриговать, неспешно вплетать в стилистическую ткань жизнеописания героев, которых он несомненно любит. Вот любви-то к людям в современной, вечно спешащей куда-то журналистике как раз не хватает. Когда-то еще в школе я от учителя литературы услышал слова, поразившие меня. По-моему, Чехов (я сейчас искал, но не нашел их в письмах Антона Павловича) писал кому-то из близких людей: «Пишу длинно, потому что нет времени писать коротко...» Главная чеховская традиция — писать короткие тексты, но масштабные по уровню осмысления жизни вокруг тебя — нарушена не только в журналистике, но и литературе.

Когда читаешь подобные откровения, написанные рукой студентов, которых мы порой в запальчивости называем то «инфомальчиками», то «клиповым» поколением, понимаешь, как важно включать в задания элемент истинного творчества. Пробудить же его можно, лишь по-настоящему чем-то заинтересовав современных молодых людей или открыв для них новую сторону вроде бы очень знакомого автора. Поскольку литературная работа многих авторов конца XIX — начала XX в. — А. П. Чехова, А. М. Горького, не говоря уже о творчестве В. Г. Короленко, В. А. Гиляровского, А. Т. Аверченко и ряда других — была тесно связана хотя бы в начальный период непосредственно с их публицистической деятельностью, то, на мой взгляд, было бы большой ошибкой не учитывать это методически — при разработке программ и учебных заданий для студентов-журналистов и филологов. Может, и не в той форме, что приведена выше, в иной, более творчески выраженной.

Сейчас много говорят и пишут об отрыве современной журналистики и средств массовой информации в целом от «духовной» составляющей нашей

жизни. Аналитики, исследуя материалы газет, твердят, что герои, появляющиеся на страницах российских изданий, потеряли человеческое лицо и что сложившаяся ситуация отвечает запросам читателей, их «оскудевшим» интересам.

«Что случилось? Почему наш брат журналист так охотно превратился в скучного ремесленника, полагающего, что жизнь состоит только из Чубайса, курса доллара и евро, бандитов и проституток?» — об этом говорили мы на прошедшем в сентябре 2010 г. в Челябинской области Фестивале СМИ. Почему многие российские газеты и журналы похожи теперь друг на друга, как воспитанники сиротского приюта? В один день две-три разные газеты можно не открывать, все заранее известно: первое лицо улетело, но скоро вернется; Чубайс решил всех заморозить; два милиционера нашли три грамма наркотиков, семь гранат и отрубленную руку; Алла Пугачева сделала очередную операцию, но по ночам тайно ест сосиски; известные солисты после приснопамятного новогоднего «Голубого огонька» теперь начали на три голоса разучивать песню «Голубая тайга»; очередная авария или катастрофа: спастись не удалось никому; гороскоп, кроссворд или сканворд. Все... Как шутили Ильф и Петров, радио есть, а счастья почему-то нет. Как нет и ярких героев — и не только отличившихся минувшим летом на пожарах, но и в повседневной жизни, в труде и быту.

Наиболее популярное объяснение всей этой ситуации — изменившиеся требования современного печатного рынка. Читателю, мол, не нужны теперь журналистские экзерсисы, мысли, наблюдения и прочая авторская индивидуальность. Население торопится жить, зарабатывает с утра до ночи деньги и ему не до авторской «тягомотины». А если не хватает мучительных размышлений, выразительности и яркости русского языка — можно посетить Интернет, где, как в Греции, есть все, или на худой конец, что не модно, — городскую библиотеку.

В чем-то правы те, кто так считает — мучительных размышлений о судьбах современного человека, аналитических и «воспитательных» материалов в массовой прессе нынче встретишь немного. На первый взгляд — замкнутый круг. Мы, журналисты, сначала воспитываем своим, с позволения сказать, «творчеством» особого рода аудиторию, а затем сетуем на ее бездуховность. Пресса живет словно сама по себе, моделируя ту действительность, которую представляют себе журналисты или их хозяева, читатели же находятся совсем в ином, реальном «измерении». Предсказуемо практически все, о чем можно прочесть. Но ведь не на одних голых фактах, сенсациях, развлечениях держат тиражи ведущие общероссийские национальные издания?

К слову, жизнь простого человека была предметом исследований российской журналистики во все времена. Достаточно вспомнить, что многие литературные произведения русских писателей поначалу публиковались в газетах как публицистические заметки, репортажи, социографические очерки. Да и позднее при разных политических режимах на страницы газет попадали свои герои «из народа» — те, которые были востребованы временем, а иногда и опережали его.

Закончу тем, что послужило источником актуализации данной темы. Убежден — студентам эпохи информационной революции нужна прививка Чеховым и Буниным, Лесковым и Зайцевым, другими авторами, помогающими будущим

журналистам «на слух» воспринимать общественно-политическую и стилистическую фальшь и неискренность. Судьба Антона Павловича Чехова и его творчества в этом смысле, благодаря глубоким исследователям и энтузиастам, пропагандирующим даже отдельные произведения — к примеру, «Остров Сахалин», — складывается более счастливо. Но я не случайно упомянул Н. С. Лескова и Б. К. Зайцева. Мы провели среди недавних выпускников средней школы опрос, в котором просили назвать хотя бы одно произведение этих и ряда других, «не из обязательной школьной программы», писателей. Увы, не отличились в подавляющем большинстве своем даже будущие филологи и журналисты.

Следовательно, «прививку литературными классиками» нужно делать повсеместно. И как можно раньше. Иначе, как показывает практика, слово того же журналиста будет отзываться только в Интернете и звучать как пароль для опознавания «своих»: «Превед медвед...»

- 
1. Русский репортер: Лица России. Лучшие интервью и очерки о людях. 2010. 25–31 дек.
  2. Маркс Г. Т. О профессиональной деятельности социолога — 37 моральных императивов // Социс. 2008. № 1.
  3. Чехов А. П. Полное собрание сочинений : в 35 т. М., 2008. Т. 1.
  4. American Sociologist. 1997. Spring.

*Статья поступила в редакцию 15. 01. 2011 г.*

УДК 374.3 + 070.4 + 378.4

**М. Ф. Попова**

### **КАК ИЗ ЮШЕК ВЫРАСТАЮТ ЖУРНАЛИСТЫ: ПРИНЦИПЫ И ТЕХНОЛОГИИ ДОВУЗОВСКОГО ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

В статье обобщается опыт довузовской подготовки начинающих журналистов к обучению на факультете и к предстоящей профессиональной деятельности.

**Ключевые слова:** школа, юные корреспонденты, абитуриент, довузовское образование, профориентация, медиаобразование, сензитивность, образовательные компоненты.

***Юшки = учащиеся школы юных корреспондентов = начжурсы — так называли и называют на факультете журналистики УрГУ школьников, которые, проявляя интерес к профессии, пытаются методом погружения***

---

ПОПОВА Мария Федоровна — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: maria-rova@rambler.ru).

© Попова М. Ф., 2011

***узнать больше о журналистике, попробовать в ней свои силы, удостовериться в правильности выбора вуза и дела.***

У истоков этого важнейшего направления деятельности факультета стоял Леонид Алексеевич Кропотов. Школа юных корреспондентов (ШЮК) начала работу, скорее всего, в 1964 г.<sup>1</sup>

Надо уточнить, что это была не только личная инициатива молодого преподавателя: на профориентацию школьников и молодежи была настроена вся отечественная система образования. В то время на журфаке активно обсуждалась необходимость поиска *своего* абитуриента. Творческого конкурса еще не было (это особое и главное испытание введут в 1975 г.). Вступительные экзамены тогда были одинаковые для всех гуманитарных факультетов. Но ведь специфика профессии журналиста предполагает наличие хоть какой-то расположенности к творческой деятельности. О необходимости профильного отбора много говорили и в университете, и на методическом совете по журналистике в Москве (выступления В. А. Шандры и В. Н. Фоминых). В результате возникла идея ШЮК.

Школа юных стала для факультета одновременно возможностью профориентации, профконсультации, начальной профессиональной подготовки и выявления одаренных, расположенных к журналистской работе выпускников школ. Для самих старшекласников это была возможность: а) проверить до вуза свои силы; б) узнать что-то конкретное о будущем деле; в) установить более тесные связи с факультетом (знакомство с его традициями, общение с преподавателями и студентами, участие в открытых мероприятиях — День открытых дверей, «Весна факультета» и др.).

Какое-то время существовала только очная форма работы. Свердловчане занимались регулярно, по расписанию, в университетских аудиториях. Характер занятий: лекции-беседы, встреча с журналистами-практиками и студентами, обязательное выполнение творческих заданий и их разбор. Но почти сразу возникла идея заочной школы — обучения потенциальных абитуриентов из отдаленных районов Свердловской области и из соседних областей. Рассылались объявления по газетам, информация передавалась через выпускников и студентов, выезжающих на практику.

У заочной школы были и свои преимущества, и свои сложности: индивидуальную работу с учащимися вели студенты, школьникам высылались задания, полученные работы обстоятельно разбирались, рецензировались. На каждого студента приходилось по три — пять школьников. Группа формировалась часто по принципу землячества. Я, например, помню, что переписывалась с Галей Чудиновой, Юлей Верховых и Леной Воробьевой из Верещагинского района

---

<sup>1</sup> В книге М. В. Ситниковой и Р. Л. Исхакова «Прикосновение к харизме» рядом с упоминанием о ШЮК стоит 1962 г. [1, 144]. Однако в личном деле Л. А. Кропотова, в его «Отчете о выполнении научно-педагогической и воспитательной работы с сентября 1961 по декабрь 1963 года» (документ датирован 7.12.1963 г.), речь о школе юных корреспондентов еще не идет. В 1963 г. Л. А. Кропотов выполнял обязанности декана, и вряд ли у него была возможность лично заниматься школьниками. А в отчете, написанном в 1965 г., уже упоминается пропедевтическая работа Леонида Алексеевича.

Пермской области. Девочки потом поступили на факультет и успешно его закончили. Подобных примеров можно привести много. Это было удобно: когда студенты приезжали домой на каникулы, они могли лично встретиться с подшефными, проконсультировать их по сложным вопросам. Такие эпистолярные контакты продолжались нередко и по два-три года. Всем респондентам настоятельно рекомендовали сотрудничать с ближайшими редакциями (где опять же была опора на выпускников, на студентов-заочников). Во время школьных каникул ребят приглашали на факультет (решали вопросы и с жильем, и с культурной программой, и, конечно, с обучением). Очень серьезно занимался всем этим совет заочной ШЮК. Студенческий актив подбирал возможные группы, оказывал методическую помощь «коллегам», осуществлял контроль за тем, как студенты ведут своих подопечных. Конфликтных ситуаций, как правило, не возникало: кураторов отбирали ответственных, по их желанию и расположению. Значимость такой общественной работы подчеркивалась деканатом всегда. Руководители из числа преподавателей в течение многих лет занимались со школьниками: Л. А. Кропотов — с 1964 по 1975 г., Л. И. Фролова — с 1975 по 1988 г., М. Ф. Попова — с 1988 по 1998 г., Л. А. Вяткина (Третьякова) — с 1998 по 2003 г.

В итоге действительно на факультет стали приходиться *свои*, проверенные делом, утвердившиеся в выборе, лучше подготовленные, ориентированные на уже знакомую профессию, абитуриенты. Их процент в общем числе поступающих повышался год от года. Первокурсники из юшек легче адаптировались в университете и в общежитии, лучше сдавали экзамены, особенно профильные, активнее участвовали в общественной работе, в том числе уже сами вели переписку с абитуриентами. Совершенно очевидно прослеживается связь поколений: надолго, на годы учебы, сохранялся контакт с бывшим наставником, который оказывал младшему студенту помощь в сложных учебных, да и просто житейских ситуациях<sup>2</sup>.

В системе довузовского образования школа юных корреспондентов всегда была центральным, стержневым звеном. С самого начала установка давалась на подготовку абитуриентов «для себя». Хотя постоянно подчеркивалось, что нет никакой трагедии, если вдруг кто-то в ходе довольно напряженной работы поймет, что журналистика не его дело. Чем раньше человек окунется в эту среду, тем меньше будет потом ошибок и разочарований. Эти соображения навели на мысль о том, что кроме учащихся выпускных классов неплохо было бы привлекать в ШЮК и девятиклассников, даже восьмиклассников. К тому же каждый возраст сензитивен к определенной информации, к развитию тех или иных умений и навыков. Раннее развитие давало лучшие результаты, поэтому наряду с профориентационной направленностью появилась установка и на развитие творческих способностей. Особенно это стало значимо после 1996 г., когда открылись подготовительные курсы, сначала централизованные, а затем

---

<sup>2</sup> Сведения о периоде становления очной и заочной школы юных корреспондентов почерпнуты из личной беседы с Л. И. Фроловой, которая руководила ШЮК 13 лет, в 1977–1987 гг. совмещая ее с обязанностями заместителя декана.



и факультетские (воскресная школа). Изменились акценты: курсы имели репетиторный характер, а ШЮК работала уже как кружок по интересам, как и раньше, на безвозмездной основе, хотя и сохранялась по-прежнему ориентация на требования вступительных экзаменов. Слушатели занимались на факультете и по три, и по четыре года (это уже самые ориентированные на профессию).

В 1993–1995 гг. на факультете журналистики УрГУ по заказу школ разного типа (из Екатеринбурга, Перми, Оренбурга, Кургана, Ноябрьска, Прокопьевска, Нижнего Тагила) была разработана программа курса «Основы журналистики» для одной, двух и даже трех ступеней средней школы [3]. Заказы эти имели разную целевую установку: на юнкорский кружок, на спецкурс по выбору, на обязательный спецкурс. В последнем случае учащиеся получали отметку в школьном журнале и в документе о среднем образовании. Такая программа предполагала расширение спектра дисциплин гуманитарного модуля, привлечение в учебный процесс неспецифических для школы методик, увеличение возможностей развития личности ребенка, повышение статуса школы за счет использования университетской программы начальной профессиональной подготовки и привлечения преподавателей из высшего учебного заведения. Общественная жизнь школы активизировалась с помощью информационного обеспечения, реализовывалась возможность интеграции в информационный процесс города и области.

Выгода от такого сотрудничества для университета и для факультета была также очевидной: процесс обучения начинался гораздо раньше, число школьников, заинтересованных в профессии, заметно увеличивалось.

Сегодня во всем мире, в том числе и в России, широко развито направление деятельности школы, которое называют «media education». Во многих, даже провинциальных, школах, преимущественно в старших классах, появился предмет «медиакультура» (или «медиаобразование»). По мнению А. Шарикова, одного из первых исследователей и практиков этого направления в нашей стране, «сверхзадачей медиаобразования стала подготовка человека к полноценному включению в систему связей в процессе массовой коммуникации, т. е. приобретение осознанного опыта невербального восприятия, освоения языка медиа (что позволяет лучше понимать содержание медиатекстов), умения критически осмыслить информацию...» [2, 10–11].

Программа «Основы журналистики» была значительно шире и конкретнее. Наряду с задачами медиаобразования в нее входили задачи по формированию творческой личности, развитию школьников как *субъектов* информационного процесса. С учетом возрастной трехступенчатой периодизации детства предполагалось интенсивное использование активных методов обучения.

**Первая ступень.** Дети шести – восьми лет. Установка на пробуждение личности, стремление убедить окружение ребенка в самоценности растущего человека, развитие фантазии и творческого отношения к миру, увеличение активного словарного запаса, тренировка памяти и внимания, расширение круга интересов, привитие вкуса к слову, фразе, тексту. Обязательное знакомство с основами психологии общения: умение слушать друг друга, понимать, прощать, уступать. Неразрывная связь с дисциплинами нормативного цикла. Газеты, журналы,

радио и телепередачи используются в качестве исходного, наглядного, вспомогательного материала. Необходимое направление — воспитание медиакультуры.

**Вторая ступень.** Отроки девяти — тринадцати лет. В это время писать и печататься хотят все, независимо от наличия реальных умений. Важно выявлять природную склонность ребенка к тому или иному направлению творчества, побуждать к нему, стимулируя *потребность* детей *развивать себя*. Память в этом возрасте еще достаточно подвижна, есть возможность постоянно увеличивать активный словарный запас учеников. Уместно дать понятие о психолингвистике, о формах устной и письменной речи. На уроках, поскольку внимание еще неустойчиво, рекомендуются частая смена темпоритма занятия, активные формы освоения материала. По-прежнему актуально воспитывать вкус к чтению, прививать культуру общения с миром массовых коммуникаций. Обязательно должно быть реальное воплощение детского творчества — в стенгазете, альманахе, журнале, радиопередаче. Время говорить не только о профессии вообще, но уже о жанрах и формах публицистики, о методах работы с информацией.

На **третьей ступени** — в 14–16 лет и в выпускных классах — предусматривались два направления. Первое — общеознакомительное: всякий образованный человек должен иметь представление о мире массовых коммуникаций, уметь пользоваться информацией, быть способным выразить свою позицию публично (доступно, толково, убедительно донести мысль до большого числа людей). Подчеркивалось, что даже если ребята и не станут в будущем профессиональными журналистами, то сохранив интерес к делу, способность к речетворчеству, они смогут пополнить ряды нештатных авторов газет и журналов.

Второе направление — профориентационное, т. е. целенаправленная подготовка к профессии, к поступлению на факультет журналистики. С 1975 г., когда появился вступительный экзамен «творческий конкурс» с обязательным представлением публикаций и рекомендации от редакции зарегистрированного СМИ, стала оказываться помощь в литературной работе и в налаживании контактов с профессиональными журналистами, наряду с познавательными и развивающими упражнениями. Эти два направления, конечно же, отличались интенсивностью занятий, требованиями, которые предъявлял преподаватель к текстам, объемом знаний и умений авторов в сфере журналистики, социальной направленностью юнкорской деятельности.

Связь со школами поддерживалась постоянная, оказывалась методическая и консультативная помощь, школьники вовлекались в жизнь факультета (например, участвовали в Днях открытых дверей, выступали с рефератами на студенческих конференциях и даже публиковались в научных сборниках).

В школе юных корреспондентов стационарно занимались ежегодно от 80 до 150 учащихся. Кто-то выбирал ШЮК вместо скучного межшкольного УПК (учебно-производственный комбинат), кто-то находил в ней возможность преодолеть дефицит общения со сверстниками (здесь создавалась действительно дружеская, творческая атмосфера), но большинство слушателей использовали занятия на факультете по их прямому назначению — для подготовки к вступительным экзаменам на журфак.

Конец 80-х — начало 90-х гг. отмечены мощной волной юнкоровского движения по всей стране. Школа юных корреспондентов активно участвовала в мероприятиях начжуров. Ребята ездили в соседние области на юнкоровские сборы: на «Журналину» в Челябинск, на «Волжские встречи» в Чебоксары, в подмосковный Звенигород. Преподаватели факультета работали в составе жюри, в мастер-классах на всевозможных фестивалях и конкурсах: «Дебют», «Серебряное перышко», «Майская радуга», «Малахитовая шкатулка», «Портрет поколения», «Алмазные грани». И это тоже была результативная форма освоения азов профессии, возможность рассказать о факультете, выявить и привлечь одаренных выпускников школ.

**Главный принцип**, которому следовали во все времена и во всех вариантах и формах работы с юными, — активная связь со средствами массовой информации, обязательная публикация творческих работ ребят на страницах периодики. Неоценимую помощь в этом оказывала факультету редакция городской газеты старшекласников «Окно», которая выходила в Екатеринбурге с 1989 до 2007 г. Редакция представляла собой разновозрастной коллектив, где старшие (в том числе взрослые редакторы и сотрудники Л. Вяткина, А. Третьяков, И. Лисник, Н. Эбель, Ю. Белозерцева) щедро делились опытом с младшими. Это было сообщество сверстников, которое давало ребятам чувство эмоционального благополучия и устойчивости, признание и одобрение со стороны значимых людей. Поначалу просто передавались в редакцию наиболее удачные материалы с занятий или работы, выполненные в качестве домашнего задания. Потом часто темы «заказывала» сама редакция «Окна». Был даже период (2005–2007), когда в первом семестре занятия по тематическому плану-графику вели преподаватели в университете (теория, мастер-классы), а во втором семестре юшки переходили в редакцию и методом погружения осваивали этапы создания газеты. Как писал один из авторов-юшек, «именно в тот момент, когда ты держишь в руках такую незнакомую, еще пахнущую краской газету, просто через край льется такое эгоистичное счастье...» [3]. Содружество «Окна» и ШЮК реализовалось и в ежегодных фестивалях-конкурсах школьного самиздата «Шило». К рекомендациям абитуриентов из редакции «Окна» на вступительном экзамене «Творческий конкурс» относились с большим уважением.

С помощью С. В. Лебедевой юшки публиковались в газете «На смену!». Проводился совместный — газеты и факультета — областной конкурс «Зеленая ветка», победители которого получали «автомат» на творческом экзамене. Вот уже 10 лет сотрудничают начинающие журналисты с «Областной газетой» (приложение для детей «Новая эра»). Здесь также проводится областной конкурс юных корреспондентов, лауреаты которого имеют преимущества на вступительном экзамене.

Закрылось «Окно», перестала выходить «На смену!», многие местные газеты, стесненные рыночными обстоятельствами, стали отказывать начинающим авторам в публикациях. В какой-то мере эту проблему удастся решать нынче за счет учебных газет. Абитуриенты, как и студенты первых курсов, с помощью кураторов выпускают свой номер «Журналиста».

***Писать на каждом занятии!*** — второй основополагающий принцип ШЮК. В учебной программе этот творческий тренинг называется «этюд», и цель его — отработка навыков письма. Он лучше всего подходит для завершения занятия. Само задание не предполагает завершения, проработанного материала на заданную тему. Это набросок, в котором есть зерно, идея. Даются две-три темы на выбор, они могут быть связаны с темой урока или готовящегося номера газеты, могут быть привязаны к календарной дате. Часто это просто темы с прошлогоднего творческого конкурса. Оценивая сочинение, преподаватель предъявляет к нему те же требования, какие предполагаются на экзамене.

Разбирая, оценивая работы школьников, важно помнить о том, что это начинающий автор. Отвадить от факультета, от журналистики очень просто — стоит недоброжелательно, обидно отозваться о материале. Даже оценки у юшек были нетрадиционные: «неплохо», «можешь лучше», «уже хорошо», «в номер!».

***Самостоятельная работа*** — третье правило жизнедеятельности ШЮК. Впрочем, оно универсально для нашей профессии. Как пишет Т. Фролова, «передача и получение знаний не являются более главной целью образования. Знания стремительно устаревают. Миру нужна человеческая личность... способная нести ответственность за свои действия, умеющая работать с информацией, продолжающая образование в течение всей жизни... Что позволяет быстро освоить любые конкретные практические умения» [5, 81]. Самообразование предполагает постоянные тренировки и дома. Даются оперативные задания (поиск информации, опросы), предлагаются пролонгированные темы «Репортерский километр», «Репортерский дневник», «Поди туда, не знаю куда. Приноси то, не знаю что». Учебная газета тоже готовится обычно во внеучебное время. Настоятельно рекомендуется читать периодику, смотреть конкретные телевизионные программы. Потом на занятиях целенаправленно, а иногда стихийно обсуждаются прочитанные и просмотренные материалы. Культивировать собственные способности невозможно без знакомства с образцами журналистики, как отечественной, так и международной.

***Система образовательных компонентов.*** Программа довузовской подготовки нацелена в первую очередь на развитие качеств, необходимых для благополучной сдачи творческого конкурса и успешного обучения на факультете журналистики. А значит, в совсем недалекой перспективе — и для работы в СМИ.

Во-первых, это теоретический курс в виде лекций-бесед, который предполагает разговор об истории мировой и особенно отечественной журналистики, о системе СМИ, о профессии и профессиональных компетенциях выпускника, о требованиях, которые предъявляют к дипломированному специалисту в редакциях, об основных источниках информации и работе с ними, о методах и жанрах медиатекстов.

Во-вторых, практические занятия, тренинги по формированию профессиональных навыков и свойств личности, без которых успешный журналист состояться не может: коммуникативные способности, образное мышление, активный словарный запас, логика, память, чувство юмора... Эти упражнения апробированы многолетней практикой ШЮК, есть такие, которые применялись

еще Л. А. Кропотковым, Л. И. Фроловой, какие-то скорректированы для современных условий. И еще: почти любое из заданий способствует развитию не одной отдельно взятой способности ученика, а целому комплексу.

В-третьих, основная проблема для большинства начинающих (и не очень начинающих) авторов — русский язык. Беспокоит не только грамотность, но и недостаточный *активный* словарный запас, затруднения в оперативном выборе слова — точного, свежего и выразительного. Помочь в этом призваны лингвистические (психолингвистические) разминки, словарно-терминологические диктанты, языковые эксперименты, упражнения с фразеологизмами. Лингвистические разминки удобно использовать в начале занятия как упражнение, вводящее в творческую атмосферу урока; как возможность перехода к другому виду деятельности; как заполнение незапланированной паузы. Необходимы предварительное пояснение или завершающий комментарий о том или ином языковом явлении и, конечно же, примеры из практики, когда оно в качестве выразительного приема улучшает текст. Как пишет в книге «Средства выразительного письма» Л. М. Майданова, «для человека, который хочет посвятить свою жизнь созданию текстов, необходимо вжиться, “вчувствоваться” в прием, а не просто знать его название и логическое определение» [2, 4].

Время меняет формы и возможности довузовской подготовки. Нынешний куратор школы юных корреспондентов В. А. Волкоморов, кроме традиционных занятий в аудитории, практикует консультационное общение с иногородними абитуриентами на сайте факультета, где в открытом доступе рецензируются и обсуждаются работы начинающих журналистов. Это своеобразная заочная форма работы с теми, кто заинтересован в своем профессиональном росте. Есть возможность регулярного виртуального контакта с председателем предметной комиссии В. М. Амировым, с другими преподавателями и деканом факультета в их блогах. Сохраняется традиция Дней открытых дверей во время школьных каникул.

Так из юшек вырастают журналисты, профессионалы, мастера. Вырастают сами, но материал для работы над собой, условия и технологии для развития, творческую среду они находят на факультете. Иногда возвращаются сюда в иной, но ожидаемой роли: Юрий Чемякин, Евгения Горина стали преподавателями, Вячеслав Захаров, Геннадий Качиньский, Алена Вугельман ведут занятия со студентами, совмещая их с основной работой в СМИ. Один из самых любимых первокурсниками преподаватель — А. В. Антошин признался как-то, что он тоже занимался в юшках, но не поступил на журфак. Он закончил исторический факультет, защитил кандидатскую, потом докторскую диссертации. Вернулся на факультет журналистики преподавателем истории отечества.

- 
1. Исхаков Р. Л., Ситникова М. В. Прикосновение к харизме. Екатеринбург, 2006.
  2. Майданова Л. М. Средства выразительного письма : учеб. пособие для студентов направления «Журналистика». Екатеринбург, 2009.
  3. Окно. 1999. № 12.

4. *Попова М. Ф.* Основы журналистики в средней школе. Учебная программа для учащихся 1–11 классов // Основы журналистики : сб. общеобраз. программ для учащихся 1–11-х кл. Екатеринбург, 1998.

5. Современное журналистское образование: технологии и особенности преподавания / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2008.

6. *Шариков А. В.* Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. М., 1990.

7. *Шариков А. В., Черкашин Е. А.* Экспериментальные программы медиаобразования : для старших классов школ гуманитарной ориентации. М., 1991.

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 070.423.1 + 070.423.5 + 070.45 + 070.26

**В. И. Доможиров**

### **ЮНКОРОВСКОЕ ДЕЛО ОТРЯДА «КАРАВЕЛЛА»**

В статье обобщается пятидесятилетний опыт работы на Урале детско-юношеского пресс-центра «Каравелла», его технологии юнкорской работы, профессиональной ориентации и медиаобразования выпускников.

**К л ю ч е в ы е с л о в а :** юные корреспонденты, пресс-центр, медиаобразование, разновозрастное объединение, стенная газета, профориентация, отряд.

Отряд «Каравелла» появился в Свердловске (ныне Екатеринбург) летом 1961 г. Его создали известный детский писатель, в то время свежеепеченный выпускник факультета журналистики УрГУ Владислав Крапивин и группа подростков одного из отдаленных от центра районов города под названием Уктус. Официальным днем рождения организации считается дата первой записи в вахтенном журнале вымышленного корабля «Бандерилья», сделанная 2 июля. Полное название отряда — пресс-центр и парусная флотилия «Каравелла» имени Аркадия Гайдара.

Дело, начавшиеся с романтической игры на чердаке одного из домов Свердловска, живет и развивается уже почти пятьдесят лет. Дело, истоки которого зародились в том числе и в стенах Уральского университета на факультете журналистики. Именно поэтому ведущим направлением жизни отряда 60-х гг. стала юнкорская работа. Первая стенная газета с броским названием «Тигренок Санька» появилась на стенах свердловских домов и, помимо рассказов о веселой жизни советских ребятишек, разоблачала и взрослые пороки того времени. Заметки в стенгазете молодого отряда («Каравелла» тогда носила имя «БВР» — «Берег веселых робинзонов») становились основной для злободневных публикаций в местной и центральной прессе.

Как отмечает Л. А. Крапивина, «в годы строительства социализма задача формирования позиции социально активных граждан была ключевой для ком-

---

ДОМОЖИРОВ Всеволод Ильич — старший преподаватель кафедры периодической печати Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: vsevolodd@mail.ru).

© Доможиров В. И., 2011

мунистического воспитания. Реализовывали задачи две массовые организации всесоюзного масштаба: пионерия и комсомол. Они охватывали в своих рядах до 90 % всего молодого поколения страны в возрасте от 9 до 28 лет. Организации основывались на общих подходах к общественной работе, единой программе и технологиях, обеспечивающих по замыслу их авторов достижение определенного обязательного для всех уровня политической грамотности, нравственности и гражданской активности» [3, 62].

Именно к позиции гражданской активности и честности прессы призывали юнкоры «Каравеллы» в период хрущевской «оттепели», а еще к выполнению принципа добровольности участия детей в пионерских отрядах, формально закрепленном в уставных документах, но не выполняемом в реальности.

Юнкоровская работа независимого детского пресс-центра из Свердловска сразу привлекла внимание государственных органов. На коллективные публикации ребят обратили внимание печатный орган Всесоюзной пионерской организации им. В. И. Ленина газета «Пионерская правда» и журнал ЦК ВЛКСМ и Центрального совета Всесоюзной пионерской организации «Пионер». И вот «из редакции “Пионера” опять пришел пакет, в который были вложены юнкоровские удостоверения для каждого из ребят и официальное сообщение, отпечатанное на редакционном бланке: “Редколлегия журнала “Пионер” вручает алый отрядный флаг специальному корреспондентскому пионерскому отряду в городе Свердловске. Декабрь, 1965 год”» [7, 11].

Красное знамя, на котором ребята должны были отмечать добрые дела, сделанные юными корреспондентами, к весне 1967 г. заполнилось знаками, свидетельствующими о выполненных юнкоровских делах отряда. За полтора года удалось выполнить 41 общее дело, и «группа капитанов отвезла отрядное знамя в редакцию журнала “Пионер”» [Там же, 13]. Взамен редакция вручила новое знамя, которое и по сей день выносят знаменосцы «Каравеллы» на каждую линейку.

Через юнкоровских дел свела детский отряд из Свердловска со многими изданиями и интересными людьми. Пресс-центр побывал во Всесоюзном пионерском лагере «Артек» и Всероссийском пионерском лагере ЦК ВЛКСМ «Орленок», оставив в последнем действующий пресс-отряд с говорящим названием «Каравелла», участвующий в производстве газет ВДЦ «Орленок» и сейчас. В Свердловске юнкоры сотрудничали с ведущими городскими и областными изданиями: «Вечерним Свердловском», «Уральским рабочим», «На смену!», «Уральским следопытом», «Честным словом», «Тихой минуткой» и др. Появляются выпускники отряда, для которых журналистика становится главной в жизни.

В первые десять лет жизни отряд меняет несколько названий: «БВР», «Мушкетер», «Зеленый патруль», «Лесная звезда», «Ветер» — и, наконец, завершает поиск в 1968 г. «Каравеллой».

В течение всех пяти десятилетий в отряде продолжает выходить стенная газета. 29 мая 1972 г. в отряде появился литературный альманах «Синий краб» [4, 26]. Среди его создателей были два известных человека: президент агентства ЮНПРЕСС — Сергей Борисович Цымбаленко и писательница Наталья Зоревна Соломко. В семидесятые годы они жили в Свердловске и работали на

общественных началах инструкторами в отряде «Каравелла»» [6]. Появление этого ежегодного журнала позволило объединить все творческие работы каравелльцев в отдельном проекте, таким образом, в отряде на долгие годы закрепляется второе средство массовой информации, наравне с еженедельной стенной газетой.

Очередной виток своего развития пресс-центр преодолел в 2005 г. в момент создания своего официального сайта и парусной флотилии [www.carabela.ru](http://www.carabela.ru). Отныне юнкоровские дела и заметки появляются в глобальной сети, обобщая опыт прошлых десятилетий и показывая работу пресс-центра сейчас.

За долгие годы отряд собрал, разработал и закрепил несколько ключевых для «Каравеллы» репортерских технологий. Большинство из них связаны с **программными положениями отряда**, принятыми в конце 60-х гг. XX в.:

**«ОТКРЫТИЕ** — Мир громаден, интересен, сложен и беспокоен. Каждый человек открывает этот мир для себя заново, как Колумб открыл Америку. Все знания, науки, сокровища искусства — как новые острова и континенты для тех, кто вступает в жизнь. Мы хотим знать мир, в котором живем. Мы назвали наш отряд «Каравелла», потому что он, как корабль, который плывет к новым открытиям.

**СТАНОВЛЕНИЕ** — Настоящий человек не может быть в жизни зрителем. Он должен быть строителем и борцом. Чтобы стать таким, ему нужен настоящий характер. Воспитание характера — прямого, смелого, упорного — мы считаем важной задачей.

**ВМЕШАТЕЛЬСТВО** — Характер воспитывается не только лекциями и книгами. Он крепнет в делах. Мы корреспонденты. Уже сейчас мы должны активно участвовать в жизни. Мы должны рассказывать людям обо всем интересном, полезном и важном, что знаем и видим. Мы обязаны вступать в борьбу, если встретим на своем пути несправедливость. Вмешательство в жизнь, активное участие в ней — наше главное правило» [1, 94–95].

Формирование позиции борца многие годы было особой чертой каравелльского воспитания, иногда с уходом в крайность, — недаром на стене в главной («знаменной») комнате «Каравеллы» находится картина «Гибель барабанщика», как предупреждение о необходимости защиты детства от жестокости и насилия взрослого мира. В отряде по-прежнему главенствует принцип борьбы с любой несправедливостью, но борьбы, принятой в современном демократическом обществе, т. е. не заканчивающейся гибелью детей.

В процессе выпуска стенной газеты за пять десятилетий были апробированы некоторые уникальные и формообразующие особенности.

**Доступность формата.** Организовать производство стенной газеты никогда не представляло трудностей технического плана. Будь то рукописный текст или напечатанный на машинке, его написание или набор не составят труда для любого ребенка и не потребуют от него специфических технических знаний, например, программы верстки или навыков опытного пользователя персонального компьютера. Самиздатовский формат исключает зависимость от взрослого, владеющего технологиями, и открывает массу творческих возможностей для ребенка.



**Сменность главного редактора.** Технология еженедельного выпуска газеты в «Каравелле» подразумевает постоянную смену главного редактора. Его роль выполняет более опытный ребенок, обычно старший по возрасту. Выпуск очередного номера стенгазеты — обязанность дежурного экипажа (группы детей, объединенных с учетом разновозрастного принципа). Таким образом, поскольку в активном основном составе отряда параллельно функционируют несколько экипажей, возможность проверить свои силы и приобрести опыт организационной работы в качестве главного редактора получает большая часть основного состава, что, конечно, нереально в стандартных условиях выпуска газеты.

**Регулярное обновление названия.** В традиции пресс-центра «Каравелла» менять название основного издания после выхода каждых ста номеров. Название всегда придумывают сами юнкоры и утверждают его на общем собрании отряда. Технология позволяет новым редакциям осуществлять свободный поиск идей, концепций и форматов, что редко удается реализовать в классических редакциях, учитывая требования ФЗ «О средствах массовой информации» о «постоянном названии» [5].

**Разновозрастная редакция.** Этот общий для «Каравеллы» способ объединения детей действует и в редакциях. Любую редакцию любого каравелльского издания образуют ребята разного возраста. Таким образом успешно решаются проблемы преемственности поколений, поскольку старший всегда обучает младшего; естественной конкуренции между детьми одного возраста, ведь конкуренция в таком способе организации работы может быть только между редакциями, что ведет к совершенствованию изданий и развитию пресс-центра в целом.

**Интернет-версия в социальной сети.** Обязанность редакции и главного редактора разместить свой номер стенной газеты в специальной группе в социальной сети «В контакте» способствует грамотному освоению новых технологий и инструментов распространения информации. Также возможность масштабного распространения юнкорского труда в интернет-пространстве позволяет пресс-центру транслировать опыт во внешнюю среду.

Почти тридцатилетний опыт выпуска литературно-художественного альманаха «Синий краб» дает возможность обобщить технологии журналистской работы с литературными произведениями, что, безусловно, важно для современной журналистской профессии в контексте особенностей исторического развития журналистики в России.

**Свобода творчества.** Данный принцип позволяет отойти от стандартной концепции информационной журналистики и вернуться к осмыслению личности через литературное и художественное творчество. Большинство детских изданий вынуждены объединять творчество литературное с информационными сообщениями. Альманах, в свою очередь, позволяет воспринимать прозу и поэзию отдельно от информационной составляющей нашей ускоряющейся жизни. Параллельно с этим у каждого автора есть возможность оформить материал так, как он считает необходимым, что исключает современные конфликты автора с издательством на почве стиля оформления произведения.

**Представление автора.** Помимо традиционного представления литературных произведений в формате альманаха «Синий краб», существует рубрика

«Об авторах», которая позволяет показать живого человека, а не только безликие инициалы в начале или в конце произведения. При этом честь представить автора предоставляется его друзьям, командирам, матросам. Эта технология превращает конечный продукт в уникальное издание, которое с удовольствием читают люди разных поколений. «Синий краб» всегда пользуется заслуженной популярностью среди выпускников и ветеранов «Каравеллы».

**Объединение вокруг общего дела** — важный принцип для долговременной работы любой организации, в том числе и детского пресс-центра. Выпуск альманаха выделяется из общей, иногда рутинной, жизни юнкорской редакции и позволяет сделать неторопливую и качественную работу в группе единомышленников. Многие детские и юношеские организации и объединения закончили свою деятельность через несколько лет с взрослением людей, их составлявших. Наличие и обновление общих дел внутри организации позволяют решить проблему уставания друг от друга и в симбиозе с другими принципами обеспечивают долголетие организации.

Пример последнего из наиболее значимых проектов — подготовка воспоминаний для Книги Памяти «Непридуманные герои — переключки времен и событий», посвященной юбилею Великой Отечественной войны. «Кто-то брал интервью у родственников, кто-то знакомился с ветеранами в транспорте и на улице, кто-то садился на краешек кровати больного в госпитале ветеранов войн и просил ответить на вопросы» [2, 170]. Объединенные общим делом создания книги все юнкоры пресс-центра мобилизовали максимальные усилия для сбора информации — за два месяца было проведено несколько пресс-конференций, десятки интервью, написаны и отредактированы все тексты, сверстан и отдан в печать макет. Книга попала в руки наших героев в начале мая — накануне празднования Дня Великой Победы.

**Разнообразие форматов реализации.** Современные технологии дают возможность средствам массовой информации искать иные формы распространения информации [5]. Так и самиздатский литературный альманах «Синий краб» получил перспективы реализации в сверстанном издании, отпечатанном в типографии; в интерактивной форме на цифровых носителях, в веб-сайте, размещенном в глобальной сети. Эти формы еще предстоит освоить пресс-центру для популяризации и распространения данного издания.

Появившаяся пять лет назад форма распространения результатов юнкорской работы ребят из «Каравеллы» уже дала свои плоды и позволяет обобщить некоторые важные особенности работы над контентом сайта [www.sagabela.ru](http://www.sagabela.ru). Помимо уже упомянутого выше объединения вокруг нового общего дела, юнкоры пресс-центра задействованы в *представлении опыта организации вовне*. Участие в этом процессе позволяет ребенку осознать значимость своей журналистской деятельности и с большей ответственностью относиться к подготовке качественного материала. Также высокие требования к качеству публикаций на сайте пресс-центра создают эффективную *систему поощрения лучших репортеров*.

**Создание уникального контента.** Особый способ обработки текстов, подготовленных юнкорами, позволяет сохранять неформальный стиль освещения

событий с точки зрения ребенка и в то же время выстраивать текст согласно требованиям журналистских жанров и интернет-формата. В глобальной сети на данный момент не так много ресурсов, публикующих такого рода индивидуально-личностный контент.

Реализовать все эти аспекты работы пресс-центра «Каравелла» позволяет комплекс учебных программ по журналистике, разработанных в организации. Первым опытом методического обобщения юнкорской работы стала учебная программа руководителя отряда Л. А. Крапивиной «Основы журналистики и организация детского пресс-центра», которая является примером образовательной программы в русле современных тенденций медиаобразования. Продолжением стала программа нынешнего руководителя пресс-центра В. И. Доможирова «Основы журналистского мастерства: медиакультура современного подростка», которая была разработана с учетом новых форм распространения информации и работы с детьми, современных инструментов создания продукции СМИ. Обе программы после апробации в течение многих лет в пресс-центре и на всероссийских сборах разновозрастных объединений в нескольких городах России и Свердловской области были сертифицированы.

Система обучения юнкоров ориентирована на две основные задачи. Во-первых, это общее знакомство детей с деятельностью журналистов в средствах массовой информации, для чего используются лекции-беседы на актуальные профессиональные темы, а также интерактивные формы взаимодействия с различными СМИ. Последние годы в пресс-центре стали уделять повышенное внимание контактам со средствами массовой информации Екатеринбурга, Свердловской области и России в целом. Такое внимание подкреплено также интересом самих представителей СМИ к деятельности отряда «Каравелла». Взаимный интерес помогает осуществлять *подготовку детей к общению с представителями СМИ*, что приводит к формированию профессиональной компетенции подростков и молодежи в рамках системы медиаобразования. Постоянные творческие встречи и мониторинг публикаций средств массовой информации позволяют в рамках освоения учебной программы осуществить *практическое знакомство с работой журналистов*.

Важно отметить, что занятия в пресс-центре — это не кружок по интересам, а обязанность каждого члена организации. Таким образом, медиаобразование доступно и, подчеркну, обязательно для любого каравелльца. Кроме того, все направления воспитательной работы в «Каравелле» тесно переплетены с образовательными программами.

Во-вторых, обучение направлено на выявление в среде юнкоров наиболее талантливых авторов и ребят, ориентированных на поступление на факультет журналистики. С ними проводятся дополнительные индивидуальные занятия, призванные развить профессиональные навыки и обеспечить необходимое количество публикаций для поступления на журфак.

В целом занятия журналистикой — социально значимой профессией позволяют наравне и во взаимодействии с другими: спортивными, гражданскими и патриотическими программами и делами — формировать личность ребенка с эмоционально-нравственным стержнем.

За почти пятидесятилетнюю историю пресс-центра в организации подготовлены более 3 тыс. профессиональных журналистов, которые работают в российских и международных СМИ. Среди них наиболее известными являются заместитель редактора журнала «Коммерсант Власть» Вероника Куцыло, исполнительный директор информационного агентства «Интерфакс Урал» Денис Болихов, редактор молодежной странички «Новая Эра» в «Областной газете» Валентина Чемезова, главный редактор детских программ на «Первом» Александр Школьник и многие другие.

За долгие годы сложилась определенная традиция взаимосвязи журналистского образования и работы пресс-центра «Каравеллы». С одной стороны, многие журналисты-педагоги тяготели к работе в отряде, часто взрослый человек со сформировавшимся мировоззрением, журналист, окончивший факультет журналистики, приходил в пресс-центр и оставался в нем на долгие годы, передавая свой опыт и знания ребятам. Таким был создатель отряда Владислав Крапивин, так попал в отряд заместитель редактора газеты «Вечерний Екатеринбург» Сергей Казанцев (он много лет занимался с юнкорами журналистикой), так пришел в «Каравеллу» молодой выпускник философского факультета УрГУ Сергей Цымбаленко и, загоревшись выпуском литературного альманаха, сам стал журналистом и создателем деткоровского агентства «ЮнПресс» в Москве. С другой стороны, юнкорская работа детей в рамках программ пресс-центра готовила их к поступлению на журфак и дальнейшей деятельности в СМИ. Помимо уже названных факультет журналистики Уральского университета закончили: Ирина Ханхасаева, Юрий Шинкаренко, Сергей Молодцов, Анна Мясникова, Валерия Болихова, Анна Калашникова, Максим Гареев, Всеволод Доможиров, Ольга Абрамова, Галина Суслопарова, Юрий Пученькин, Мария Гущина и др. Сейчас там учатся Мария Постных и Яна Белоцерковская, в пресс-центре «Каравелла» готовятся к поступлению на журфак Евгения Колесникова и Данил Фоминых.

Последние несколько лет способы сотрудничества пресс-центра с факультетом продолжают расширяться. В «Каравелле» появилась база для проведения производственных практик студентов-журналистов. При этом выбор направлений реализации журналистских умений растет с каждым годом: помимо раритетных — организации выпуска стенной газеты и литературно-художественного альманаха, появились современные — сбор и обработка информации для ленты новостей и подготовка публикаций для внешних СМИ, развиваются и совсем новые интерактивные формы распространения информации. Нарботанная десятилетиями база позволяет найти нишу для самого требовательного студента-практиканта.

Так детский пресс-центр, появившийся на Урале 50 лет назад, и сегодня, в эпоху информационных технологий, продолжает успешно работать в тесном взаимодействии с факультетом журналистики.

---

1. Барабанщики, вперед! Свердловск, 1986.

2. Доможиров В. Слишком эмоционально, надрывно и непримиримо... // Непридуманные герои: переключки времен и событий. Книга воспоминаний. Екатеринбург, 2005.
3. Крапивина Л. А. Причины кризиса скаутских патрулей, дружин и пионерских отрядов в России в начале XX века // Педагогика. 2010. № 3.
4. Море в конце переулка. М., 1976.
5. О средствах массовой информации : Федеральный закон от 27.12.91 г. № 2124-1, в ред. от 09.02.2009 г.
6. Рождение «Синего краба». 2 апр. 2005 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.carabela.ru/?q=node/53>.
7. Чем крепче ветер. Свердловск, 1972.

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 070.1 + 070.4 + 316.77

Д. Л. Стровский

### **ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕДАКЦИИ: К ВОПРОСУ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ**

Рассматривается понятие «информационная политика редакции» — фундаментальное для определения роли общественно-политического СМИ как наиболее востребованного источника формирования массовых представлений об окружающем мире. Автор обосновывает смысловое содержание данного термина и стремится доказать, что его реализация на практике позволяет сформировать устойчивое общественное доверие к деятельности массмедиа.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** массовые коммуникации, массовая информация, журналистская информация, партиципаторная модель СМИ.

На массмедийном рынке России сегодня происходят сложные процессы, вызванные проблемами функционирования политической системы и всего спектра социально-политических отношений. Соответственно, многие теоретические понятия, используемые в сфере массовых коммуникаций, либо меняют свои очертания, либо по-прежнему остаются непроясненными. К числу таких понятий относится информационная политика редакции. Это словосочетание уже достаточно прочно утвердилось в профессиональной лексике преподавателей журналистики и медиапрактиков. Однако его сущность по-прежнему выглядит недостаточно проработанной в теоретическом плане. Исследование содержания информационной политики редакции не только научная, но и практическая задача, поскольку движение в этом направлении позволяет надеяться на формирование большей профессиональной состоятельности журналистских коллективов, усиление к ним доверия со стороны массовой аудитории.

---

СТРОВСКИЙ Дмитрий Леонидович — доктор политических наук, профессор кафедры истории журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: [strovsky@mail.ru](mailto:strovsky@mail.ru)).

© Стровский Д. Л., 2011

### Специфика информации в общественно-политическом СМИ

Информационную политику редакции, под которой понимается совокупность ее содержательных подходов, с использованием всего многообразия жанров (причем не только информационных), сложно представить вне более глобального понятия «политика».

Термин «политика», введенный в речевой обиход еще Аристотелем, в широком смысле подразумевает искусство управления государством, а применительно к науке — изучение особенностей взаимодействия государства и различных слоев общества. Выражаясь современным языком, политика предполагает исследование действий по достижению, удержанию и реализации власти, независимо от ее уровня и масштабов [1, 72]. Уместно вспомнить в связи с этим М. Вебера, считающего, что политика символизирует собой «стремление к участию во власти или к оказанию влияния на распределение власти» [2, 646]. Тем самым любая политическая стратегия направлена на то, чтобы добиться подчинения людей во имя реализации стратегических и (или) тактических задач. Для этого могут использоваться различные формы воздействия, начиная от уговоров и обольщения и заканчивая насилием, принуждением, жестким подчинением и т. д. Реализация политической стратегии требует включения административного ресурса и идеологической поддержки, распространяемой на различные сферы жизни — материальную, культурную, правовую, духовную и т. д. [7, 33].

Работа каждой редакции специфична в системе политической деятельности. В отличие от политических организаций, ни одна редакция не обладает ресурсами захвата и удержания власти. Как же в таком случае интерпретировать применительно к ней понятие «информационная политика»? Ответ на этот вопрос является принципиальным для понимания приоритетов журналистского процесса и требований, предъявляемых к его носителям — работникам редакций.

Ставя вопрос о сущности информационной политики вообще и информационной политики редакции в частности, необходимо уточнить понятие информации применительно к ее функционированию в рамках журналистской профессии.

Под информацией как таковой понимаются любые сведения, транслируемые людьми в письменной или устной форме. (В звуках, передаваемых животными, также содержится определенная информация, побуждающая к действию, однако изучение подобных инстинктов выходит за рамки нашего исследования.) Давая множество определений информации, философский энциклопедический словарь трактует ее, в частности, как «сообщение, осведомление о положении дел, сведения о чем-либо, передаваемые людьми» [11, 576]. Отсюда «все значимые сообщения и есть информация, которая... относится ко всему многообразию фактов реального мира». Именно это формирует «понятность» самого мира, снижает неопределенность познания окружающей материальной и духовной материи [17, 558]. Неотъемлемыми чертами информации являются ее оперативность, доступность, достоверность, новизна, полезность. В этом отношении «просто» информация совпадает с журналистской информацией.

Вместе с тем журналистская информация обладает рядом особых характеристик. К настоящему времени по этому поводу уже существует обширная «теория вопроса», поэтому ограничимся лишь несколькими принципиальными замечаниями.

Журналистская информация специфична по своей природе, поскольку иницируется и распространяется в рамках особой по своим содержательным ориентирам профессии. Журналистика, как один из типов массово-коммуникационной деятельности, концентрирует свое внимание в первую очередь на вопросах общественной жизни в широком и разнообразном их спектре. Благодаря этому, указывает профессор МГУ Е. П. Прохоров, в СМИ создается разносторонняя панорама текущей жизни, образ современности [6, 8]. Журналистика оказывается не только массово-информационной, но и социально ориентированной сферой деятельности, призванной *помочь* обществу в самоопределении и принятии продуманных решений по поводу различных явлений действительности. В данном случае мы имеем дело с информацией, не только стремящейся к объективному познанию действительности, о чем еще полвека назад писал известный немецкий социолог Ю. Хабермас [13], но и призванной сблизить интересы различных сегментов аудитории и, соответственно, максимально полно удовлетворять их представления об окружающем мире.

В контурах журналистской информации, представленных выше, присутствует некоторая идеализация, на что последовательно указывает ряд зарубежных исследователей массмедиа [14, 18, 19, 20]. Однако эти контуры все же обладают системностью. Так, стремление к всестороннему восприятию фактов, а стало быть, к объективному познанию действительности требует от журналиста следовать принципу «свободы мнений» всех участников медиа-процесса. Правда, понятие «объективность информации» является уязвимым. Еще в начале 1920-х гг. известный американский социолог У. Липман отметил, что как только любой, даже самый, казалось бы, привычный факт становится предметом журналистского познания, он сразу же наполняется персонифицированным смыслом, отстоящим от своей первоначальной сущности. Но при этом У. Липман вынужден был констатировать, что общество по-прежнему не выработало более эффективных способов восприятия самого себя, чем использование публичной сферы, реализуемой посредством журналистского слова [15, 226–230].

В отношении массового характера информации функционирование журналистики сближается с другими типами массовой коммуникации — рекламой и связями с общественностью (паблик рилейшнз). В системе СМИ, отмечает по этому поводу М. В. Шкондин, функционирует далеко не вся информация, направленная на взаимодействие участников различных видов деятельности, а только ее часть. И этой частью является массовая, а не специализированная («узкая») информация [12, 11]. Вместе с тем, в отличие от названных типов массовой коммуникации, журналистика продуцирует информацию, нацеленную на выражение не ведомственного или корпоративного интереса, пусть даже облаченного в качественную содержательную форму, с использованием жанровых возможностей.

Журналистская информация предполагает также отражение закономерностей общественной жизни, выявление истины, сколь бы противоречивой она ни была. Зачастую это оказывается сложным процессом, поскольку на журналиста, в ходе подготовки им любого материала, воздействует целый ряд факторов, ограничивающих свободу его суждений. К числу этих факторов следует отнести идейные позиции собственников и учредителей данного СМИ, его финансовую зависимость от рекламодателей, чьи интересы могут затрагиваться при подготовке соответствующей информации, и т. д. Вместе с тем, в отличие от пиаровского или рекламного произведения, не имеющего персональных оценок, журналистское инициируется самим журналистом или редакцией (в противном случае оно теряет свою содержательную сущность). Этот текст создается исходя из присущих журналистике системно-нормативных установок, касающихся общественной ценности информации [4, 118].

*Стремление к востребованности журналистской информации является приоритетом информационной политики редакции общественно-политического СМИ.* Без этого размывается сущность самой политики, становящейся эфемерной в сознании как журналистов, так и аудитории, а медиапродукт утрачивает присущий ему содержательный смысл, выраженный в реализации функций журналистской деятельности [4, 176–196; 5, 44–71].

### **Взаимодействие с аудиторией как реализация властных полномочий СМИ**

В современных российских СМИ журналистские тексты встречаются все реже из-за возросшей политической и экономической ангажированности массмедиа. Это приводит к тому, что содержание информации оказывается далеким от потребностей аудитории. При этом происходит нарушение доминанты журналистской профессии, предполагающей ее функционирование в системе многообразных социальных связей и интересов.

Достижение этого уровня информированности, предполагающей работу с различными сторонами массового сознания [6, 149], и определяет властные полномочия журналистики. Они являются еще одним фундаментом для реализации грамотной информационной политики редакции. Эти полномочия состоят не в том, чтобы занять директивную позицию по тому или иному вопросу или призвать к выполнению какой-либо узкой задачи, как это происходит в рамках функционирования любой административной структуры. Реализация властных ориентиров СМИ сориентирована в первую очередь на сферу духовной жизни и выражается в том, что привлечение аудиторных групп к обсуждению различных сторон общественной жизни приводит к поиску оптимальных подходов и решений. Журналистская норма определяется тем, что СМИ не отстаивают «единственно правильную» точку зрения, а дают всестороннее представление о событиях и явлениях, сопоставляя свою позицию с иными мнениями [7, 114]. О том же самом упоминает британский исследователь Д. Маквейл, считающий, что предназначение журналистики состоит в максимально полном обеспечении людей текущими новостями и комментариями о происходящих событиях.



Информация, кроме того, должна быть точной в изложении, исходить из надежных источников [16, 249–250].

Именно в этом проявляется ключевое предназначение общественно-политических СМИ, реализующих свою особую роль в качестве источника социально ориентированной информации. *Грамотная информационная политика, помимо собственно журналистского подхода к восприятию фактов, проявляется также в стремлении редакции создать гарантии для обеспечения интересов различных сегментов аудитории.* Тем самым может быть реализована одна из важнейших журналистских функций — организационная, как наиболее необходимая для реализации устойчивой стратегии СМИ. Это не значит, что другие журналистские функции в ходе реализации этой политики оказываются менее значимыми. Вместе с тем налаживание взаимодействия с аудиторией позволяет создать социально ориентированный информационный продукт (в то время как востребованность на практике информационной или развлекательной функций еще не свидетельствует об этом). Только так редакция сможет установить диалоговые отношения с аудиторией, достичь доверия с ее стороны. Соответственно, более реалистичной для нее окажется перспектива улучшения своего финансового положения и обретения формальной независимости от спонсоров.

Еще несколько лет назад автор писал о недооценке редакциями значимости организационно-массовой работы, определяющей суть диалоговых отношений между СМИ и аудиторией. Отмечалось, что для многих журналистов эта работа выглядит хлопотной, недостаточно стимулируемой. В ней часто не заинтересованы учредители и собственники СМИ, воспринимающие информационный процесс, прежде всего, с позиций финансовой выгоды [9, 77]. В результате этого СМИ утрачивают свои социальные ориентиры и, как ни парадоксально это звучит, перестают быть средством *массовой* информации.

Сегодняшняя ситуация, по существу, мало изменилась. На страницах региональных и местных изданий по-прежнему обнаруживают себя проблемы взаимодействия редакции и аудитории. Это выражается в игнорировании или замалчивании взглядов различных аудиторных групп по важнейшим социально-политическим вопросам — эффективности хозяйственного управления на местах, уровня профессиональной компетентности чиновников, коррупции, воровства (особенно в том случае, если эти мнения расходятся с мнениями представителей власти). Это, кроме того, подтверждается отсутствием полемики между авторами, нерегулярным использованием форм обратной связи — «прямых линий», «круглых столов» и др. При этом налицо стремление многих редакций навязать аудитории свою позицию (посредством все того же игнорирования одних взглядов в угоду другим), что перечеркивает предназначение СМИ как социального института.

В ходе многочисленных семинаров, проведенных автором за последние годы в различных редакциях, подавляющее большинство журналистов открыто признавало: да, взаимодействие с аудиторией оставляет желать лучшего. Однако качественно обновить ситуацию способны далеко не все журналистские коллективы. Многим из них присуще состояние сервильности по отношению к своим «хозяевам» и власть имущим, что создает барьеры на пути развития

полноценного информационного обмена с аудиторией. У самих журналистов часто нет четкого понимания того, какой медиапродукт они хотят создать: о чем именно необходимо писать, в каком ключе подавать информацию и т. д. Это понимание предполагает выстраивание продуманной содержательной модели СМИ, т. е. совокупности устойчивых тематических, иллюстрационных, графических и других элементов, определяющих индивидуальность этого СМИ на фоне схожих с ним по типологическому своеобразию. Внедрение в повседневную практику содержательной модели дается непросто не только по причине нехватки у многих редакций творческого подхода к ее созданию, но и из-за необходимости постоянного соблюдения ими регламентированных подходов к организации своего труда, осознания ответственности за конечный результат внутри самих журналистских коллективов.

Журналистская информация не может игнорировать политико-экономические особенности развития общества, в котором распространяется. Поэтому транслируемая посредством СМИ, она неизбежно оказывается упорядоченной для реализации этих целей [8, 339]. Важно, однако, подчеркнуть, что складывающаяся на конкретный момент времени ситуация в той или иной стране не в состоянии поменять контуры и содержательные ориентиры самой профессии, которая именно по признаку «устремленности к истине» контрастирует с другими типами массовой коммуникации.

Это не означает, что в процессе консолидации интересов аудитории журналистский коллектив не может придерживаться определенной идейно-политической позиции. Как раз наоборот. Наличие этой позиции по важнейшим вопросам дня является необходимым условием проведения эффективной информационной политики редакции. Вместе с тем четкость журналистской позиции по отношению к важнейшим событиям вовсе не тождественна директивному характеру взаимодействия с аудиторией (чем грешат сегодня многие отечественные СМИ), но предполагает уважительное отношение к мнениям различных сторон, в том числе и тем, которые не разделяет сама редакция.

Сегодня информационная политика многих редакций сужена до достижения узких политических или экономических целей, что делает СМИ похожими в большей мере на пропагандистские листки, чем на источники общественно значимой информации. Это во многом объясняется историческими традициями существования отечественных СМИ. На протяжении почти трех столетий российские массмедиа развивались в условиях монополии власти на печатное слово, политических ограничений. Все это предопределило наличие предварительной цензуры, существовавшей в стране вплоть до принятия Верховным советом СССР Закона «О печати и средствах массовой информации» (независимо до распада СССР, в 1990 г.), развитие государственной печати, особые публицистические приемы и методы воздействия на аудиторию [3, 8–9]. Именно этим можно объяснить и нынешние трудности по превращению российских СМИ в инструмент общественного контроля, лежащего в основе партиципаторной модели взаимодействия субъектов и объектов массовой коммуникации.

Сущность этой модели заключается в возможности прямого доступа различных социальных групп к созданию, распространению и потреблению ин-

формации. Партиципарная модель принципиально отличается от тоталитарной (авторитарной) модели, базирующейся на принципе контроля властных структур над деятельностью СМИ (как это было в нашей стране в годы советской власти и во многом репродуцировано сегодня, в условиях развития, казалось бы, иной, более демократичной политической системы). Партиципарная модель противостоит также либерально-рыночной модели, при которой аудитория представляет собой в первую очередь совокупность суверенных потребителей. Эти люди готовы платить за информацию, но только тогда, когда она нацелена на изменение их материального благополучия. Однако в этом случае, как и в случае с функционированием тоталитарной (авторитарной) модели, распространяемая информация может игнорировать общественные интересы, а подчас даже препятствует их развитию [10, 72–73]. Характерным проявлением функционирования либерально-рыночной модели является современный процесс коммерциализации и глобализации СМИ. Как следствие, сокращается число качественных изданий, что приводит к уменьшению аналитической информации. Этот процесс поначалу активизировался в западных странах, а сегодня напрямую затронул Россию, формируя определенный уровень массового сознания и поведения.

С точки зрения проведения в СМИ информационной политики, строящейся на основе интересов различных социальных групп, партиципарная модель более предпочтительна, чем другие модели. Однако возможности ее реализации в России в обозримом будущем выглядят иллюзорными, что определяется нынешним усилением вертикали государственной власти, частым замалчиванием оппозиционных мнений, введением ощутимых ограничений на свободу слова и печати. Эти ограничения определены, в частности, содержанием Доктрины информационной безопасности (2000), Антитеррористической конвенции (2003), Федерального конституционного закона «О противодействии терроризму» (2006) и ряда других документов, а также идеей создания единого информационного пространства, озвученной в минувшее десятилетие. Решения последних лет с области массмедиа подтверждают перенос ценностей с защиты интересов отдельно взятой личности на защиту государственной системы и ее чиновников. В этих условиях СМИ не могут способствовать развитию гражданского общества в России, абстрагируются от повседневных интересов рядовых людей.

Ситуация с развитием партиципарной модели СМИ усугубляется и по причине ощутимых пробелов в российском законодательстве. Так, по-прежнему неопределенными выглядят права журналистов во взаимоотношениях с учредителями и собственниками СМИ. И хотя ныне действующий Закон РФ «О средствах массовой информации» не допускает вмешательства учредителей в деятельность СМИ, за исключением случаев, предусмотренных самим законом, на практике это требование нередко нарушается. Властные полномочия многих редакций по этой причине сводятся не к фиксации общественно значимой «повестки дня», а к закреплению в массовом сознании жестких политических установок.

В итоге затрудняется реализация полноценной информационной политики, основанной на понимании редакциями социальной ответственности перед

аудиторией. Однако следует подчеркнуть, что осуществление этой политики — зона ответственности, прежде всего, самих журналистов. Именно они определяют будущее своей профессии и ее восприятие общественным сознанием.

### Выводы

Таким образом, информационная политика общественно-политического СМИ является комплексным понятием, предполагающим журналистское восприятие действительности в совокупности с использованием разнообразных содержательных и организационных форм взаимодействия с аудиторией. Наличие этих составляющих позволяет каждой редакции создать информационный продукт, учитывающий многообразие социально-политических интересов, и тем самым добиться усиления массового интереса к нему. В конечном итоге именно такой подход может считаться социально ориентированным, заслуживающим внимания в медиасреде.

1. *Быков А. Ю.* Информационное пространство политики // Журналистика и политика : сб. ст. / под ред. М. М. Ковалевой. Екатеринбург, 2004.
2. *Вебер М.* Политика как призвание и профессия // Избранные произведения. М., 1990.
3. *Ковалева М. М.* Отечественная журналистика: вопросы теории и истории. Екатеринбург, 2000.
4. *Корконосенко С. Г.* Основы журналистики. М., 2001.
5. *Короценский А. П.* Осторожно: пиарнастика // Современная журналистика: курс профессиональной культуры / под ред. В. Ф. Олешко. Екатеринбург, 2005.
6. *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М., 2000.
7. *Прохоров Е. П.* Журналистика и демократия. М., 2001.
8. Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности : сб. ст. и материалов / под ред. В. Ф. Олешко. Екатеринбург, 2008.
9. *Стровский Д. Л.* Социальная значимость информации как фактор доверия к журналистике // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. Екатеринбург, 2006. Вып. 9.
10. *Тавокин Е. П.* Массовая коммуникация: сущность и состояние в современной России. М., 2005.
11. *Философский энциклопедический словарь* / под ред. Е. Ф. Губского, Г. В. Кораблевой и В. А. Лутченко. М., 2003.
12. *Шкондин М. В.* Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. М., 2002.
13. *Habermas J.* The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge, 1962.
14. *Hermanus P.* Objectivity in News Transmission // Journal of Communication. 1976. № 26. P. 102–107.
15. *Lippmann W.* Public Opinion. N. Y. ; L., 1965.
16. *McQuail D.* Mass Communication and Public Interest: Towards Social Theory for Media Structure and Performance // Communication Theory Today / D. Crowley, D. Mitchell (eds.) L., 1994.
17. *McQuail D.* McQuail's Mass Communication Theory. L., 2007
18. *Ryan M.* Journalistic Ethics, Objectivity, Existential Journalism, Standpoint Epistemology, and Public Journalism // Journal of Mass media Ethic. 2001. № 16 (1). P. 3–22.

19. Weaver D., Wilhoit C. G. The American Journalist. Bloomington, 1986.  
20. Westerstahl J. Objective News Reporting // Communication Research. 1983. № 10 (3). P. 403–424.

*Статья поступила в редакцию 15. 01. 2011 г.*

УДК 378.4(470.5) + 070.42 + 323

**Г. В. Бурмистров**

### **ВЫПУСКНИКИ ЖУРФАКА УрГУ В ПОЛИТИКЕ**

Статья посвящена проблеме подготовки кадров факультетом журналистики УрГУ. Автор пытается проследить судьбы, закономерности в карьерах выпускников факультета, непосредственно связавших свою деятельность с политической сферой.

**Ключевые слова:** политика, политические акторы, профессия, журналистика, журналисты в политике, карьера, средства массовой информации.

Современное образование, как и остальные социальные сферы, подчиняется законам рынка. Применяя маркетинговую парадигму, проследим судьбы, закономерности в карьерах выпускников факультета журналистики УрГУ (далее — выпускники), непосредственно связавших свою деятельность с политической сферой.

К сожалению, сегодня нет устойчивой коммуникации с лицами, закончившими журфак УрГУ. Поэтому наиболее сложными были процесс выбора методики сбора информации и непосредственно сбор первичной информации о профессиональной деятельности выпускников. В качестве источников информации выбраны базы данных Интернета и опрос экспертов.

#### **Дефиниции и подходы**

Рассмотрим политику в общем виде как социальную деятельность, направленную на сохранение или изменение существующего порядка распределения власти и собственности в государственно-организованном обществе [3, 251–256], а также как сферу социальной системы, которую формируют политические акторы [Там же, 273–277].

Современные исследователи выделяют несколько ролей прессы, которые отвечают за разные сферы жизнедеятельности общества. Выполняя одну из таких социальных ролей, журналистика как часть социальной сферы формирует определенную идеологию в обществе, т. е. выполняет политические функции. Происходит трансформация, наложение журналистики и политики. «Журналистика в целом и продукты данного вида деятельности в частности занимают

---

БУРМИСТРОВ Георгий Владимирович — соискатель кафедры периодической печати Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: Burmistrovg@mail.ru).

© Бурмистров Г. В., 2011

в человеческой культуре особое место. В связи с тем, что техническая оснащенность, объем информации, образовательный уровень общества в последние годы резко возросли, а социальные связи в 90-е годы в силу известных причин стали многограннее, зачастую менялся и “культурологический” статус средств массовой коммуникации в целом» [2, 262].

Предметом нашего рассмотрения станет деятельностный аспект: социальная практика, политическое поведение журналистов-выпускников в сфере политики. Можно выделить следующие ролевые функции выпускников журфака УрГУ как субъектов политики: журналист-депутат, журналист-чиновник, журналист — руководитель СМИ, журналист — политический обозреватель, журналист-политконсультант, журналист — политический деятель.

### Журналист-депутат

Политическую партию «Журналисты» выпускники представляют на федеральном, региональном и муниципальном уровнях власти. Журналисты перекавалифицируются в депутатов представительных органов государственной и муниципальной власти. При обзоре «журналистской квоты» в различных уровнях власти выявляется закономерность: чем выше компетенция и уровень власти, тем меньше депутатских мандатов достается уральским журналистам. Например, поработать на федеральном уровне удалось только Александру Школьникову (в Совете Федерации).

На региональном уровне принимала областные законы депутат Свердловской областной думы Татьяна Мерзлякова. В работе законодательных органов власти на муниципальном уровне журфаковцы принимают более активное участие. Как известно, чем выше должность, тем больше конкуренция на открывшуюся вакансию.

Алгоритм получения журналистом депутатского мандата: карьера в СМИ (от корреспондента до главного редактора) — участие в выборной кампании — депутатский значок. Например, Т. Мерзлякова после окончания факультета журналистики УрГУ в 1979 г. работала корреспондентом, затем — заводделом экономики, а потом — главным редактором газеты «Режевская весть» (г. Реж). Делегат XXVIII съезда КПСС. В 1996 г. избрана депутатом Свердловской областной думы.

В депутатской деятельности журналисты-депутаты не забывают профессионального прошлого — свободно общаются с прессой, не боятся публичных выступлений. Как правило, в законодательных органах они курируют социальную проблематику. Та же Т. Мерзлякова была заместителем председателя Комитета по социальной политике Свердловской областной думы. Помнят журналисты-депутаты и наставников. «Маргарита Михайловна Ковалева, историк отечественной журналистики, — мой главный учитель из известных свердловчанам. Превзойти ее и не пыталась», — с благодарностью вспоминает Т. Мерзлякова [4].

Журналист-депутат в электоральном сознании сходен с образом политика-борца за правду. Посредством СМИ избирателям внушается агитационный месседж: журналист разоблачает, борется за правду, выявляет и доводит до общественности «скрываемую» информацию, защищает «слабых». Журналист-

депутат так же, как и политик, — борец за правду: борец с несправедливостью, защитник слабых и обездоленных. Власть сегодня посредством самих же журналистов формирует другой востребованный обществом стереотип политика: сильный политик, способный навести порядок и обеспечить безопасность и стабильность, желателен сотрудник спецслужб, силовых структур. Пока не поменяется этот политический тренд, представителям журфака УрГУ будет затруднительно получить депутатские мандаты.

### Журналист-чиновник

Поменять репортерский блокнот на кресло бюрократа рискнуло порядка десятка уральских журфаковцев. Алгоритм карьеры журналиста-чиновника: пресс-секретарь органа власти — руководитель этой пресс-службы — чиновник высокого ранга.

Показателен должностной рост журналиста-чиновника Александра Левина. С 1991 г. — пресс-секретарь главы администрации Свердловской области Э. Росселя. С избранием Росселя председателем Облдумы становится руководителем пресс-службы этого законодательного органа, с 1995 г. — руководителем пресс-службы губернатора Свердловской области. В 1997 г. назначен директором Департамента информации губернатора, в 2005 г. — руководителем администрации губернатора Росселя. Схожий путь у Олега Грачева (первый вице-губернатор Челябинской области), Руслана Бабицина (руководитель Департамента общественных связей Ханты-Мансийского автономного округа-ЮГРА), Алексея Сотскова (замглавы администрации губернатора Свердловской области), Сергея Парфенова (сотрудник аппарата полномочного представителя Президента РФ в УрФО), Константина Пудова (пресс-секретарь главы администрации г. Екатеринбург), Александра Соловьева (помощник главы г. Нижний Тагил), Оксаны Маковеевой (пресс-секретарь Правительства Свердловской области), Юлии Прытковой (директор Департамента информационной политики губернатора Свердловской области).

Журналисты-чиновники дослуживаются до должностей, квалифицированных в отечественном законодательстве как категория «Б»: первых замов губернатора, руководителей департаментов губернатора, руководителей пресс-служб правительств или мэров. Перейти в более привилегированную категорию, приравненную к категории «А» (федеральный министр, губернатор), или стать мэром пока журналистам-чиновникам не удастся. Журналисты-чиновники подобны слуге Санчо Пансе при Дон Кихоте — рядом с тронем бюрократической иерархии, но не на нем.

Карьерный рост чиновника-журналиста зависит от взаимоотношений с первым лицом и успехов последнего. Пресс-секретарь становится ближайшим соратником губернатора или мэра. В случае низвержения первого лица — Дон Кихота в отставку вынужден уйти и чиновник-журналист — Санчо Панса. После поражения на выборах главы г. Нижний Тагил Н. Диденко в отставку ушел Александр Соловьев. С уходом губернатора Свердловской области Э. Росселя отстранен от руководящей должности Александр Левин.

Карьера журналиста-чиновника позволяет взлететь к властным вершинам, но не на самую вершину. Подобно известной поговорке: чем выше журналист-чиновник взлетает, тем больше падает. Неожиданные и скорые отставки журналистов-чиновников — часть карьерного риска. Показателен случай из биографии Алексея Сотскова. *«В ноябре 2009 года, после назначения на пост губернатора Свердловской области Александра Мишарина, Сотсков занял пост в администрации главы региона. Предполагалось, что он будет отвечать за общественные связи Александра Мишарина с регионом, страной и всем миром. Но почти год работы Сотскова показал, что с поставленной задачей он справляется, мягко говоря, не вполне успешно. На посту заместителя руководителя губернаторской администрации он не смог выстроить взаимоотношения главы региона с общественностью и журналистами, не принимал самостоятельных решений и фактически был отстранен от сколько-нибудь важных задач»* [5].

### **Журналист — руководитель СМИ**

В качестве руководителя средства массовой информации журналист может оказывать существенное влияние на политику. Мы прекрасно помним, что именно журналисты «завалили» Ричарда Никсона, который в 1960 г. баллотировался на пост Президента США. Хорошо известны приемы, когда руководители СМИ актуализировали определенные политические темы или, наоборот, «замалчивали» их, побуждая реципиентов к действию или бездействию. Роль СМИ в политическом процессе понимают и руководители оппозиционных партий в России, которые не раз заявляли, что преодолеть «проходной барьер» им мешает бойкот центральных СМИ.

Обзор профессионального роста выпускников показывает, что уральская школа журналистики успешно готовит руководителей региональных СМИ. На капитанских мостиках ведущих региональных СМИ не одно десятилетие стояли: в Свердловской области — Иван Малахеев (газета «Уральский рабочий»), Челябинской области — Борис Киришин (газета «Челябинский рабочий»), Пермском крае — Сергей Трушников (газета «Звезда»). И сегодня порядка трех десятков руководителей региональных влиятельных СМИ имеют уральские корни.

Можно говорить о фирменном стиле выпускников журфака УрГУ при подаче политических материалов: необычность, новизна, авторский стиль, объективность.

Во-первых, региональные СМИ используют эпатаж при подаче информации. Уральским Невзоровым называют Иннокентия Шеремета, бесценно возглавляющего ИА «Телевизионное агентство Урала». Для привлечения внимания телезрителя это телеагентство демонстрирует шокирующий видеоряд «чернухи»: убийства, трупы, кровь. Видеокадры часто сопровождаются звукорядом, передающим ироническую позицию репортера по отношению к героям сюжета. Все это позволяет агентству более 15 лет создавать главный рейтинговый продукт — «Новости 9 1/2».

Во-вторых, СМИ активно внедряют новые технологии, осваивают новые средства коммуникаций, в частности Интернет. Они смогли предложить совре-



менный медиапродукт — интернет-новостийный сайт. Например, сначала стали топовыми на региональном уровне, а затем вышли и на межрегиональный РИА «Ура.ру» и «Новый регион-2» под руководством соответственно Аксаны Пановой и Юлии Шатовой. Политически ориентированных интернет-пользователей эти сайты привлекают удобством навигации, наличием инсайдерской информации, оперативностью размещения новостей.

В-третьих, это высокий профессионализм и узкая специализация региональных СМИ. Так, узкоспециализированный журнал для собственников бизнеса, руководителей предприятий и экспертов «Эксперт-Урал» качественно, на высоком уровне подает информацию. В журнале часто печатаются материалы, подготовленные в таких сложных жанрах, как аналитическая статья, обзор, приводятся мнения руководителей государственных органов власти, крупного и среднего бизнеса, экспертов. Все это вызывает доверие читателя, делает журнал лидером в своем сегменте на межрегиональном уровне. Во многом это произошло благодаря журфаковцу Константину Астафьеву, который в течение длительного времени руководил редакцией.

В-четвертых, предоставление телезрителю «объективных» новостей, как это делает на протяжении уже более десяти лет бесменная телеведущая, а ныне руководитель телекомпании «4 канал» (Екатеринбург) Алена Вугельман. При освещении политических событий новостийные выпуски подаются в относительно объективном ключе. Как правило, телезрителю предоставляются альтернативные точки зрения. Позиция автора — «быть беспристрастным», «оставаться над схваткой». Данный подход позволяет телекомпании «4 канал», его новостийным выпускам возглавлять первые строчки рейтингов популярности среди телезрителей.

В-пятых, выпускники при выполнении профессиональных обязанностей сохраняют гражданскую позицию. Им хватает мужества задавать «неудобные» вопросы «политикам-тяжеловесам», иногда даже с риском для собственной жизни. Тележурналист Эдуард Худяков на пресс-конференции не постеснялся задать вопрос губернатору Свердловской области Эдуарду Росселю о его связях с мафией. Через неделю на журналиста в подъезде собственного дома напали неустановленные лица [1].

В федеральных СМИ выпускники уральской школы журналистики менее востребованы. «Порулить» центральными СМИ удалось Владимиру Долматову (главный редактор журнала «Родина»), Сергею Кожеурову (генеральный директор издательства «Новая газета»), Виктору Расторгуеву (ответственный секретарь газеты «Труд») и Михаилу Нелюбину (генеральный директор телеканала «Эксперт-ТВ»). Возможно, это связано с удаленностью УрГУ от редакций центральных СМИ, располагающихся, как правило, в столице, высокой конкуренцией за должности руководителей федеральных СМИ с выпускниками столичных вузов. Москвичи имеют явные преференции по сравнению с уральцами: наличие жилья, связи, логистика. Но на уровне регионов — Урал, Сибирь — выпускники журфака УрГУ доминируют на руководящих постах в СМИ.

На федеральном уровне выпускники демонстрируют высокий профессионализм, находят модель СМИ, востребованную аудиторией. Генеральный

директор федерального телеканала «Эксперт-ТВ» Михаил Нелюбин в онлайн-интервью так определил формат вещания и распространения канала: *«Телеканал создан для бизнес-сообщества, для той части людей, которые встроены в частный сегмент российской экономики. Это и менеджеры, и маркетологи, и политики, и журналисты, другим словом, люди, которые принимают решения. Это канал для профессионалов. Наш канал должен стать площадкой, позволяющей бизнесу высказаться, обсудить: как заниматься бизнесом, как взаимодействовать с властью; понять: какие проблемы и конфликты возникают и как их решать. Мы будем прогнозировать ситуацию как в экономике, так и в политике, и социальной сфере. Ядро нашей аудитории — это мужчины и женщины в возрасте от 35 до 50 лет, с высшим образованием, с активной жизненной позицией и уровнем дохода высоким и выше среднего»* [4].

Еще одна закономерность: более половины уральцев, руководящих региональными СМИ, закончили журфак в 1995–1997 гг. Возможно, это связано с тем, что именно на это время приходится становление региональных рынков СМИ. Также существенным фактором мог стать уровень подготовки специалистов факультета журналистики УрГУ, который соответствовал запросам медиарынка.

То, что выпускники журфака УрГУ возглавляют ведущие СМИ Урала и Сибири, говорит не только о правильном позиционировании модели регионального СМИ, но и о высоком уровне и конкурентоспособности капитанов — руководителей СМИ.

### **Журналист — политический обозреватель**

Политические обозреватели уральской школы представлены на уровне федеральных и региональных СМИ.

На федеральном уровне оставили своей след такие политобозреватели уральской школы журналистики, как Евгения Назарец (радио «Свобода»), Алим Юсупов (телеканалы «НТВ», «1 канал»), Константин Семин (телеканал «РТР»), Павел Зарубин (телеканал «РТР»).

Характерной чертой подачи политической информации выпускниками является наличие авторской позиции, использование разговорного языка, тропов и эпатажа. Так, в феврале 2008 г. в эфире телеканала «РТР» вышел выпуск программы «Вести+», вызвавший международный скандал. Ведущий выпуска Константин Семин, комментируя беспорядки в Сербии, в резких выражениях охарактеризовал недавнюю историю страны: *«Несколько лет назад обалдевшая от либеральных обещаний страна плачем провожала на тот свет западную марионетку Зорана Джинджича, человека, развалившего легендарную сербскую армию и спецслужбы, продававшего в Гаагу героев национального сопротивления за абстрактную экономическую помощь и получившего за это заслуженную пулю»*. Сербское правительство потребовало у руководства «РТР» предоставить стенограмму передачи и разъяснить, были ли высказывания ведущего его личной инициативой или же отражением официальной позиции канала. Во время официального визита в Сербию российская делегация во главе с премьер-

министром Виктором Зубковым заверила, что высказывания Семина не связаны с позицией властей РФ; комментарий от руководства телеканала не последовало.

Таким образом, К. Семин при подаче политической информации изложил свою критическую позицию в отношении политики З. Джинджича. Для установления доверительного отношения с телезрителем журналист использовал разговорный язык («обалдевшая» страна) и вызвал повышенный интерес к выпуску провоцирующим резким высказыванием.

В другом видеосюжете К. Семин опять эпатазирует телезрителей с целью привлечения внимания. Он призывает заклеить российскую интеллигенцию, приурочив выпуск сюжета к 130-летию выхода статьи Михаила Каткова «Наше варварство в нашей иностранной интеллигенции». Основная мысль автора состоит в том, что отечественные интеллигенты продались Западу, ненавидят свой народ, живут в особняках и разъезжают на дорогих автомобилях. В доказательство этих тезисов К. Семин дает видеоряд, который в его представлении отражает будни российского интеллигента. В кадре последовательно появляются олигархические кутежи в Лондоне, автомобиль «Бентли» крупным планом, особняки на Рублевке. Чтобы доказать это, г-н Семин использует вырванные из контекста цитаты журналистов «Эха Москвы» Матвея Ганапольского и Юлии Латыниной, а также писателя Виктора Ерофеева. Им противостоят политолог Наталья Нарочницкая и журналист Виталий Третьяков, которые в качестве моральных авторитетов судят продавшихся интеллигентов. Апофеозом сюжета стало выступление двух равновесных интеллектуалов, которые, впрочем, убеждены, что интеллигенция — это элита, а элита — рублевская тусовка. Один из них — певец Тимоти, второй — радиоведущий Сергей Стиллавин. Другой «уралец» — Алим Юсупов применяет еще один журналистский прием: говорить о политике через бытовые сюжеты. Например, в декабре 2001 г. на телеканале «ОРТ» вышел сюжет «12 настроений президента Владимира Путина». Г-н Юсупов рассказывает читателю, что московские художники выпустили календарь, где каждому месяцу года соответствует изображение лица президента с каким-то характерным для него выражением. С помощью такого стилистического средства журналист вызывает дополнительное внимание реципиентов.

Региональные политические обозреватели уральской школы подают «политику» в том же ключе, что и федеральные однофакультетовцы. Это Наталья Болохова (телеканал «АСВ»), Тимур Иванов (телеканал «4 канал»), Андрей Мешавкин (телеканал «ЦТУ»), Александр Задорожный (телеканал «СГТРК», РИА «Ура. ру») — Екатеринбург, Алексей Носиков (газета «Новый город») — Тюмень, Алла Кузнецова и Анна Кизилова (телеканал «Тагил ТВ») — Нижний Тагил.

В целом выпускники журфака широко представлены в качестве политических обозревателей федеральных и региональных СМИ. Их подача политической информации отличается особым стилем. В своих материалах журналисты — политические обозреватели активно используют уроки журналистского мастерства, весь багаж знаний, полученных в *alma mater*. Все это позволяет говорить об особой уральской школе политической журналистики, характерными чертами

которой являются эпатаж, широкий набор выразительных средств языка. Поскольку обработка и подача политической информации, как и вся политическая сфера, представляют собой наиболее важную сферу общественной деятельности, то присутствие в этом процессе выпускников журфака УрГУ говорит о доверии к ним и их высокой квалификации.

### **Журналист-политконсультант**

Один из законов маркетинговой теории гласит, что спрос рождает предложение. Формирование представительных органов власти с помощью выборов в последние два десятилетия создало спрос на новую для нашей страны профессию — политический консультант. Часть кадрового голода на этом рынке удовлетворили журналисты, профессионально занявшиеся политконсультированием.

В качестве политконсультантов в избирательных кампаниях принимали участие более десяти выпускников. Избирательные кампании, проводимые ими, имеют характерные черты: эпатажность, яркие и запоминающиеся политические девизы и агитационные сообщения, качественные полиграфические материалы.

Выпускники-«уральцы» также применяют новаторские приемы в избирательных кампаниях. Автор статьи первым применил технологию «электоральных кандидатов-двойников» на губернаторских выборах в РФ (2000 г., Брянская область) и в УрФО на выборах в региональный парламент (1999 г., Свердловская область).

В конце последнего десятилетия часть политконсультантов-журналистов сменили профессию, как правило, в соответствии с профильным образованием. Некоторые возвратились в СМИ: Аксана Панова, Эдуард Худяков. Другие устроились пресс-секретарями, например, Валентин Анохин возглавил пресс-службу ОАО «Роспечать», или PR-менеджерами — Анна Бурмистрова (руководитель проектов PR-агентства «AGT-Урал»). Политический рынок уменьшился — снизился спрос на журналистов-политконсультантов.

### **Журналист — политический деятель**

Правозащитной деятельностью занимаются Александра Калих — председатель Пермского краевого отделения общества «Мемориал», Ольга Подосенова — активный участник регионального экологического движения. Остальные журналисты не ведут существенной политической деятельности. Возможно, это связано с той высокой социальной нагрузкой, которую приходится выполнять журналистам, на индивидуальные политические проекты ни сил, ни времени у выпускников не остается.

### **Выводы**

Подводя итог, можно сказать, что выпускники факультета журналистики УрГУ широко представлены в политике в качестве политических обозревате-

лей и руководителей СМИ регионального уровня. Возможно, это связано с четкой специализацией в подготовке журналистов, а также с особенностями формирования медиарынка России.

В качестве политических акторов выпускники УрГУ отличаются новаторством, профессионализмом, объективностью, использованием в коммуникациях выразительных средств языка, эпатажа. И самое главное — у уральских журналистов хватает мужества сохранять гражданскую позицию. Все это позволяет говорить об особом стиле — уральской школе выпускников-журналистов в политике.

- 
1. Аргументы и факты. 1999. 7 июля.
  2. Олешко В. Ф. Социожурналистика: Прагматическое моделирование технологий массово-коммуникационной деятельности. Екатеринбург, 1996.
  3. Политология : энцикл. словарь / под ред. Ю. И. Аверьянова. М., 1993.
  5. РИА «Ура. ру». 2011. 13 янв.
  4. РИА «МедиаАтлас». 2011. 1 янв.
  6. [Электронный ресурс]. URL: <http://ombudsman.midural.ru/files/4859f56a4eda3.doc/>

*Статья поступила в редакцию 15. 01. 2011 г.*

УДК 654:070 + 070.41 + 004.773.5

**М. А. Мясникова**

### **ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ СИНКРЕТИЗМ КАК НАУЧНАЯ И ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА**

Современное эфирное телевидение рассматривается в русле авторской концепции, в основу которой положена идея синкреза как единства разноуровневых элементов содержания и формы, служащая более глубокому пониманию и проявлению сущности обозначенного электронного СМИ и в научно-педагогическом аспекте, и в плане его практического функционирования.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** телевизионный синкретизм, синкрез, синтез, телепрограмма, карнавал, сущностная идентификация телевидения, морфологический анализ телевидения.

Понятия «синкрез» и «синкретизм», лежащие в основе предлагаемого нами в данной статье описания сущности современного эфирного телевидения, происходят от греческого *Synkretismos*, которое означает объединение в некую целостность такого набора смысловых и формальных элементов, которые в данном

---

МЯСНИКОВА Марина Александровна — кандидат искусствоведения, доцент кафедры телевидения, радиовещания и технических средств журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: [avt89@yandex.ru](mailto:avt89@yandex.ru)).

© Мясникова М. А., 2011

соединении проявляются в виде отчетливо видимых глазу взвесей (ср. со сливанием частиц в некий неразделимый сплав или раствор, обычно характеризующимся понятием «синтез»). Добавим еще, что понятие «синкретизм» трактуется в словарях как «слитность, нерасчлененность, характеризующая *первоначальное, неразвитое* (выделено мной. — М. М.) состояние чего-н.» [8, 713]. От этого мы и предлагаем отталкиваться в понимании эфирного неспециализированного телевидения, учитывая, что оно не существует иначе, как в виде «программы», представляющей собой слитную и нерасчлененную цепь беспрестанно сменяемых разрозненных звеньев (передач), отличающихся друг от друга не только по содержанию, но и по форме, ритму, темпу, эмоциональному накалу. В свете сказанного клиповая, осколочная, мозаичная телевизионная сущность, проявляющаяся в прерывистости и периодичности вещания, в серийности и монтажности форм, наглядно отграничивает телевидение от иных, цельных художественных коммуникаций, каковыми являются давно отпочковавшиеся от первобытного художественного «варева» традиционные виды искусств, единицами которых служат самостоятельно существующие произведения. В отличие от последних, основной единицей эфирного телевидения следует считать не отдельное произведение, а всю телепрограмму одного дня, внутри которой и существуют эти разнородные неупорядоченные элементы. Они выходят в эфир один за другим, сливаясь в пеструю мозаику, которую невозможно охватить целиком. А ведь параллельно с одним программным каналом в рамках многопрограммного вещания существуют и другие каналы, вольно или невольно взаимодействующие с ним, но всегда стремящиеся сохранить известную автономность.

Представления о телевидении как о многоступенчатом и мозаичном объекте имеют давнее хождение за рубежом. Об этом писали в свое время канадский ученый М. Г. Маклюэн, американские исследователи А. Бергер и Р. Аллен, англичанин Р. Уильямс, француз Р. Барт и многие другие.

В нашей стране о многослойности телевидения довольно много писали в 70–80-е гг. прошлого века. Однако от прямой констатации явления телевизионного синкретизма специалисты не спешили переходить к развернутым исследованиям внутреннего строения телевидения, относя телефеномен либо к семье искусств, либо к сфере журналистики, либо к зрелищам, либо к системе СМИ. При этом синкретизм самого телевидения, равно как и механизмы сцепления частиц телесинкрета в единое целое оставались не раскрытыми. Эти явления лишь фиксировались в отдельных элементах малоэкранный, домашнего зрелища: в объединении исполнительского и зрительского времени внутри прямой телепередачи; в структуре форм экранных зрелищ и их восприятия; в сложении мысли и чувства. Последнюю мысль высказывал, например, Э. М. Ефимов [5, 199]. О способности телевидения творить синкретический, многомерный, объемный образ реальности писали также исследователи В. М. Вильчек и Ю. В. Воронцов, отмечая, что одно и то же событие на экране может быть показано и документально, и средствами постановки [3, 58]. Синкретическое начало усматривали в «художественной» форме телевидения Ю. А. Богомолов [2] и О. Ф. Нечай [14]. Многослойность, многосту-

пенчатость, придающие телепространству известную «глубину», обнаруживал в наборе форм и рубрик программы К. Э. Разлогов [16]. Эта многослойность, по его наблюдениям, проявляется и в сочетании прямого репортажа со сложнейшими вариантами последовательной трансформации реальности; и в появлении нового типа экранных структур, обусловленных необходимостью художественного оформления «пустот» в вещании (вставок, анонсов, реклам); и в сочетании репродуцирования отдельных произведений с комментарием к ним; и в структуре самих этих произведений (телефильмов, телепередач), включающей в себя разные техники, приемы, даже меры условности. К. Э. Разлогов отмечал ориентацию самих зрителей на дробность и периодичность экранных структур. То есть к понятию «мозаика» программ он подходил сквозь призму психологии восприятия, характеризуя аудиовизуальные тексты как элементы нескольких метасистем, как части разных смысловых контекстов и как объекты зрительского выбора.

Несколько раньше перечисленных авторов термины «синкрес» и «синестезия» по отношению к экранным искусствам использовал С. М. Эйзенштейн [19]. Причем истоки синэстетических способностей экранного творчества он видел как раз в первобытном синкретическом «диффузно-комплексном» мышлении. Такое же «пралогическое» чувственное начало, которое своими корнями уходит в древние игры человечества (как изначальные формы эстетической деятельности), он усматривал в цирке и карнавальных представлениях, которые сравнивал с чувственно-тонизирующей ванной. Исследователи Л. К. Козлов, О. Ф. Нечай, В. И. Михалкович также настойчиво предлагали рассматривать телевидение на фоне прежних культур [6, 14, 10].

В связи с этим мы полагаем, что современное эфирное телевидение можно сравнить с такой древнейшей формой синкретической коммуникации, как карнавал. Природный синкретизм последнего, как известно, блестяще описан М. М. Бахтиным. Средневековый карнавал всегда был праздником времени, становления, смен и обновлений. Заметим, что он обладал той же периодичностью, что и такие известные составляющие нынешней телевизионной программы, как сериалы и серии с их сезонными сменами и обновлениями. Все построение телевещания выглядит сегодня как строго регламентированный ритуал. А игры и праздничные шоу становятся самыми популярными, регулярно выходящими в эфир жанрами телевидения, приобретая не циклический, а именно серийный характер. То есть теперь это — зрелища с продолжением.

По словам М. М. Бахтина, карнавал не просто созерцали, в нем жили. Он «был не художественной театрально-зрелищной формой, а как бы реальной (но временной) формой самой жизни, которую не просто разыгрывали, а которой жили почти на самом деле (на срок карнавала)» [1, 12]. Что касается телевидения, то и оно буквально «вросло» в повседневность. Оно служит сегодня всеобъемлющей средой обитания для человека. В средневековом карнавале возникал новый материально-чувственный контакт, говоря современным языком, новый тип коммуникации, в которой обсуждались самые острые жизненные проблемы и выпускался «лишний пар». Человек чувствовал себя по-настоящему свободным. В 60-е гг. XX в. С. А. Муратов также рассматривал

телевидение как «законодателя новых форм общения, бесподобного глашатая новостей, свободно пересылающего мировые события непосредственно в миллионы квартир, дирижирующего бесчисленными экранами в гостиницах, телеклубах и кинозалах и трансформирующего аудиторию зрителей в аудиторию школьников и болельщиков, свидетелей исторических прецедентов и участников телеигр» [11, 79]. Правда, тогда все происходящее виделось исключительно со знаком «плюс». Сегодня же мы обнаруживаем, что телевидение порой убивает общение. В телевизионных «реалити-шоу» играют далеко не все. Одни смотрят на происходящее сквозь экран, другие вырабатывают правила, третьи им подчиняются. За приз, за деньги, за славу, за успех. Оттого и не свободны, в отличие от средневековых граждан в момент карнавала. Там человек осуществлял себя по-настоящему, реально, свободно и как бы заново. Карнавал был истинным праздником жизни. На современном же телевидении всегда остается опасность подменить реальный праздник той самой призрачной «праздничностью», которая на наших экранах давно «накрыла» повседневность, стилистически окрасив будни, но, к сожалению, и заглушив традиционные ежегодные «живые» праздники рыночным, рекламным духом [18, 164]. Телевидение играет роль некоего суррогата, заменителя, компенсирующего человеку то, чего он лишен в своей собственной повседневной действительности, а именно острых ощущений, ярких красок, неожиданностей. Фактор виртуальности телевизионной коммуникации служит, по сути, компенсацией за массовость, недостижимую другими способами. Печально, однако, когда праздничность возникает не естественно и свободно, а намеренно, «натужно». В итоге «аншлаги» и «смехопанорамы» не вызывают ничего, кроме активного отторжения аудитории.

И все же, несмотря на указанные различия, между телевидением и карнавалом есть немало сходства, близость телевидения к карнавалу очевидно. Она заложена в самой природе зрелища и типа коммуникации — игровой, драматической, театральной. А как известно, драматургия и театр возникли из карнавала. Именно к драматическому действию близок и телевизионный текст. «Он диалогически видеоактивен... — как пишет В. В. Проzorov. — *Телевидение — искусство умелого и непредсказуемого по своим ближайшим результатам контакта, искусство непредвиденного действия*» [15, 168–169]. Аналогия с карнавалом возвращает нас к мысли о существовании в телевизионной природе древнейших культурных констант, мотивов, форм, коммуникационных моделей, идущих из глубины веков, но отвечающих конкретным социальным потребностям человека нашего времени. Мы уже писали в свое время о фольклорно-мифологических основах телевидения [13].

В дополнение к сказанному вспомним, к примеру, как сложна и неоднозначна мифология куклы, представляющей собой символическое изображение человека, не тождественное ему. Она лишь пародия, шаржированный его образ, часто абсолютно самостоятельный и даже вступающий в определенные отношения с нами. Об этом интересно писал Ю. М. Лотман. По его словам, «в нашем культурном сознании отложилось как бы два лица куклы: одно манит в уютный мир детства, другое ассоциируется с псевдожизнью, мертвым



движением, смертью, притворяющейся жизнью. Первое лицо глядится в мир фольклора, сказки, примитива, второе напоминает о машинной цивилизации, отчуждении, двойничестве» [9, 648]. Так с помощью куклы человек создает себе «второй мир», удваивая свою жизнь. Сегодня этими возможностями активно пользуется телевидение. Назовем сравнительно новую пародийную программу «Мультличности» или уже исчезнувшие: «Куклы», «Тушите свет», «Красная стрела».

Сказанное выше позволяет утверждать, что *синкретизм* действительно выступает основным, сущностным свойством эфирного телевидения. Его ярчайшими проявлениями становятся: *прямой эфир* в сочетании с возможностью многообразных монтажных вставок и интерактивным поведением аудитории; *программность* как регулярное чередование разнородных элементов содержания и формы: смыслов, жанров, форматов; наконец, *гипертекстуальность* как межканальные переходы, что делает просмотр нелинейным, мультимедийным, а связи между каналами — не семантическими, а парадигматическими. Все это, в свою очередь, культивирует зрительскую способность самостоятельно отбирать и интерпретировать факты. Исследователь Л. К. Козлов в свое время характеризовал телевизионное зрелище как поток, как смену и чередование разнородных структур, как многосложную и незамкнутую длительность, а по сути «как многогранное зеркало» потока жизни, окружающей человека [6, 70]. Этот автор называл реальность телеэкрана центробежной и экстенсивной в отличие от центростремительной и интенсивной кинематографической реальности. Таким образом, исследователь выявлял в телепространстве не цельность и однородность, а бесчисленное разнообразие зрелищ (от академически-художественных до стадионных), которое, добавим, требует системности и в его *изучении*, и в *подготовке* специалистов для него. В том числе, подчеркнем, и в регионах, что напрямую касается и нашего университета.

В свое время исследователь В. П. Демин замечал, что телевизионный экран предлагает не одно искусство, а многочисленную семью [4, 4]. Перефразируя данное высказывание, можно констатировать, что телевизионное сообщество — это целая семья профессий. Телевидение представляет собой не только *синкретизм* форм, но и *синкретизм* разнообразных видов деятельности, не просто уживающихся друг с другом в телепространстве, но и активно сотрудничающих, переплетающихся между собой. С одной стороны, в телесинкретизме присутствует художественно-творческая сторона, связанная с созданием принципиально новых художественных ценностей, а также с адаптацией, репродуцированием и преобразованием уже существующих (вспомним оригинальные телепроизведения и трансляции в эфире готовых фильмов, спектаклей, концертов); с другой — отнюдь не художественные, но также вполне творческие ипостаси, имеющие отношение к просвещению, развлечению, социальной адаптации людей и т. д. А помимо этого телефеномен соприкасается и с нетворческими (в традиционном смысле) видами деятельности, теми, что связаны с организацией и управлением, технологиями и коммерцией, которые, однако, также не могут быть забыты. Таким образом, телевидение наглядно демонстрирует нерасчлененное единство духовных (внутренних) и материально-практических (внешних)

деятельностных операций. Последние образуют соответственно его внутренние (смоделированные в сознании) и внешние (конструктивно и знаково представленные) формы. Основанное на новейших коммуникационных технологиях, обеспечивающих взаимодействие и пересечение отдельных составляющих коммуникации — как в техногенном и онтологическом, так и в изобразительно-выразительном аспектах, — телевидение как огромное производственное предприятие вместе с тем плотно спаяно с духовной, интеллектуальной и эмоциональной сферами повседневной человеческой жизни. И все это материализуется в телепространстве в самых разнообразных формах. В итоге материально-технологическая практика телевидения призвана служить духовному постижению реальности.

Правда, описанная картина может показаться отчасти идеальной. Ведь на деле телемозаика порой выглядит достаточно монотонной. А происходит это от того, что сегодня в эфирном пространстве в угоду той или иной политике имеют место очевидные смешения и подмены разных видов деятельности. Скажем, реклама или PR объединяются с журналистикой, а последняя воспринимается как носитель рекламной или имиджевой информации. В то время как это совершенно разные виды деятельности, наделенные собственными целями и средствами. Вот почему исследователь А. П. Короченский так настойчиво пытается «развести» журналистику с PR, показывая, что они «имеют типологические черты сходства, но отнюдь не родства и тождественности» [7, 117], справедливо предупреждая об опасности здесь каких-либо смешений. Надо понимать, что стратегические цели и содержание каждого из видов телевизионной деятельности, безусловно, специфические, хотя отдельные их черты и формы порой очень близки. Поэтому столь необходимы их четкое различие и идентификация, причем как в научном и практическом планах, так и в процессе обучения. Подобное различие необходимо и для профессионалов-коммуникаторов, и для зрителей-коммуникантов. Вместе с тем сущностный синкретизм телевидения сегодня настолько проник во все его поры, что проблема разделения вещания на направления и виды деятельности оказывается не столь уж легко разрешимой. И вопрос заключается не в том, *надо ли* делать это вообще, а, прежде всего, в том, *как* это сделать, поскольку современная тележурналистика нередко выглядит как «некий сплав рекламы, PR, индустрии развлечений, электронной коммерции и пропаганды», по словам И. В. Филатовой [17, 91].

Задача сущностной идентификации отдельных компонентов телефеномена, как и его самого, выглядит сегодня достаточно острой и требует разностороннего обсуждения в научно-педагогическом сообществе. Мы, в свою очередь, предлагаем подойти к ее решению с помощью разработанного нами метода морфологического анализа, позволяющего установить системную взаимосвязь реально существующих в синкретизе составляющих телеконтента [12]. В результате такого анализа мы можем наглядно убедиться в том, что телевидение не только не сводится ни к одному из составляющих его видов деятельности, но также не является и неким их сплавом, синтезом. Это — синкрет.

Как было сказано выше, разнообразие зрелищ предполагает ангажирование на телеканалы профессионалов самых разных специальностей, собирае-

мых в едином «телекотле», где ими совместно готовится ежедневное, цветное и звуковое «телеварево», заранее анонсированное, радостно ожидаемое, дружно потребляемое, бурно обсуждаемое, но, к сожалению, не менее бурно и осуждаемое лучшей частью зрительской аудитории. Последнее обстоятельство заставляет еще более глубоко задуматься над тем, *как* готовить будущих специалистов *разных профилей* для такого многофункционального предприятия, как телевидение. Может быть, этих будущих специалистов надо сводить всех вместе уже *на стадии обучения* для того, чтобы они могли понять все многообразие возможностей телевидения и затем более эффективно осваивать собственные? Все это особенно важно для регионов, поскольку там на телестанциях наблюдается не только смешение одних видов деятельности, но и полное исчезновение других вместе с производимым ими контентом. Ведь не секрет, что местные телеканалы в последние годы, к сожалению, во многом утратили прежнее разнообразие вещания, сведя его либо к чистому информированию или сплошным кинопоказам, либо к обильному рекламированию и неприкрытому, ангажированному пиару, забыв при этом опыт подготовки художественных, публицистических, образовательных, развлекательных программ и, соответственно, растеряв необходимых специалистов. Природный синкретизм эфирного телевидения на этих станциях обнаруживает внутри себя резкие крены и перекосы, а порой и полную разбалансировку. Совершенно очевидно, что системность и взаимодействие требуются сегодня не только в научной, но и в образовательной и в профессиональной деятельности, связанной с таким сложным, наделенным чертами синкретизма объектом, как телевидение.

1. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. 2-е изд. М., 1990.
2. Богомолов Ю. А. Проблемы времени в художественном телевидении: Опыт сравнительного анализа. М., 1977.
3. Вильчек В. М., Воронцов Ю. В. Телевидение и художественная культура. М., 1977.
4. Демин В. П. Первое лицо: Художник и экранные искусства. М., 1977.
5. Ефимов Э. М. Искусство экрана: истоки и перспективы. М., 1983.
6. Козлов Л. К. Заметки об искусстве кинематографа и эстетике телевидения // Вопр. киноискусства. М., 1976. Вып. 17. С. 43–78.
7. Короченский А. П. Осторожно: пиарналистика! // Современная журналистика: курс профессиональной культуры. Екатеринбург, 2005. С. 116–129.
8. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. М., 2008.
9. Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб., 1998.
10. Михалкович В. И. О сущности телевидения. М., 1998.
11. Муратов С. А. Телевидение в поисках телевидения: Хроника авторских наблюдений. М., 2001.
12. Мясникова М. А. Морфологический анализ современного российского телевидения. Екатеринбург, 2010.
13. Мясникова М. А. Фольклорно-мифологические основы телевидения // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2007. № 52, вып. 22. С. 347–355.
14. Нечай О. Ф. Телевидение как художественная система. Минск, 1981.

15. *Прозоров В. В.* Власть и свобода журналистики. М., 2005.
16. *Разлогов К. Э.* Искусство экрана: проблемы выразительности. М., 1982.
17. *Филатова И. В.* Социальная роль журналиста и имидж профессии в зеркале социологических исследований // Журналистика в 2007 году: СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. М., 2008. С. 91–92.
18. *Чередищенко Т. В.* Праздничность // Новый мир. 2002. № 11.
19. *Эйзенштейн С. М.* Избранные произведения : в 6 т. М., 1964. Т. 2.

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 070:81'42 + 070.41

**Э. В. Чепкина,  
Л. В. Енина**

### **ЖУРНАЛИСТСКИЙ ДИСКУРС: АНАЛИЗ ПРАКТИК**

Предлагается методология анализа дискурса, основанная на обнаружении и описании дискурсивных практик. Анализируются журналистский дискурс, его ведущие дискурсивные практики, конструирующие достоверность сообщений, дискурсивные объекты и концепты, субъектную позицию журналиста.

**Ключевые слова:** стилистика СМИ, медиадискурс, дискурсивные практики.

Дискурс как объект лингвистического анализа занял прочное место в современных исследованиях. При изучении дискурсов разного типа обычно применяются традиционные методы, которые давно опробованы в лингвистике текста и когнитивной лингвистике [7]. В данной работе предлагается анализ дискурсивных практик на примере журналистского дискурса. Внимание к практикам дает возможность оценить взаимосвязь между обликом журналистских текстов и механизмами их создания, увидеть влияние условий и механизмов работы журналиста на то, в каком виде информация доходит до адресата. Метод анализа дискурсивных практик не входит в конфронтацию с методами других дисциплин, изучающих тексты, коммуникацию, журналистику, не пытается так или иначе оспорить их выводы, а стремится определить некие белые пятна — области, которые по разным причинам оказались и оказываются вне сферы видения других подходов.

Дискурс понимается нами как социально упорядоченный механизм порождения речи, организации коммуникации. Главное здесь — социальная заданность: есть правила общения (передачи смыслов), которые субъект не изобре-

---

ЧЕПКИНА Элина Владимировна — доктор филологических наук, доцент, завкафедрой русского языка и стилистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: chepkina@gmail.com).

ЕНИНА Лидия Владимировна — кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и стилистики русского языка Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: enina.lidia@gmail.com).

тает. Дискурс формируется надиндивидуальными практиками передачи сообщений [20, 21]. Эти практики отличаются стабильностью, в том числе потому, что каждый владеющий практикой воспроизводит ее многократно, и потому, что они доступны внешнему наблюдателю, так как фиксируются в текстах. Важно подчеркнуть, что каждый дискурс имеет собственные закономерности формирования, которые невозможно выявить с помощью традиционных методов языкового или текстового анализа.

Практики — формы сохранения опыта, и дискурсивные практики — лишь часть многообразных социальных практик. Здесь пойдет речь о практиках порождения смыслов, они фиксируют не столько правила создания завершенного, отдельного текста, сколько способы передачи смыслов, актуальных для журналистики, вне зависимости от того, один или множество текстов эти смыслы транслируют. Это позволяет выявить интертекстуальные, не замкнутые в границах отдельных сообщений закономерности развертывания смыслов.

Теоретическая значимость понятия *дискурсивная практика* определяется тем, что предмет рассмотрения становится возможным отграничить от *речевой деятельности*, предполагающей сознательное целеполагание. В практике более важна ее детерминированность социальными условиями, в том числе и структурами бессознательного. Такая детерминированность не только создает ограничения для субъекта дискурса, но и предоставляет ему возможности для реализации своих намерений.

То, что субъект действует по правилам, не означает, что этого субъекта не существует. Он существует, и он, разумеется, считает себя хозяином своей речи и источником того, что он говорит. Но нас интересует как раз не реальный субъект с его намерениями, а безличные правила, действующие в пределах определенного дискурса. Эти правила безразличны к тому, какой реальный индивид их использует.

Многие знания и навыки, необходимые коммуникантам в пространстве дискурса, не подвергаются непосредственному осознанию с их стороны. Их компетентность носит практический характер и заключается в способности продолжать — «я знаю, как продолжить» [3, 141] — обычное, повседневное воспроизведение дискурсивной практики. «Понять — значит знать, как поступать дальше. И наоборот: если мы знаем, как поступать дальше, значит мы поняли» [1, 239; см. также: 2, 4]. Это понимание нельзя отождествлять ни с прямой словесной формулировкой правил создания и восприятия текста, сделанной посторонним наблюдателем, ни со способностью самих субъектов дискурсивной практики объяснить эти основания. Тем не менее компетентные субъекты дискурсивных практик обычно в состоянии объяснить (если их спросить об этом), что они хотят сказать или почему они говорят таким образом.

Специфику правил, конституирующих дискурсивные практики, можно проиллюстрировать на примере игр, которые анализирует Л. Витгенштейн в «Философских исследованиях»: «Представим себе следующий пример: *A* записывает ряд чисел; *B* смотрит на это и пытается найти в этой последовательности чисел некий закон. Если ему это удастся, он восклицает: “Теперь я могу продолжить!”» [3, 139]. Далее Витгенштейн подчеркивает, что способность продолжить

числовой ряд не обязательно означает нахождение закона. Скажем, *B* пытается определить формулу, согласно которой появляется каждое следующее число. Что означает формула такого типа и что означает понять такую формулу? Понять формулу — не значит произнести ее. Потому что можно знать формулу и не понимать последовательности, и наоборот, можно понять последовательность, не будучи способным дать вербальную формулировку закономерности. Здесь понимание не является ментальным процессом, сопровождающим решение загадки, заключающейся в последовательности цифр. Это просто способность применить формулу в правильном контексте, чтобы продолжить последовательность [Там же, 139–141, 155].

Итак, использование термина *дискурсивная практика* позволяет подчеркнуть, что речь идет о включенности индивидов в процесс коммуникации, осуществляемой ими практически — по правилам, которые не всегда осознаются и тем более не всегда формулируются на вербальном уровне.

Однако условия и правила коммуникации многообразны, поэтому имеет смысл говорить не о дискурсивной практике вообще, но о разнообразии дискурсивных практик в связи с конкретными обстоятельствами и условиями общения.

Надо признать, что часть правил, определяющих дискурсивные практики журналистики, имеет строгие словесные формулировки — это те нормы, которые дают правовую и этическую регуляцию действий журналистов, а также обобщение опыта профессии в учебных пособиях и монографиях, написанных исследователями журналистики. Разумеется, степень обязательности и воспроизводимости таких закономерностей очень различна, будь то нормы этического кодекса или правила, касающиеся жанров. Но все они дают вербальную формулировку требования, прямо говорят, что должно быть сделано. При этом множество других правил применяются, не будучи зафиксированными где-либо. Смыслы дискурсивных практик журналистики большинство людей осваивает практически — в ходе просмотра телепрограмм, чтения газет и т. д., без специального обучения. Однако сегодня все настойчивей говорят о том, что обществу необходимо медиаобразование, т. е. в рамках получения различных форм образования следует преподавать и правила чтения прессы, анализа теле- и радиопрограмм, чтобы адресат мог противостоять попыткам манипулирования его поведением со стороны СМИ.

Рассмотрим некоторые практики, важные для журналистского дискурса. Отбор этих практик обусловлен степенью их релевантности. Для выявления организации любого дискурса необходим анализ следующих позиций: что считается в данном дискурсе истинным, как конструируются дискурсивные объекты и концепты, каковы субъектные позиции дискурса [19, 20, 21].

**Конструирование истины.** Обязанность журналиста поставлять обществу достоверную информацию относится к числу важнейших. Первый пункт Декларации принципов поведения журналистов, принятой Международной федерацией журналистов, гласит: «Уважение правды и права общества на правду — первоочередной долг журналиста». Более того, достоверность информации в известной мере создает журналистику как особый тип дискурса, будучи каче-

ством текста, отграничивающим журналистские произведения от вымысла — от художественной литературы и других дискурсов, безразличных к соответствию реальности.

Журналистика наработала разнообразные практики демонстрации достоверности публикуемой информации. При этом сам факт использования сигналов достоверности не дает адресату определить в полной мере, насколько соответствует действительности публикуемый текст. То, как демонстрируется достоверность, — лишь косвенное, явно недостаточное указание на истинность сведений. Но обычно эти практики все же работают на то, чтобы подчеркнуть достоверность, которая действительно присутствует.

Важнейшей такой практикой является указание точных фактических данных: имена героев, даты событий, названия мест, где события произошли, и т. п. Точность таких сведений легко может быть проверена.

Другая важная практика демонстрации достоверности сообщений — точное указание на источники информации, сообщение о степени их надежности. Это могут быть имена конкретных людей, названия организаций, названия документов и пр. Количество источников, если их больше одного, также усиливает впечатление достоверности. И подпись автора можно считать способом персонализации источника информации. Имя журналиста, если он авторитетен, для многих адресатов служит гарантией правдивости текста. Важно также разграничение степени достоверности публикуемых сведений, четкое отделение фактов от предположений, версий, мнений, слухов.

Остальные практики демонстрации достоверности можно квалифицировать как косвенные свидетельства, что сообщение соответствует действительности. Здесь бывает трудно разделить достоверность и правдоподобие. К таким практикам относится встраивание события в хронологические и логические рамки — с помощью указаний на его предысторию, последствия, формулировки прогнозов дальнейшего развития ситуации, а также с помощью указания на подобные события через отношения подобия/отличия, смежности/удаления, причинности [22]. Если описанное журналистом событие встроено в хронологию и логику, оно выглядит более достоверным, нежели единичный случай, не вписанный ни в какой контекст. Наличие прецедента, аналога делает происшедшее более вероятным в глазах аудитории.

Подробное описание живых деталей событий, наглядное изображение персонажей также способны создать эффект достоверности. Эффект достоверности обеспечивает и психологическое правдоподобие мотивации поведения персонажей, стереотипная и потому правдоподобная интерпретация событий в рамках типичных индивидуальных жизненных сценариев, схем поведения политических субъектов. Встраивание правдоподобной интерпретации событий в логику обыденного мышления чаще всего осуществляется через отношения подобия, особенно если связь устанавливается с чем-то хорошо знакомым.

Достоверность как атрибут журналистского текста сложно определить однозначно. Но несомненна ее высокая ценность для профессии журналиста.

**Конструирование объектов дискурса** — событий и персонажей — включает практики их отбора и описания, интерпретации.

Если говорить о событиях, то анализ практик их конструирования, прежде всего, предполагает отказ от иллюзии «чистого описания фактов»: всегда есть обусловленная правилами дискурса логика выбора из бесконечного нерасчлененного потока реальности того, что можно назвать фактом, событием. Информация, которая может быть проверена на соответствие действительности, допускает значительные вариации в степени подробности изложения событий и тем более в разбросе интерпретаций.

Практики конструирования событий в журналистике, безусловно, опираются на дискурсивные традиции художественной литературы, ее «типологию интриг» [15], а также на практики исторического дискурса, вычлещающего и описывающего реальные события прошлого. Событие в журналистике обладает специфическими критериями отбора. К ним мы относим, прежде всего, релевантность и непредсказуемость. Во-первых, важна существенность изменений, которые реализовались в событии, значимость его последствий для общества — тривиальные происшествия событиями для СМИ не становятся. Во-вторых, в журналистском дискурсе особая ценность приписывается сенсациям — событиям, содержащим некоторое противоречие ожидаемой последовательности действий тех или иных лиц. Не все события, попавшие в журналистский дискурс, удовлетворяют названным критериям в равной мере, существует градация событийности от крупных сенсаций до мелких любопытных происшествий. В целом отнесение того или иного факта к категории события зависит и от общей картины мира в обществе, и от идеологически-оценочной позиции субъекта дискурса — конкретного журналиста или СМИ в целом.

Персонажи отбираются по степени общественной значимости их действий, а также с точки зрения возможности вызвать интерес аудитории действительно важными для общества или скандальными, курьезными, любопытными поступками.

Универсальный принцип внутридискурсивной организации отобранных объектов — тематический. В тему сгущается то, что может обеспечить определенную частоту коммуникаций и открыто для будущих обсуждений (в плане *принять / отклонить*). Темы — это способ объединения в блоки значимой для коммуникантов информации, и эти существенные для продолжения коммуникации информационные блоки, или, точнее, направления отбора и критической оценки информации, сохраняются в общей (коллективной) памяти. При этом тема, утратившая по каким-либо причинам актуальность, отбрасывается или отодвигается на время. Возможность вернуться к ней всегда сохраняется [9, 12]. Таким образом, тема важнее связанных с ней оценочных модальностей. Важнее сам набор объектов дискурса, чем то, кто и как на них реагирует. Так, например, для современных российских СМИ характерно, что главными субъектами происходящих в общественно-политической жизни процессов являются президент и премьер-министр. Это видно как в новостных программах государственного телевидения, так и в интернет-СМИ, представляющих точку зрения внесистемной оппозиции. Оценочные позиции часто взаимно исключают друг друга, но сам набор ключевых персонажей и событий в значительной степени совпадает.



Любой дискурс, в том числе журналистский, дополнительно регулируется за счет практик внешнего и внутреннего контроля [21]. К важнейшим из них относятся процедуры исключения, в том числе табу на включение в дискурс некоторых объектов, потенциально интересных для него. Это касается как освещения некоторых событий, так и появления в публичном пространстве, например на телевидении, некоторых персон. Ср. показательную реплику Владимира Познера среди ответов на вопросы читателей ИА «Lenta.ru»: «У меня с генеральным директором канала есть определенные договоренности относительно того, что есть некоторое количество конкретных людей, которых Первый канал не желает видеть в эфире. Это небольшое количество людей, но тем не менее. Я изначально с этим согласился, но сказал, что этот список не должен расширяться. Мы договорились, что этих людей я пока не приглашаю» [24].

Важно подчеркнуть, что такого рода запреты, гласные или нет, не столько действуют в буквальном смысле, сколько являются точкой, вокруг которой выстраиваются практики, обеспечивающие различие между СМИ, их общественной и профессиональной позицией. Можно, с одной стороны, говорить о системе запретов на определенные объекты, например, в области политики, государственной безопасности, общественной нравственности (запреты, связанные с сексуальной тематикой). Однако ни один из этих запретов сегодня не оказывается для массмедиа абсолютным. Табу на информацию о некоторых объектах существует, но оно может преодолеваться в отдельных СМИ, и именно это преодоление позволяет данному СМИ привлечь дополнительное внимание аудитории.

Жестко действовавшее в советские времена табу на информацию о личной жизни политиков сегодня совершенно не соблюдается многочисленными изданиями, ориентированными на поиск скандальных подробностей из жизни известных людей, телевизионными и радиопрограммами аналогичной направленности. Но нельзя сказать, что такого запрета больше не существует. Именно его наличие, выдерживаемое и сегодня качественной журналистикой, стимулирует издания-таблоиды подчеркнуть переступить границу нормы, что, собственно, и конституирует эту особую сферу массовой коммуникации. Кроме этически сомнительных тем в сферу внимания таблоидов попадает проблемная по своей достоверности информация об инопланетянах, привидениях и т. д. Здесь мы имеем дело со сложившимися правилами нарушения правил. Вспомним замечание Ю. М. Лотмана о том, что отступление от нормы тоже имеет свои правила, зачастую необходимые для существования самой нормы [11].

**Конструирование концептов.** Концептуальная организация журналистского дискурса обусловлена тем, что журналисты «не обладают монополией на некое специализированное знание, а выступают в качестве хорошо информированных мирян, наделенных здравым смыслом» [5, 57]. Одновременно считается, что то, о чем сообщают СМИ, относится к наиболее важным социальным вопросам. Мнение журналистов становится влиятельным — оно имеет тенденцию превратиться в мнение самих читателей [23, 77]. В связи с этим следует отметить исследования И. Сандомирской и Н. Козловой о переплетении в дневниковых

записях советских людей практик официального советского дискурса с личными повседневными практиками [8, 16].

Концептуальные различия внутри дискурса тесно связаны с популярным в настоящее время понятием *формат* издания, телеканала, радиостанции. «Формат может представлять собой совокупность условий и правил сбора, обработки и распространения информации, принятых в газете, на телеканале, радиостанции» [10, 109; см. также: 13, 17]. Понятие введено американскими исследователями Д. Элтейдом и П. Сноу, оно означает «рамку или перспективу, которая используется для того, чтобы подать или истолковать те или иные феномены» [цит. по: 5, 99]. Формат задает правила отбора и подачи информации для того или иного СМИ, причем во главу угла ставится тип целевой аудитории. Классификацию форматов можно выстроить по преобладающей цели массмедиа: информирование, влияние или развлечение, а также по тематическим и жанровым предпочтениям, специфике стилистического оформления и другим факторам. С конструированием концептов здесь связаны цель, тематический отбор и глубина анализа проблем. Соответственно можно выделить три большие группы СМИ, отличающиеся друг от друга по концептуальным установкам. Во-первых, это массмедиа, ориентированные на стандарты качественной прессы в классическом понимании: достоверная и полная информация, представление разных точек зрения, серьезный анализ общественно значимых проблем. Во-вторых, так называемые «мягкие таблоиды» — СМИ, соединяющие тематику качественных изданий со значительно облегченным уровнем анализа тем, задачами не столько информирования аудитории, сколько влияния на ее мнение, а также со значительной долей развлекательности. Именно концептуальное упрощение сообщений и манипулятивные технологии подачи информации широкой аудитории выделяют эту группу СМИ. В-третьих, большая доля современных СМИ ориентирована преимущественно на развлечение аудитории. Появился и соответствующий термин — *досуговые СМИ*. Значительную их часть составляют издания, избегающие значимых общественно-политических тем и сосредоточенные на сфере частной жизни. Типичная тематика здесь — светские новости, всевозможные скандалы и сенсации, детальное описание криминальных событий. Все эти темы легко формируют образ адресата-потребителя, сосредоточенного на своих личных проблемах.

**Конструирование субъектных позиций дискурса.** Формирование позиции говорящего субъекта обеспечивается совокупностью различных дискурсивных практик [21]. Важнейшая из них — наличие или отсутствие у текста автора. Авторство в средствах массовой информации имеет свои особенности. Во-первых, традиционно журналист как автор считается выразителем коллективной точки зрения того издания, в котором выступает, или — шире — точки зрения определенной социальной группы, чьи интересы выражает данное издание [14, 120, 127; см. также: 18]. В связи с этим часть текстов СМИ анонимна, адресат не знает имени их авторов (короткие хроникальные заметки, а также редакционные статьи в некоторых изданиях). Часто даже при наличии подписи под публикациями имя автора оказывается неважным для адресата, так как он

нерасчлененно воспринимает то или иное издание как единый субъект речи (это справедливо и для телевизионного или радиоканала).

Тем не менее подписан текст фамилией автора или нет, он является собственностью журналиста, который несет ответственность за его содержание, а также может приобрести благодаря своим произведениям, эфирным программам известность среди аудитории — лучшие журналисты знамениты так же, как звезды спорта, кино, шоу-бизнеса.

Адресант, особенно если он занимает в тексте не только социально-ролевую позицию, но и сообщает о себе детали конкретно-чувственного характера, отождествляется для аудитории с конкретной биографической личностью. Понимаемый таким образом автор должен гарантировать своим текстам стилистическое единство и концептуальную связность (практически концептуальное единство текстов одного автора имеет место не всегда; впрочем, когда журналиста ловят на том, что он в разное время или в разных изданиях противоречит сам себе, это носит оттенок скандала).

Вне зависимости от большей или меньшей степени творческой самореализации личности, тот говорящий, который занимает субъектную позицию журналиста, воспроизводит некоторый набор дискурсивных практик, конструирующих эту субъектную позицию [6].

Значимыми дискурсивными практиками, идентифицирующими журналиста, являются, во-первых, практики отбора тем по признаку актуальности и общественной значимости для публикации в прессе или обсуждения в радио- и телеэфире. Во-вторых, практики выявления и обнародования разных мнений аудитории по заявленным информационным поводам. В-третьих, практики соблюдения жанровых признаков в газетных и журнальных текстах или практики устойчивой, четко структурированной организации нарратива радио- и телепрограммы. Например, ведущий радиоэфира создает такой нарратив, который имеет линейную темпоральную организацию и свои границы. Переход к следующей части программы эксплицируются в высказываниях, которые маркируют начало программы, ее завершение, перерыв на новостной выпуск или рекламный блок. На радиостанциях «Маяк», «Русская служба новостей», «Эхо Москвы» и других программы структурированы внутренними рубриками, тематический переход к ним также маркируется в речи журналиста. Эти высказывания служат скрепами, обеспечивающими целостность и связность программы. Четкое композиционное членение облегчает восприятие устной речи, а ежедневный повтор основных структурных единиц позволяет закреплять нарративные ожидания относительно программы. В-четвертых, в радиопрограммах, которые сейчас выходят в прямом эфире, актуальны и востребованы дискурсивные практики управления интерактивным диалогом со слушателями (звонки в студию, чтение интернет-форумов и sms-сообщений), чтобы он был интересен, разнообразен, понятен для всей аудитории. Эти и некоторые другие дискурсивные практики накладывают обязательные ограничения на речь того, кто занимает субъектную позицию внутри журналистского дискурса.

В то же время субъектная позиция журналиста допускает такие дискурсивные практики, которые позволяют идентифицировать говорящего в этическом

и биографическом плане. К ним относятся, например, сведения об этических принципах журналиста или о его частной жизни. Например, С. Доренко, ведущий программы «Подъем!» на «РСН», нередко включает в свою речь личную информацию: *Человек счастлив в день, когда он покупает яхту, и в день, когда он ее продает. Спросите, откуда я это знаю. Я продавал яхту (17.09.2008)*, подобные дискурсивные практики выполняют функцию индивидуализации журналиста.

Подводя итоги представленного обзора дискурсивных практик журналистики, следует подчеркнуть, что полный список таких практик является принципиально открытым. Мы перечислили лишь некоторые из них — те, которые, на наш взгляд, позволяют идентифицировать журналистский дискурс на фоне других дискурсов. С практической точки зрения анализ практик журналистского дискурса способствует выявлению механизмов овладения профессиональными навыками в сфере журналистики, может помочь повышению профессиональной культуры работников сферы массмедиа.

1. Бауман З. Мыслить социологически. М., 1996.
2. Богин Г. И. Типология понимания текста. Калинин, 1986.
3. Витгенштейн Л. Философские исследования // Витгенштейн Л. Философские работы. М., 1994. Ч. 1. С. 75–319.
4. Демьянков В. З. Понимание как интерпретирующая деятельность // Вопр. языкознания. 1983. № 6. С. 58–67.
5. Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург, 1999.
6. Енина Л. В., Чепкина Э. В. Самоидентификация журналиста в прямом эфире на радио // Изв. Урал гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 3 (78). С. 159–167.
7. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград, 2002.
8. Козлова Н. Советские люди. Сцены из истории. М., 2005.
9. Колесниченко А. Практическая журналистика. М., 2010.
10. Лозовский Б. Н. Журналистика : краткий словарь. Екатеринбург, 2004.
11. Лотман Ю. М. Каноническое искусство как информационный парадокс // Проблема канона в древнем и средневековом искусстве Азии и Африки. М., 1973. С. 16–22.
12. Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.
13. Мясникова М. А. Морфологический анализ современного российского телевидения. Екатеринбург, 2010.
14. Почкай Е. П. Языковое выражение образа автора в публицистике // Журналист. Пресса. Аудитория. Л., 1986. Вып. 3. С. 118–127.
15. Рикер П. Время и рассказ. Т. 1 : Интрига и исторический рассказ. М. ; СПб., 1998.
16. Сандомирская И. Книга о Родине: Опыт анализа дискурсивных практик. Wien, 2001.
17. Смирнов В. В. Формы вещания. М., 2002.
18. Стюфляева М. И. Поэтика публицистики. Воронеж, 1975
19. Филлипс Л. Дж., Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ: теория и метод. Харьков, 2008.
20. Фуко М. Археология знания. Киев, 1996.
21. Фуко М. Порядок дискурса // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности : работы разных лет. М., 1996. С. 47–96.
22. Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000). Екатеринбург, 2000.

23. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. М., 1997.

24. [Электронный ресурс]. URL: <http://lenta.ru/conf/tvjournalism/> (дата обращения: 28.01.2011).

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 070.432 + 316.485.26 + 327.56

**В. М. Амиров**

### **ЖУРНАЛИСТИКА ПЕРЕДНЕГО КРАЯ**

Рассматривается практика обучения студентов приемам сбора и проверки информации в условиях боевых действий.

**Ключевые слова:** журналистика, война, конфликт, военный корреспондент.

Журналистика вооруженных конфликтов как научно-практическое направление всегда являлась одной из визитных карточек журфака Уральского государственного университета. Она преподавалась в различных учебных формах и стандартах и была одной из самых популярных и востребованных дисциплин едва ли не со дня основания кузницы кадров уральской журналистики, что позволило вырастить многие десятки «экстремальных» корреспондентов, работавших в Афганистане и на руинах Чернобыльской АЭС, освещавших боевые действия в Ираке и Южной Осетии, передававших свои репортажи из зон разрушений в Индонезии и Китае. Были ли это «стандартные» курсы или спецсеминары, тема неизменно вызывала большой интерес у будущих журналистов, и нынешнее время не исключение. Занятия проводили С. Г. Александров, Б. С. Коган, А. И. Курасов, В. А. Чичиланов и другие замечательные преподаватели, многие из которых познавали журналистскую профессию на фронтах Великой Отечественной и знали о теме не понаслышке.

В современном понимании, когда журналистский продукт должен обладать максимумом «товарных» качеств, чтобы обеспечить СМИ лидирующие позиции на рынке, публикации из зон вооруженных конфликтов или катастроф стали особенно востребованными. Редакции все чаще снаряжают своих корреспондентов в рискованные командировки, щедро оплачивая риск и профессионализм, а «экстремальная» журналистика становится для работников пера и телекамеры одной из самых желанных и выигрышных с точки зрения статуса и заработка, специализаций газетчиков и представителей электронных средств массовой информации.

---

АМИРОВ Валерий Михайлович — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: [vestnik-va@mail.ru](mailto:vestnik-va@mail.ru)).

© Амиров В. М., 2011

Совершенно очевидно, что меняется и само содержание журналистики экстремальных ситуаций. Освободившись от необходимости привносить в газетный текст или телерепортаж пропагандистские элементы, СМИ получили возможность быть объективнее и аналитичнее, они стали искать новые приемы поиска и интерпретации информации, новые способы сделать материал экспрессивнее.

Преподавание курса регионального стандарта «Журналистика экстремальных ситуаций» основано сегодня на понимании того, что *это одно из направлений журналистики, в котором сбор и анализ информации для подготовки публикаций в средствах массовой информации ведется непосредственно в зонах боевых действий, этнорелигиозных и иных вооруженных конфликтов, районах чрезвычайных положений, природных и техногенных катастроф. При этом работа журналиста осложнена самой ситуацией, в которой он выполняет свои профессиональные обязанности, а также риском для его жизни и здоровья* [1, 4].

Такое видение обуславливает выделение ряда особенностей в технологии работы журналиста, среди которых важнейшими видятся проблемы получения информации в экстремальных условиях. Рассмотрим их подробнее.

В первой группе таких проблем — **значительные затруднения при получении необходимой информации, связанные с режимом чрезвычайной ситуации**. Ни одна из противоборствующих сторон не заинтересована в том, чтобы средства массовой информации получили объективную информацию о причинах, характере и целях конфликта. Если речь идет о стихийном бедствии или техногенной катастрофе, то власти обычно стремятся преуменьшить масштаб происходящего с тем, чтобы уменьшить и свою предполагаемую ответственность. Правительственные органы, на которых лежит задача информирования общественности, почти всегда стараются заменить реальную информацию потоком пропагандистских заявлений или специально подготовленными материалами, призванными создать у журналиста, а позднее и у читателя или зрителя картину, удобную для пропагандистов, но весьма далекую от действительности.

Вячеслав Федоров, неоднократно побывавший в воюющей Чечне, так описывает подобную ситуацию:

Для ежедневного информирования средств массовой информации на Зубовском бульваре в Москве был открыт Росинформцентр. Там с улыбками встречали каждого столичного и периферийного журналиста. Центр был призван правдиво и как можно более полно освещать события на Северном Кавказе. Министерство обороны внесло в работу центра свой штрих, пообещав наиболее объективным журналистам медали за боевое содружество, а уж совсем особо отличившимся — даже именное оружие. Себе же Министерство обороны отвело роль жюри в этом творческом состязании. Ну, кто же откажется послужить Отечеству за награды... Мало кто догадывался, что журналистам была уготована хорошо просчитанная западня, из которой до сих пор им не удалось выбраться. В войска были отданы секретные приказы об ограничении контактов с журналистами, а официальными «толмачами» войны были назначены представитель Генштаба генерал Валерий Манилов, а непосредственно на войне — генерал Геннадий Трошев. Им предстояло регулярно перед телевизионными камерами «разжевывать» те официальные военные сводки, над которыми усердно работал аппарат военной цензуры [8].

Характерной в этом смысле выглядит ситуация, возникшая в Чеченской Республике во время операции, называемой в официальной печати «восстановлением конституционного порядка». Информация, поступающая из источников, представлявших государственную власть, так же мало соответствовала действительности, как и информация, поступающая от чеченских сепаратистов. Ожесточенные бои затрудняли работу журналистов настолько, что они были вынуждены довольствоваться в подготовке материалов видимой из окна или окопа картинкой, собирать материалы по крупицам, опираясь на рассказы очевидцев, слухи, личные впечатления от увиденного.

Вот как характеризует уровень готовности представителей СМИ к этому автор книги «Журналистика конфликта» А. Князев:

Чеченский конфликт выявил проблемы СМИ, связанные с освещением этнополитического конфликта, особенно в фазе боевых действий. Современная отечественная журналистика, как и российское общество, воспитанная в условиях тоталитарного режима, на коммунистической идеологии, оказалась неготовой к той роли, которая отводится СМИ в демократическом обществе. Степень свободы прессы проверяется в моменты кризиса. В этой связи война в Чечне поставила ряд серьезных вопросов относительно способности властей соблюдать принципы открытости информации и готовности СМИ действовать объективно в экстремальных условиях. Вопрос не в том, позитивна или негативна передаваемая информация, а в том, что главным критерием оценки работы СМИ в демократическом обществе является критерий достоверности и полноты предоставляемой информации [4].

Об этом же пишет в своей книге «Прыжок одинокого волка» бывший корреспондент газеты «Красная звезда» по Северному Кавказу Николай Асташкин:

Декабрь 1994 года. Моздок. Война в Чечне идет полным ходом. Но все, что происходило в то время в войсках, для журналистов оставалось тайной за семью печатями. Мы сидели сложа руки в Моздоке, питаюсь в основном дезинформацией и еще чем бог пошлет. Из различных источников до нас доходили сведения, что войска несут потери, убитых и раненых отправляют самолетами и вертолетами во Владикавказ, Ростов-на-Дону, другие города, где имелись военные госпитали, а пресс-секретарь министра обороны России Аганова с улыбкой отвечала на это: да нет же, все идет нормально [2].

Наличие пресс-центра далеко не всегда способно удовлетворить запросы журналистов на информацию. Ведь задачей пресс-центра является формирование у представителей СМИ именно той точки зрения, которая устроила бы ведомство, которое представляет пресс-центр. Выглядит вполне естественным, что, лишаясь официальных каналов информации, журналист начинает работать там, где ему дают работать, и пользуется той информацией, которая лежит рядом. Опасность здесь состоит в том, что уровень объективности его материалов будет определяться уровнем объективности тех, кто такую «легкую» информацию ему передает.

Таким образом, журналисты сталкиваются с **проблемами проверки достоверности получаемой информации, существует опасность стать рупором намеренной дезинформации**, часто передаваемой журналистам для дезориентации противника. Именно от умения проверить поступающую информацию,

сделать правильные выводы из противоречивых фактов и сообщений зависит объективность журналиста, работающего в сложной обстановке боевых действий, техногенной или природной катастрофы.

В серьезных иностранных СМИ принято проверять информацию как минимум по двум источникам. В последнее время такого же подхода требуют и качественные российские издания. Предосторожности выглядят вполне оправданными. Все стороны конфликта стремятся представить ситуацию в выгодном для себя свете: преуменьшить потери своих войск и преувеличить потери противника, оправдать ведение боевых действий. Если же речь идет о техногенной катастрофе — власти часто стремятся преуменьшить ее значительность, показать, что масштаб произошедшего невелик и не угрожает большому количеству людей. Примером такой работы могут служить действия военного пресскентра, описанные в материалы В. Федорова:

Два капитана занимаются черновой работой: принимают сомнительного содержания официальные сводки, придумываемые в далеком окружном штабе... Пройти в пресскентр даже известному журналисту теоретически невозможно — пропуска не выдают. Для нашей братии выделена палатка, из которой по утрам выборочно вытаскивают группы для полетов на передовую. Человек по восемь. Принцип отбора прост — понравилась или не понравилась полковнику Фирсову статья, фотография или телерепортаж. Оставшиеся в палатке мучаются извечным вопросом «Что делать?» — ведь в редакции ждут материал — и с надеждой смотрят на каждого военного, входящего в палатку [8].

Методов проверки информации достаточно много, и при определенном упорстве, соединенном с некоторыми навыками, проверке может быть подвергнут любой сообщенный журналисту факт. Как должен действовать военный корреспондент, которому попало в руки некое сенсационное сообщение? Прежде всего, свериться с имеющимися документами. Любими, проливающими свет на ситуацию. Это может быть удостоверение личности, официальное донесение, летная книжка, карта. В ряде случаев журналисту может предоставиться возможность изучить и иные документы: служебные аттестации и характеристики, представления к назначению и награждению (в последних обычно содержится описание подвига, за который военнослужащего или гражданское лицо представляют к награде). Большое значение имеют личные дела военнослужащих, госпитальные документы, письма и дневниковые записи, документы ветеранских общественных организаций, документы, хранящиеся в музейных фондах.

Если терпит время, можно обратиться в архивные органы, например, Центральный военный архив Министерства обороны.

Среди коммуникативных методов проверки поступающей информации — опросы сослуживцев и свидетелей, беседы с коллегами по общественной деятельности, получение нужной информации от экспертов.

Нужно учиться сопоставлять официальную информацию и ту, что дают неправительственные организации, имеющие, как правило, своих информаторов и свои методики подсчета. Вопреки устоявшемуся мнению, оценки государственных организаций обычно оказываются точнее. Каждый военный конфликт дает массу новых примеров, подтверждающих это утверждение. Грузи-



но-осетинская «пятидневная» война августа 2008 г. в этом смысле не исключение. Вот что пишут об этом в материале «Сквозь войну» военные корреспонденты журнала «Русский репортер» Игорь Найденов и Вячеслав Кочетков:

Грузинские телеканалы передают, что взорван Рокский туннель и сообщение между Осетиями прервано.

— Врут, — убежденно говорит директор нашей гостиницы и переключает кнопки в поисках российских каналов. Находится «Вести-планета». (В Тбилиси у многих есть спутниковые тарелки, так что нет проблем с тем, чтобы узнать российскую точку зрения.) Видит остановившуюся строку, сообщающую ему, что в Южной Осетии погибли 2000 мирных жителей.

— Врут, — не менее убежденно говорит он и выключает телевизор [7].

Исключительно важными для проверки поступающей информации становятся свидетельства очевидцев, особенно если в этих свидетельствах имеются детали, доказывающие, что рассказчик видел все, что называется, собственными глазами. Еще лучше, если очевидцем является сам журналист. Приведем пример из материала корреспондента газеты «Аргументы и факты» В. Кожемякина, работавшего в Цхинвале во время грузино-осетинского конфликта в августе 2008 г.:

Навстречу, виляя по дороге, несется «Газель» «скорой» с выбитыми стеклами и сорванной дверцей. На кузове — пулевые отверстия. В салоне — две раненые женщины и девочка детсадовского возраста с перебинтованной ручкой. Остальные — ополченцы. «По дороге бьют прямой наводкой, — предупреждают они. — Даже по Красному Кресту...». Вдоль дороги — гарь, подбитые танки и сгоревшие дома. Остовы еще дымятся. От развалин, опираясь на палку, медленно ковыляет седой старик в разорванной рубашке. Его лицо в копоти. «Помогите похоронить жену! Мне самому не осилить...» [6].

Для понимания ситуации и проверки достоверности поступающей информации имеют большое значение бэкграундовые материалы. Например, справочные материалы исторического характера. К примеру, для того чтобы понять смысл политического кризиса в Таиланде в 2006 г., приведшего к крупномасштабным волнениям, необходимо изучить историческую подоплеку: *«За отальным премьером — немалая народная поддержка. 14 миллионов тайцев поддерживают Таксина, примерно 12 миллионов — против него. Страна практически раскололась. Демократия “по-тайски” — это бесконечный порочный круг, который состоит из выборов, коррупции, военного переворота, затем принятия новой конституции и потом — все по новой. И так с 1932 года»*, — публикация Т. Хантонга в журнале «The New Times» [9]. Ценны для оценки происходящего и сопоставления поступающей журналисту информации и статистические справки, регулярно даваемые в выступлениях перед журналистами должностными лицами вооруженных сил, участвующих в конфликте: *«Пятидневная война закончилась, и уже можно подводить какие-то промежуточные итоги. По словам заместителя начальника Генерального штаба Анатолия Ноговицына, потери Российской армии составили 74 человека погибшими, 171 ранеными и 19 без вести пропавшими»* [3]. Цифры и факты, обнародуемые во время таких выступлений, являются официальными и вполне могут послужить основой для

аналитических выводов. Журналисту достаточно трудно ориентироваться в соотношении сил, так как военные используют для планирования операций и оценки возможностей противника сложные коэффициенты и формулы.

Справочная информация особенно важна в случае, если журналисту приходится использовать в своем материале сложную, малопонятную для читателя или зрителя терминологию, без которой трудно, например, пояснить какие-то аспекты вооруженного конфликта. Примером может послужить отрывок из корреспонденции газеты «Независимое военное обозрение», автор которой анализирует проблемы применения российскими войсками в грузино-осетинском конфликте высокотехнологичного оружия:

Казалось бы, наши Военно-воздушные силы имеют широкий спектр различных по конструкции, характеристикам и способам наведения высокоточных боеприпасов. Да еще в количестве, позволяющем неограниченно применять их в военных конфликтах любого масштаба. Да, это так. Но... Дальность пуска (9–12 км) корректируемых авиационных бомб КАБ-500Л и КАБ-1500Л (с лазерным наведением) и КАБ-500Кр (с телевизионным наведением), управляемых авиационных ракет Х-25МЛ, Х-29Л, означает, что бомбардировщикам Су-24М и Ту-22МЗ приходится действовать в крайне опасной для них зоне неуничтоженной ПВО.

Между тем наличие дальнобойных высокоточных средств поражения (ДВС) позволило бы уже в первые часы конфликта нейтрализовать системы связи, боевого управления и разведки, а также наиболее боеспособные войска и силы Грузии. Будь у российской авиации ДВС, она принудила бы агрессора к миру в кратчайшие сроки, без захода в зону грузинской ПВО [7].

Очевидно, что приведенные справочные данные говорят о многом. В частности, о недостаточно высокой технологической оснащенности российских ВВС.

Разумеется, для того чтобы работать с такими бэкграундовыми элементами, журналисту придется достаточно глубоко вникнуть в тему. Но и ценность аналитики, опирающейся на столь широкую фактологическую базу, очень высока.

Суть проблем, стоящих перед журналистом, кроется в его **обязанности оставаться объективным**, вне зависимости от своих политических, религиозных, патриотических и иных убеждений и установок быть непредвзятым и неангажированным.

Как справедливо отмечают исследователи и практики, «не бывает журналистики стопроцентно объективной и беспристрастной, как не бывает журналистики независимой, без изъянов. Другое дело, что объективность, беспристрастность и независимость — это те идеалы, к которым нужно и можно стремиться» [4]. Каждый человек является носителем тех или иных морально-нравственных установок, и журналисты в этом смысле не исключение. Однако пристрастия не могут быть причиной заведомой необъективности. Правда в интересах пишущего не будет адекватно воспринята читателем, как бы талантливо ни был подготовлен материал. Тем более если речь идет о ситуациях, связанных с человеческим горем.

Недобросовестность журналиста, его пристрастность могут проявиться и в интерпретации фактов: в выдвигании заведомо ложных альтернатив (например, «или признание Дудаева и независимость Чечни, или гражданская война

по всему Кавказу»), в проведении некорректных обобщений (например, «русские воюют с кавказцами»). В любом случае это абсолютно недопустимо.

1. *Амиров В. М.* Журналистика экстремальных ситуаций : конспект лекций. Екатеринбург. 2008.
2. *Асташкин А.* Прыжок одинокого волка. Хроники времен Джохара Дудаева. Ростов н/Д, 2003.
3. *Бабченко А.* Это самое паскудное — относиться к смерти как к работе // Новая газ. 2008. 18 авг.
4. *Князев А. А.* Журналистика конфликта // Пособие : материалы семинара повышения квалификации журналистов, работающих по освещ. регион. и локальных конфликтов. Бишкек, 11–13 июня 2001 г. Бишкек, 2001. С. 6.
5. *Кожмякин В.* Эта рана не заживет долго // Аргументы и факты. 2008. № 33.
6. *Кочетков В., Найденов И.* Сквозь войну // Русский репортер. 2008. № 31. С. 9.
7. *Растопшин М.* К бесконтактным операциям не готовы. Российские войска использовали в Южной Осетии устаревшее оружие // Независимое военное обозрение. 2008. 15–21 авг.
8. *Федоров В.* Шаг влево, шаг вправо... или Пресса на войне [Электронный ресурс] // Военная библиотека Федорова. URL: <http://www.warlib.ru/index.php?id=000017> (дата обращения: 11.02.2010).
9. *Хантонг Т.* Революция: тайский стиль // The New Times. 2008. № 15.

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 070:008 + 002.52 + 004.738.5

**Е. В. Олешко**

### **ЖУРНАЛИСТИКА И КУЛЬТУРА: МОДЕЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ**

Исследуются различные модели информационного взаимодействия в современном обществе, роль массмедиа в данных процессах, представлены различные подходы к определению информационной культуры. Особое внимание обращается на факторы, динамизирующие практическую реализацию моделей информационного взаимодействия СМИ и аудитории.

**Ключевые слова:** информация, информационная культура, Интернет, СМИ, аудитория, интерактивность.

Возникновение новой модели информационного взаимодействия в современном обществе — журналистики как социального института и культуры обусловлено несколькими факторами. В первую очередь процессами глобализации и перманентного технологического развития средств передачи информации.

ОЛЕШКО Евгений Владимирович — ассистент кафедры периодической печати Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: [fury\\_rebel@mail.ru](mailto:fury_rebel@mail.ru)).

© Олешко Е. В., 2011

Глобализация определяет возрастание внешних факторов (экономических, социальных и культурных) в воспроизводстве всех стран — участниц этого процесса, а также все увеличивающуюся их взаимозависимость. Дискуссии по поводу определения того, что представляет из себя информационное общество, не стихают уже около полувека. Причем «современные концепции информационного общества отражают не наступление качественно новых общественных отношений, а деградацию существующих социальных достижений второй половины XX века. Действующие социальные институты, их лидеры не могут справиться с кризисами, вызванными ростом производительности труда на новом этапе НТР, включающем качественное развитие и информационно-коммуникационные технологии, социально освоить технологические достижения (хотя бы с позиций международно признанных прав и ценностей), которые вызвали стремительный рост населения и уровня потребления, но никак не способствовали положительному решению вопросов о смыслах деятельности личностей, обществ, государств и мирового сообщества в целом» [10, 54].

Вместе с тем, на наш взгляд, нельзя отрицать тот факт, что в условиях перманентного совершенствования средств массовой коммуникации журналистика также приобретает ряд качественно новых свойств, в том числе и социально-технологического характера. Их выделение и наиболее полное, системное представление в контексте филологической науки можно произвести, используя модельный подход, в рамках которого *модель* определяется как описание изучаемого объекта языком символов и терминов, отражающих его содержательные и прогностические характеристики.

*Информация* — феномен не только новейшего времени. Но, встав в один ряд с такими категориями, как материя и энергия, в XX столетии информация трансформировалась в необычайно широкое понятие, а сегодня, благодаря исследованиям в рамках информатиологии, теории массовой коммуникации, филологии и ряда других дисциплин, раскрываются ее новые грани. Поначалу под информацией, как известно, понимались не любые сведения, а лишь те, которые снимают полностью или уменьшают существующую до их получения энтропию (неопределенность, неизвестность). Чем меньше вероятность появления сигнала, тем больше информации он несет. Или по-иному: чем неожиданнее новость, тем больше ее информативность. Была предложена и формула вычисления количества информации в передаваемом сообщении. В процессе исследований ученые предложили оценивать информацию по увеличению объема знаний у человека, интериоризированных под воздействием информационного сообщения. А позднее — измерять содержательность информации по увеличению вероятности достижения цели после получения информации человеком или машиной.

Законодательно информацией являются все «сведения (сообщения, данные), независимо от формы их представления» [14, 14]. В настоящее время понятие информации связывают также воедино с понятием *коммуникации* (взаимосвязи субъектов) и социального управления. Ведь информация составляет и ту часть знаний, которая используется отдельными людьми, социумами и обществом в целом для ориентирования, принятия решений, активного действия,

управления, т. е. в целях сохранения, совершенствования и развития различных систем.

Существует также множество различных подходов к пониманию той стороны социальной реальности, которая называется *культурой*. Поскольку это разнонаправленное, многоплановое и многообразное явление, поэтому в литературе существует множество направлений ее исследования. Одни обществоведы описывают культуру как мир накопленных, унаследованных ценностей и норм, как вещный мир. Представители иной школы, которых несравненно больше, рассматривают культуру как мир человека. Впрочем, здесь тоже существуют разногласия: а) культура — мир целостного человека в единстве его физической и духовной природы; б) культура — мир только духовной жизни человека; в) культура — «живая человеческая деятельность», способ, «технология» этой деятельности. Данное понятие употребляется для характеристики и человека, и общества, а также ступеней и этапов их развития.

Известный культуролог Л. Е. Кертман писал о существовании свыше 400 определений культуры [8]. Но, по его мнению, можно считать основными три подхода: антропологический, признающий в качестве доминантных самоценность культуры каждого народа и равноценность всех культур, существующих на нашей планете; социологический, трактующий культуру как фактор организации и образования жизни какого-либо общества, и, наконец, философский подход, рассматривающий культуру как «содержание» или как «способ бытия» общества.

В рамках разделяемого нами *социокультурного подхода*, сутью которого является рассмотрение общества как единства культуры и социальности, культура определяется как «совокупность способов и результатов деятельности человека, включающая в первую очередь ценности, нормы, образцы, а под социальностью понимается совокупность взаимоотношений социальных субъектов» [9, 27]. Поскольку культура является сложной и открытой системой, имеющей разные структурные уровни, то можно акцентировать внимание на таком аспекте: уровни и качество развития, а также самоорганизации любой сферы общества (в частности массово-коммуникационной) должны иметь культурные характеристики. В данном случае интегрируется три измерения человеческого бытия: человек в его соотношении с обществом, характер культуры, тип социальности. Массово-коммуникационные отношения, возникающие при взаимодействии потребителя информации с субъектами данного рода деятельности, как нам кажется, в наибольшей степени должны быть обусловлены направленностью на «человека активного», чем и вызван выбор данного методологического подхода как основного.

СМИ — средства массовой информации — по определению являются одним из важнейших компонентов массовой культуры, поэтому модель взаимодействия на этом уровне также важна для анализа. Причем нужно учитывать тот факт, что *массовая культура* в научной литературе на русском языке практически до 90-х гг. прошлого века рассматривалась чаще всего не как объективно сложившееся явление социальной реальности, а в идеологическом аспекте, включающем оценочный характер. Сегодня массовая культура чаще всего определяется как *явление, характеризующее особенности производства*

*культурных ценностей в современном обществе* [13]. Предполагается, что «массовую культуру потребляют все люди, независимо от места и страны их проживания. Массовой культура является еще и потому, что она массово ежедневно производится. Это культура повседневной жизни, доступно предоставляемая аудитории средствами массовой коммуникации» [12, 24]. Вектор взаимоотношений «массовая культура — конкретный социум», по мнению многих экспертов, определяется также и тем, что «в сегодняшней российской действительности массовая культура превращается в медиакультуру. В условиях глобализации и виртуализации современного общества она становится основным ресурсом конструирования идентичности и полем для репрезентации, предоставляя индивиду набор культурных образцов, кодов, стилей; масс-медиа обеспечивают циркуляцию этих конструкторов в культурном пространстве» [6, 168].

В связи с этим очень актуальный для нашего анализа термин *информационная культура* без обращения к методологическим подходам не только филологии и теории журналистики, но и смежных наук (социологии, социальной философии, психологии, культурологии, эстетики и др.) раскрыть достаточно сложно. Информационная культура — предельно широкое социальное явление, имеет сложную структуру. Ее важнейшие виды и проявления можно разделить по различным критериям: по характеру и содержанию (это материальные и духовные компоненты), по сфере деятельности (в нашем случае — это средства массовой коммуникации и конкретно СМИ), по наличию субъекта и объекта (в журналистике — это творческие работники и аудитория СМИ) и т. п. В современной науке существуют различные точки зрения на данную проблему. К примеру, И. В. Юшкина под информационной культурой понимает «общественное явление интегративного характера, которое складывается из системы информационных представлений и деятельности» [16, 33]. Другие авторы рассматривают информационную культуру «как часть общей культуры, состоящую из сплава информационного мировоззрения, информационной грамотности и грамотности в области информационно-коммуникационных технологий» [4, 26]. В. А. Лозовой, И. Н. Пугина и некоторые другие ученые исследуют эту проблему через структуру интеллектуальной деятельности человека [11]. Л. П. Бурдуковская провела анализ с учетом регионального аспекта деятельности СМИ, чем, на наш взгляд, сузила предметное поле исследования [3]. Нам концептуально более близка точка зрения Е. В. Грунт, трактующей эту проблему в контексте оптимизации эффективного взаимодействия в информационной среде, способствующего развитию культуры личности [5].

Вместе с тем никто из исследователей не отрицает, что есть элементы, присутствующие во всех уровнях информационной культуры: деятельность, язык, артефакты, ценности, нормы, правила, традиции и обычаи. Материальные и духовные компоненты информационной культуры тесно связаны между собой и являются причиной друг друга. Ведь материальное здесь (к примеру, такой продукт, как отдельный номер газеты или журнала) есть следствие развития идей, результат человеческого мышления. Следовательно, предметом анализа может быть и профессиональная культура журналистов в целом.

К тому же в современных условиях, по мнению экспертов, «свойства СМИ детерминируются свойствами СМК (средств массовой коммуникации. — Е. О.) и трансформируются при внутрисистемном взаимодействии журналистики, интернет-журналистики, Всемирной сети, коммуникативных практик образования, PR, рекламы, политики и т. п.» [7, 13]. Данный вывод методологически важен, поскольку дает возможность обнаружить и описать, к примеру, формы взаимовлияния традиций газетно-журнального оформления, шрифтового наполнения продукции СМИ и современного веб-дизайна.

Сложность понимания и анализа информационной культуры как системы заключается в ее многоплановости как социального явления и постоянной трансформации форм ее проявления в конкретных видах человеческой деятельности. Если усвоение культуры еще совсем недавно осуществлялось в основном путем научения, передачи опыта и знаний, то *усвоение современной информационной культуры*, на наш взгляд, *наряду с этим предполагает также овладение новыми технологиями получения и видоизменения в собственных интересах различного рода информационных продуктов*. Последнее можно считать уже феноменом XXI в. Достаточно вспомнить стремительное развитие в Интернете социальных сетей, повсеместное увлечение современной молодежи созданием собственных веб-блогов и микроблогов. Хотя при этом, по мнению педагогов и психологов, «на первый план выходит проблема поиска путей, возможностей использования Интернета и телевидения, формирования культуры отношения к ним. Ведь Интернет на самом деле представляет новое культурное пространство со своим особым языком, особым содержанием, которое невозможно проконтролировать, со своими способами научения, внушения, предпочтения» [15, 29].

К тому же сегодня стало нормой ведение многими известными политиками, артистами, спортсменами, просто постоянными посетителями Всемирной сети собственных так называемых «живых журналов», в которых они отражают свое отношение к различным событиям и фактам, оперативно (зачастую — в режиме реального времени) представленным в СМИ на тех или иных сайтах. Популярная телеведущая Тина Канделаки недавно призналась, что если раньше для поддержания имиджа публичным людям приходилось регулярно посещать различного рода «тусовки» и модные столичные мероприятия, то теперь в любой точке мира достаточно иметь мобильный телефон с выходом в Интернет: «Если есть десять тысяч подписчиков вашего “живого журнала”, то вы и есть СМИ» [1]. Безусловно, утверждение это полемичное, но оно отражает определенную тенденцию фокусирования внимания массовой аудитории на тех или иных информационных потоках.

В контексте проведенного нами исследования ***информационную культуру мы определяем как актуализированное социальной практикой «пространство», включающее различные значения, культурные коды, способы и новейшие технологии их производства и воспроизводства, передачи и хранения, а также тексты и иные формы материализации информации, как правило, непосредственно связанные с массмедиа.***

Особо акцентируем внимание на том, что в рамках теории журналистики при обращении к проблематике формирования и развития информационной

культуры как отдельной личности, так и представителей различных социумов, по нашему мнению, правомерно выделять культуру производства массовой информации в качестве одного из структурообразующих факторов. Парадоксально, но до сих пор данный аспект, особенно в части дизайна и шрифтового оформления печатных СМИ, не говоря уже об интернет-изданиях, оставался чаще всего вне внимания исследователей.

Важно отметить и тот факт, что в сегодняшней российской действительности информационная культура как часть общей культуры и неперенный компонент массовой культуры в условиях глобализации и виртуализации современного общества становится не только одним из важнейших ресурсов конструирования идентичности личности, но и полем для ее репрезентации. Связано это в первую очередь с новыми технологическими возможностями средств массовой коммуникации, и прежде всего массмедиа, Интернета, а в последнее время и мобильной связи. Ибо они день ото дня предоставляют индивиду набор различного рода культурных образцов, кодов, стилей и в целом обеспечивают циркуляцию этих конструктов в культурном и информационном пространстве.

Все вышесказанное позволяет нам выделить особые черты, характеризующие практическую реализацию моделей информационного взаимодействия СМИ и аудитории в контексте их повсеместной массовизации, а также с учетом фактора перманентного нарастания влияния Интернета и новейших технологий сбора, обработки, передачи и хранения информации. Это:

1. Определенные стандартизация и гомогенизация (усредненность, унификация) медиапродуктов.
2. Появление в рамках наиболее распространенных форматов СМИ единых требований не только к формам подачи, но и к технологиям получения информации.
3. Плюрализм и фрагментарность как свойства не массмедиа, а изменившегося бытия.
4. Тиражирование тематических и жанровых клише текстов, предназначенных для тех или иных групп аудитории.
5. Повсеместная визуализация информации, возрастание роли ее иконических компонентов, обладающих семантическими, синтаксическими и прагматическими характеристиками; хранящих и передающих смысл текстов, а нередко и эмоции авторов.
6. Развитие интерактивности не только как модели взаимодействия с аудиторией СМИ и социальной технологии, но и способа решения массмедиа задач коммерческого характера.
7. Перманентное развитие веб-сайтинга как ссылочной информационной среды и одного из вариантов расширения текстовых возможностей традиционных печатных СМИ.
8. Информационное соперничество офлайновых и онлайн-овых СМИ<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> *Офлайн (offline)* — отключенный от сети) — сленговый термин, обычно применяющийся к чему-то, не относящемуся к Интернету, в противоположность *онлайну* (подключенный к сети).



9. Прямое и опосредованное влияние сетевых и блоговых традиций на язык традиционных СМИ.

10. Заимствование и лишь в некоторых случаях трансформация веб-дизайнерами и создателями интернет-версий газет и журналов выразительных средств, используемых в оформительских и графических моделях традиционных периодических изданий.

11. Расширение ареала использования газетно-журнальных шрифтов до веб-дизайна и интернет-СМИ, превращение их в специфический информационный продукт, выраженный в знаковой форме.

12. Определенная унификация технологической базы и творческих подходов к использованию шрифтов в различных сферах в процессе интеграции всех типологических групп СМИ в новую цифровую медийную парадигму [2].

---

1. Авторская программа «Эхонет» Александра Белановского на радиостанции «Эхо Москвы» от 20 мая 2010 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.echo.msk.ru/programs/echonet> (дата обращения: 20.05.2010).

2. *Беляев А. А.* Особенности графической модели интернет-версий периодических изданий (на материале итальянских СМИ) : дис. ... канд. филол. наук. М., 2009.

3. *Бурдуковская Л. П.* Информационная культура и коммуникация: (На материалах деятельности СМИ Республики Бурятия): дис. ... канд. культурологии. Улан-Удэ, 2004.

4. *Гендина Н. И., Колкова Н. И., Старозубова Г. А.* Формирование информационной культуры личности: теоретическое обоснование и моделирование содержания учебной дисциплины. М., 2006.

5. *Грунт Е. В.* Социологический анализ информационной культуры личности в современных условиях // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 3 : Обществ. науки. 2010. № 1(73). С. 117–125.

6. *Закурдаева В. В.* Массовая культура как феномен духовной жизни российского общества: дис.... канд. социол. наук. Курск, 2002.

7. *Калмыков А. А.* Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2009.

8. *Кертман Л. Е.* История культуры стран Европы и Америки. М., 1987.

9. *Латин Н. И.* Пути России: социокультурные трансформации. М., 2002.

10. *Литвак Н. В.* К вопросу о классификации концепций информационного общества // Социол. исслед. 2010. № 8.

11. *Лозовой В. А., Пугина И. Н.* Культура личности. Интеллект. Творчество // Интеллектуализация общества и творчество. Новосибирск, 1991.

12. *Маркова Г. И.* Массовая культура: содержание и социальные функции: автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 1996.

13. Массовая культура: современные западные исследования: сб. ст. / ред. В. В. Зверева. М., 2005.

14. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ // Рос. газ. 2006. № 165.

15. *Фельдштейн Д. И.* Приоритетные направления психолого-педагогических исследований в условиях значимых изменений ребенка и ситуации его развития // Бюл. Высш. аттестац. комиссии Мин-ва образования и науки РФ. 2010. № 4. С. 29.

16. *Юшкина И. В.* Информатизация общества в России: принципы и специфика. М., 2001.

Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.

УДК 070.4 + 316.774 + 378–057.175:070

Ю. В. Чемякин

## **ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ И ПРЕПОДАВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ КОРПОРАТИВНОЙ ПРЕССЫ**

Рассматриваются основные теоретические и практические проблемы, связанные с изучением российской корпоративной прессы и преподаванием предметов по данному типу СМИ в высших учебных заведениях, обозначаются возможные пути решения некоторых проблем.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** корпоративная пресса, корпоративные медиа, основные проблемы, исследование, теоретическое осмысление, преподавание.

Экономический кризис для корпоративных медиа (далее — КМ) остался позади. Такое мнение высказал на семинаре-практикуме «Аудит внутренних коммуникаций и корпоративных СМИ», состоявшемся 26–27 августа 2010 г. в Москве, исполнительный директор АКМР (Ассоциация директоров по корпоративным коммуникациям и корпоративным медиа России) Д. Д. Дегтяренко. И с ним в целом можно согласиться. Анализ тенденций, происходящих в современной корпоративной прессе России, дает основания для таких выводов. Вновь вышли на работу многие редакторы, отправленные в разгар кризиса (конец 2008 — начало 2009 г.) в «административный отпуск», возобновился выпуск целого ряда корпоративных СМИ, редакции некоторых печатных изданий вновь перешли на более качественную бумагу и т. д. В разных городах, на разных предприятиях создаются новые корпоративные медиа.

По-прежнему высоким остается интерес к КМ и со стороны студентов факультетов журналистики, PR и рекламы российских вузов. Так, на факультете журналистики Уральского университета ежегодно по корпоративным СМИ защищаются около десяти дипломных работ, на факультете журналистики МГУ эта цифра в разы больше (при этом известно, что студенты преимущественно выбирают темы дипломных проектов, связанные со СМИ, где они уже работают или намерены это делать в будущем). Работа в корпоративных СМИ сегодня воспринимается многими начинающими журналистами как престижная, а корпоративные медиа, несомненно, являются важным элементом системы средств массовой информации России.

Таким образом, актуальность анализа основных проблем, связанных с изучением и преподаванием корпоративных медиа в вузах, несомненна. Проблем этих немало. Есть смысл обозначить круг наиболее актуальных из них на сегодняшний день.

Сегодня можно уверенно констатировать, что в России уже началось серьезное изучение, теоретическое осмысление корпоративных медиа. Защищен

---

ЧЕМЯКИН Юрий Владимирович — кандидат политических наук, доцент кафедры истории журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: chemyakin1977@yandex.ru).

целый ряд диссертаций [1, 2, 3, 7, 8, 12], опубликовано несколько монографий, посвященных корпоративной прессе [4, 9, 13], огромное количество статей в профессиональных журналах и научных сборниках [5, 6, 10, 14]. Таким образом, сегодня мы уже не можем утверждать (как это было возможно еще семь-восемь лет назад), что теоретической базы для развития корпоративной прессы в России практически нет. Однако в упомянутых работах, в том числе и в диссертационных исследованиях, рассматриваются преимущественно отдельные аспекты функционирования того или иного вида корпоративных СМИ. Например, особенности внутрикорпоративной газеты в качестве инструмента PR или роль корпоративного издания в формировании имиджа регионального вуза. Даже в наиболее серьезных, объемных исследованиях, к которым мы относим работы Д. А. Мурзина, А. Ю. Горчевой и Л. С. Агафонова, недостаточно разработанным (либо дискуссионным) остается ряд важнейших теоретических вопросов. По ряду ключевых теоретических проблем отечественные исследователи придерживаются разных, а иногда и диаметрально противоположных позиций. Таким образом, пока нельзя вести речь о существовании стройной, хорошо проработанной, непротиворечивой теории российских корпоративных СМИ.

К ключевым и не решенным пока теоретическим проблемам можно отнести, прежде всего, определение объема понятия «корпоративные СМИ». В частности, одни исследователи, такие как Д. А. Мурзин, относят к КМ исключительно издания коммерческих компаний. Тогда как А. Ю. Горчева, Л. С. Агафонов и некоторые другие авторы в качестве корпоративных рассматривают также издания общественных организаций, государственных и муниципальных учреждений (например, музеев, театров, гимназий, вузов и т. д.). Первая обозначенная точка зрения выигрышна тем, что позволяет более четко обозначить границы корпоративной прессы [8]. В то же время есть серьезные доводы в пользу второго подхода [13, 14]. В частности, это схожесть задач, выполняемых функций и информационной политики прессы коммерческих и некоммерческих организаций. Кроме того, многие редакторы и сотрудники изданий государственных учреждений, некоммерческих структур сами позиционируют свои СМИ в качестве корпоративных, активно участвуют в семинарах, конференциях, конкурсах корпоративных СМИ.

Отсутствие согласия по поводу определения и объема понятия «корпоративная пресса» препятствует решению целого ряда других теоретических и практических задач, в частности, изучению истории развития данного типа СМИ. К настоящему времени существуют лишь некоторые разрозненные статьи и разделы монографий, которые затрагивают историю возникновения и развития КМ в разных странах. Серьезных работ, основанных на историко-хронологическом методе исследования корпоративной прессы, нет. По нашему убеждению, одна из причин этого — как раз существующая неясная ситуация с объемом ключевого понятия. Прессу каких организаций рассматривать? Только коммерческих? Или некоммерческих тоже? А как быть с разными бюллетенями государственных и муниципальных учреждений?.. Так или иначе, но история развития КМ — пока один из наименее разработанных вопросов, касающихся корпоративной прессы.

В качестве примера практических проблем, вызванных неясностью границ основного понятия, можно привести следующий факт. Уже длительное время не предпринимается никаких реальных мер по внесению корректив в законодательство о средствах массовой информации с учетом специфики корпоративной прессы. Дело в том, что сейчас на нее распространяются общие требования законодательства РФ о средствах массовой информации. Между тем некоторые из этих требований корпоративным СМИ соблюсти бывает сложно (или даже невозможно) в силу своей специфики, своей изначально зависимой природы. Например, это касается статьи третьей Закона РФ «О средствах массовой информации» — «Недопустимость цензуры». Каждому, кто работал в корпоративной прессе, известно, что цензура там присутствует. Помимо прямой предварительной цензуры, используются также другие разнообразные формы контроля и регулирования деятельности редакций. Поэтому специфика корпоративных медиа, по нашему мнению, должна быть учтена в законодательстве. Однако чтобы это сделать, необходимо четко определиться, какие именно СМИ можно отнести к разряду корпоративных... Другая часть проблемы: какую продукцию, выпускаемую разными фирмами, организациями, необходимо воспринимать в качестве прессы? Например, имеют ли какое-то отношение к СМИ рекламные каталоги, листовки или социальные отчеты, которые исследователи иногда также рассматривают как часть корпоративной прессы.

Среди важных дискуссионных теоретических вопросов — и вопрос о месте корпоративной прессы в системе СМИ. Некоторые исследователи разделяют точку зрения Д. А. Мурзина, рассматривающего корпоративные медиа в качестве подвида специализированной деловой прессы [8, 9, 11]. Основной их аргумент: корпоративная пресса, как и все деловые СМИ, призвана обеспечивать бизнес-коммуникации, снабжать представителей делового сообщества надежной и достоверной информацией, способствующей развитию их бизнеса. Однако, по нашему мнению, корпоративная пресса является особым, самостоятельным типом СМИ [14]. Точка зрения Д. Мурзина основана на том, что корпоративная пресса существует в структуре исключительно коммерческих компаний, которые и заинтересованы «кровно» в развитии бизнес-коммуникаций. Между тем издания многих государственных и муниципальных учреждений, некоммерческих организаций, которые мы также относим к разряду корпоративных, не занимаются «обеспечением бизнес-коммуникаций». Более того, проведенное нами исследование показало, что корпоративные медиа коммерческих фирм тоже отличается от деловой прессы по важным типологическим характеристикам, таким как состав и характер аудитории, тематика изданий, особенности подачи информации. Вспомним хотя бы всем известные бортовые журналы авиакомпаний или газеты торговых сетей. Наконец, различия есть и в важнейших функциях деловой и корпоративной прессы.

Можно согласиться с мнением, что «главная функция деловой прессы — быть надежным источником информации о наиболее важных процессах в общественном производстве и социальной жизни» [16, 105]. Действительно, деловая пресса — это часть качественной прессы, той прессы, которой «свойственны аналитичность в подходе к событиям, взвешенность оценок, спокойный

тон публикаций и главное — надежность фактов и мнений» [5, 96], той прессы, которая всегда стремится к «достоверности, объективности и непредвзятости мнений» [12, 18].

Что же касается корпоративной прессы, то ее важнейшая функция заключается в том, чтобы служить интересам конкретных компаний-учредителей. Корпоративные СМИ действительно публикуют, как правило, надежную, проверенную информацию, лучшие из них также предлагают читателям мнения ведущих экспертов, серьезный анализ важных событий и явлений. Однако принципиально зависимый от интересов конкретных компаний характер этих СМИ по определению не позволяет рассматривать предлагаемую ими информацию как объективную, непредвзятую. Корпоративные СМИ всегда склонны трактовать события в выгодном для компании-учредителя свете, формировать ее положительный имидж.

Поэтому неудивительно, что зарубежные и отечественные исследователи публик рилейнз (С. Блэк, Ж. Шомели, М. А. Шишкина, А. Д. Кривоносов и др.) обычно рассматривают корпоративную прессу как одно из средств PR (вариант: интегрированных корпоративных коммуникаций). Но есть и другая точка зрения. Например, Д. А. Мурзин утверждает, что «одна из самых распространенных ошибок в понимании функций корпоративного издания состоит в том, чтобы видеть в нем инструмент так называемого пиара» [9, 126].

Однако если все же принять вполне обоснованный подход к корпоративной прессе как к средству PR, возникает важный вопрос: а есть ли (и должно ли быть) место настоящей журналистике в корпоративной прессе? Ведь журналистика и PR — различные виды массово-коммуникационной деятельности... По нашему мнению, корпоративная пресса имеет двойственную природу: в ней естественным образом сочетаются PR (на уровне целей и задач) и журналистика (на уровне средств и методов) [13]. Действительно, технология сбора информации, правила ведения интервью, «секреты» подготовки материалов определенных жанров, газетный дизайн и многое другое является неотъемлемой частью журналистского ремесла. Без этого невозможно создать ни одной корпоративной газеты.

Одним из основных и перспективных методов исследования корпоративной прессы (наряду с другими, такими, например, как историко-хронологический, структурно-функциональный, социологические методы) можно признать типологический [6, 21]. Наиболее распространенным среди исследователей и практиков является рассмотрение состава и характера аудитории корпоративного СМИ как важнейшего основания для типологизации. По аудиторному признаку обычно выделяют такие основные типы, как внутрикорпоративные издания, издания для клиентов, издания для партнеров по бизнесу, а также так называемые отраслевые корпоративные СМИ [7, 8, 9, 10]. Однако, на наш взгляд, достаточно убедительно аргументирует свою позицию исследователь Л. С. Агафонов [1], который предлагает в качестве важнейшего основания для типологии рассматривать цель выпуска издания (в зависимости от доминирующей цели этот автор делит корпоративные СМИ на PR-издания, HR-издания, маркетинговые издания и рекламные продукты). Данный подход нам пред-

ставляется хоть и дискуссионным, но, безусловно, заслуживающим внимания. Дело в том, что корпоративные медиа создаются и функционируют в значительной мере по другим законам, чем «традиционные» СМИ. Если, например, какой-нибудь частный издательский дом рассматривает возможности выпуска печатного издания — он отталкивается, прежде всего, от характеристик, особенностей потенциальной аудитории. Потому что только максимально удовлетворив ее потребности, издатель добьется внушительного тиража, прибыли, привлечения рекламодателей и т. д. Рассматривая же возможность издания корпоративного СМИ, его учредитель ориентируется, прежде всего, на свои собственные цели. Именно они определяют, какие СМИ и для каких групп общественности (например, сотрудники, бизнес-партнеры, потребители продукции, акционеры) будут издаваться. Поэтому, в отличие от других типов СМИ, типология «по целям» в корпоративной прессе может иметь важнейшее значение.

Среди российских корпоративных СМИ наиболее исследованным видом следует признать именно печатную прессу: большинство серьезных работ посвящены именно ей. В то же время достаточно активно в настоящее время развиваются и другие виды КМ. Особенно это касается электронных сетевых ресурсов: интернет-сайтов и интрасайтов (т. е. внутрикорпоративных ресурсов). Учитывая быстрое развитие Интернета и новых информационных технологий, есть основания полагать, что в обозримом будущем они опередят печатные КМ (а также корпоративное телевидение и радио) не только по количеству, но и по своей значимости в системе российских корпоративных СМИ. Между тем в настоящее время ощущается недостаток серьезных исследований *корпоративных* сетевых ресурсов в России (хотя работ, посвященных Интернету и интернет-СМИ в целом немало), так же как и основательных работ, посвященных изучению корпоративного радио и телевидения.

Одним из препятствий для изучения корпоративных СМИ служит закрытый характер некоторых из них. Особенно это касается внутрикорпоративных СМИ, предназначенных именно для сотрудников компании. Да, некоторые фирмы-учредители допускают или даже поощряют знакомство с ними и людей «извне»: родственников и друзей сотрудников, представителей органов власти, региональных и федеральных средств массовой информации, исследователей журналистики и т. д. Но некоторые предприятия, организации принимают меры к тому, чтобы знакомиться с корпоративным СМИ могли только сотрудники. Еще одним препятствием на пути изучения российских корпоративных медиа является то, что многие из них не проходят официальную регистрацию в качестве СМИ (по закону они имеют на это право, если их тираж менее одной тысячи экземпляров). Поэтому собрать о них информацию бывает сложно. Особенно учитывая, что такие издания в большом количестве возникают в самых разных городах, хотя некоторые из них столь же быстро и прекращают существование. Впрочем, даже имея дело с официально зарегистрированными изданиями, не всегда по регистрационным данным можно понять, корпоративное это издание либо какого-то иного типа. Необходимо проводить дополнительную работу, чтобы это выяснить. Добавим, что достаточно распространены

в России СМИ смешанного типа, находящиеся «где-то посередине» между корпоративной и «обычной», традиционной прессой. Рост количества таких «условно-корпоративных» средств массовой информации можно признать одной из серьезных тенденций, заслуживающих внимания исследователей.

Дополняет все обозначенные сложности изучения корпоративной прессы обширная территория нашего государства, огромное количество городов и городков, предприятий и организаций, где издаются или могут издаваться корпоративные СМИ.

Поэтому, в частности, никто точно не знает, сколько корпоративных СМИ существует в России в настоящее время. По некоторым данным, более 6 тыс. Даже такая организация, как АКМР, не способна собрать информацию обо всех российских корпоративных СМИ.

Несомненно, тесное сотрудничество исследователей, преподавателей факультетов журналистики с упомянутой организацией, а также с другими общественными организациями (например, Российской ассоциацией по связям с общественностью, Союзом журналистов России), с государственными структурами, которые на федеральном и региональном уровне способны содействовать развитию КМ, может дать хороший результат в плане изучения и развития корпоративных СМИ России. Возможными формами сотрудничества могут быть, например, организуемые совместно конкурсы региональных корпоративных СМИ, конференции, семинары-тренинги и т. д. Совершенно необходимым представляется и общение университетских преподавателей, студентов, изучающих данный тип СМИ, с редакторами, сотрудниками конкретных редакций. В частности, на факультете журналистики Уральского университета им. А. М. Горького опытные практики-«корпоративщики» вовлекаются в учебный процесс в рамках курса «Корпоративная пресса» (разработанного автором данной статьи в 2005 г.), наряду с преподавателями и студентами выступают авторами статей в научных изданиях, таких как сборник «Корпоративная пресса России: современный опыт и тенденции развития» [6]. Полезным может быть также и виртуальное общение, например, с помощью сайта <http://corpmediaforum.professorjournal.ru>, созданного при поддержке Благотворительного фонда В. Потанина.

В учебных программах курсов по корпоративной прессе, конечно, необходимо предусматривать оптимальное сочетание теоретических тем с рассмотрением различных проблем, которые приходится решать на практике редакторам и сотрудникам КМ. Это и создание модели издания (содержательно-тематической и композиционно-графической), и выбор методов организации обратной связи с читателем, изучения аудитории, привлечения рекламодателей и т. д. Нужно, чтобы студент в ходе данного курса, пусть и в учебной форме, форме деловых игр, прошел весь процесс создания и продвижения корпоративного СМИ, познакомился с разными вариантами выпуска, производства издания или теле-, радиопрограмм. Этому старается добиться и автор данной статьи в рамках курса по корпоративной прессе (конечно, очень помогает в процессе преподавания опыт работы автора в качестве редактора корпоративного журнала).

Одна из серьезных тем, которая, несомненно, заслуживает тщательного исследования и обсуждения со студентами, — это измерение эффективности корпоративных СМИ. Как, с помощью какого инструментария вычислить, насколько эффективно то или иное корпоративное СМИ? Умение решать подобные задачи становится все более актуальным в редакционной практике, учитывая, что наученные горькими уроками финансового кризиса владельцы КМ все чаще требуют подробных расчетов и доказательств реальной отдачи от вложенных средств.

Важно дать студентам представление о новейших тенденциях в мире корпоративных медиа, причем не только в России, но и за рубежом. Имеющиеся данные позволяют утверждать, что и по развитию корпоративных СМИ, и по степени их теоретического осмысления Россия опережает большинство стран ближнего зарубежья. Поэтому для российских исследователей в этом плане по-прежнему наиболее актуальной задачей, на наш взгляд, остается отслеживание новейших тенденций и современного опыта развития КМ в странах Западной Европы, в США, Японии, Китае (а также установление диалога с зарубежными коллегами) и последующее применение данных знаний с учетом российских традиций, социально-политических и экономических особенностей нашей страны. Это непростая творческая задача, важная как для успешного развития самой корпоративной прессы России, так и для ее теоретического осмысления.

1. *Агафонов Л. С.* Корпоративная пресса: особенности функционирования, типологические характеристики и методика оценки эффективности : дис. ... канд. филол. наук. М., 2008.
2. *Алексеев Д. А.* Корпоративное издание в формировании имиджа регионального вуза: На примере комплекса изданий Ухтинского государственного технического университета : дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2005.
3. *Волкоморов В. А.* Корпоративная пресса как фактор формирования и развития экономической культуры организации (на примере внутрикорпоративных газет ОАО «Газпром») : дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008.
4. *Горчева А. Ю.* Корпоративная журналистика. М., 2008.
5. *Диканова М.* Корпоративные издания: многообразие и единство [Электронный ресурс]. URL: //http://www.gudym.ru
6. *Ковалева М. М.* Основные этапы развития и методы исследования корпоративной прессы // Корпоративная пресса России: современный опыт и тенденции развития : сб. ст. и интервью / сост. Ю. В. Чемякин ; под науч. ред. М. М. Ковалевой. Екатеринбург, 2006.
7. *Лапина Е. В.* Внутрикорпоративная газета как инструмент связей с общественностью : дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2004.
8. *Мурзин Д. А.* Корпоративная пресса: современные типологические концепции : дис. ... канд. филол. наук. М., 2007.
9. *Мурзин Д. А.* Феномен корпоративной прессы. М., 2005.
10. *Серебряков С.* Самиздат в фирменной упаковке // Designtoday. 2002. 21 нояб.
11. Типология периодической печати / под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. М., 2007.
12. *Тухватова А. Р.* Особенности развития и функционирования региональных корпоративных СМИ: на примере деятельности изданий и электронных массмедиа ОАО «Татнефть» : дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2007.



13. Чемякин Ю. В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности. Екатеринбург, 2006.  
14. Чемякин Ю. В. Соотношение понятий «деловая пресса» и «корпоративная пресса» // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2008. № 60. С. 126–132.

*Статья поступила в редакцию 15. 01. 2011 г.*

УДК 070.489 + 373.6 + 371.8

**С. В. Лебедева**

### **ШКОЛЬНАЯ САМОДЕЯТЕЛЬНАЯ ПРЕССА: ОПЫТ ТИПОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

Дается типологический анализ школьных (ученических) самодеятельных изданий России трех периодов: до Октябрьской революции, в советский период, в постсоветский период. Вводятся новые типологические признаки для школьной прессы последнего десятилетия (2000–2010).

**Ключевые слова:** типология, типологические признаки, школьные самодеятельные издания, ученические газеты и журналы, детская аудитория.

У каждой определенной группы (класса) средств массовой информации и пропаганды существуют типологические особенности, которые «должны проявляться в деятельности отдельного представителя данного типа в соответствии с действующими в этой группе общими для них закономерностями» [11, 107]. За последние 25 лет в системе СМИ произошли серьезные изменения. В частности, распалась административно-командная система управления, определявшая многие элементы типологии газет, журналов, исчезла «вертикаль» печатных изданий — от центральных органов до районной газеты. Вместо этого получила развитие «горизонтальная» структура: самостоятельные автономные и одновременно взаимодействующие информационные организации.

По этим и многим другим причинам процесс типологизации средств массовой информации, в том числе и детских изданий, претерпел в последние годы серьезные изменения. Типологические признаки (особенности) — это свойства, показатели, составляющие внутреннюю структуру типа как модели. Сколько должно быть таких признаков — однозначного ответа нет. Еще в доперестроечные времена А. Бочаров определял пять «типолого-значимых элементов»: целевое (функциональное) назначение издания, предмет или отражаемая среда деятельности, родовая принадлежность, характер аудитории и характер изложения [3, 31]. Другой автор, А. Акопов, вывел десять «основных типоформирующих признаков»: издающий орган, читательская группа, задачи и программа, авторский состав, читательская группа, жанры, оформление, периодичность,

---

ЛЕБЕДЕВА Светлана Викторовна — руководитель пресс-центра гимназии № 177 (Екатеринбург), педагог высшей категории (e-mail: lebedev\_a62@mail.ru).

© Лебедева С. В., 2011

объем (одного номера), тираж (разовый одного экземпляра [1, 15]. Исследователь С. Корконосенко предлагает деление существующей в наши дни периодики по шести признакам: регион распространения (транснациональная, национальная, региональная, местная пресса), учредитель (государственная и негосударственная пресса), аудиторная характеристика (возрастной, половой, профессиональный, конфессиональный признаки), издательские характеристики (периодичность, тираж, формат, объем), легитимность (с точки зрения наличия разрешения на издательскую деятельность), содержательное наполнение (качественная и массовая) [6, 10]. Основным типологическим признаком при анализе прессы во все периоды считался аудиторный. С этой точки зрения мы выделяем издания, адресованные детям и подросткам.

Детские издания в целом можно структурировать на основании типологических признаков, предлагаемых для «взрослых» СМИ, и даже констатировать наличие некоторых общих типологических особенностей официально выпускавшихся детских изданий трех крупных периодов: до революции 1917 года, в советский период, в постсоветский период. Однако неверно будет утверждать то же самое в отношении школьной (ученической) самодеятельной прессы, которая среди детских средств массовой информации занимает особое место. Условия и формы ее существования в рамках трех указанных выше периодов настолько отличаются друг от друга, что для каждого из них следует сформулировать свои типологические особенности.

Для анализа школьной самодеятельной прессы подходят лишь некоторые из предлагаемых исследователями СМИ типологических признаков: аудиторная (конкретно-возрастная, без учета группы дошкольников) и издательская характеристики, содержательное наполнение. Кроме того, для типологического анализа самодеятельных школьных изданий последнего десятилетия требуются совершенно новые характеристики. И это представляет значительный научный интерес.

### **Ученические издания царской России**

Исследователи утверждают, что в России до революции выходило около 300 детских журналов и 175 ученических журналов [8, 9]. Последние делали сами учащиеся под руководством наставников или самостоятельно. Только в Урало-Поволжском регионе с 1860-х гг. до 1918 г. выходило 48 ученических изданий [7]. Самодеятельные ученические газеты и журналы, наполненные критическими замечаниями в адрес руководства учебного заведения и государственной власти, обычно не имели куратора-преподавателя, это была в чистом виде самодеятельность учащихся. Такие издания, по мнению А. Третьякова, были нелегальными [Там же].

Однако существовало большое количество дореволюционных ученических газет, журналов и альманахов, выходивших на легальном основании и имевших в основном литературно-художественное или познавательное направление. В частности, Ю. Балашова пишет, что действовавшие тогда во многих образовательных учреждениях литературные кружки отчитывались о своей работе путем выпуска печатного органа [2, 20].

Не вдаваясь сейчас в терминологические дискуссии, отметим наиболее яркие типологические признаки дореволюционных самодеятельных ученических изданий. Их можно разделить: *по формальным признакам* (журнал, газета, альманах); *по наличию взрослого куратора* (под руководством наставников, без помощи взрослых); *по идеологической направленности* (политически нейтральные, социал-демократической направленности); *по содержательной модели* (познавательные, литературно-художественные, публикующие критические материалы о порядках в школе и государственном строе); *по признаку легальности* (легальные, одобренные руководством учебного заведения; нелегальные, создававшиеся и распространявшиеся подпольно).

### Школьные газеты советского периода

После Октябрьской революции самодеятельная школьная пресса существовала исключительно в виде стенной печати, в каждом пионерском отряде и пионерской дружине. Чаще всего эти газеты были рукописными, иногда тексты печатались на пишущей машинке, вырезались и приклеивались.

В нескольких городах на базе корреспондентских пунктов официальных всероссийских изданий — журнала «Пионер» и газеты «Пионерская правда» — были созданы коллективные корреспондентские пункты; в частности, один из самых известных действовал в городе Свердловске (Екатеринбурге). Корреспондентской деятельностью занимались ребята в отряде-флотилии «Каравелла» под руководством писателя и журналиста Владислава Крапивина [9, 177]. Они выпускали отрядные стенгазеты, а также обсуждали публикации в «Пионерской правде» и журнале «Пионер», готовили для них свои материалы — о жизни, интересах, увлечениях уральских школьников. Их издания нельзя в полной мере квалифицировать как школьные: в «Каравеллу» входили (и входят сегодня) ребята из разных образовательных учреждений города. Но своим участием в детской тиражной прессе они в какой-то мере готовили почву для будущего расцвета школьных самодеятельных газет и журналов.

Выделим типологические признаки школьных изданий в советский период: *аудиторные* (рассчитанные на конкретный класс, пионерскую дружину, членов подросткового объединения, кружка по интересам); *содержательная модель* (рассказывающие о текущих делах, посвященные какому-либо празднику, событию или юбилейной дате); *техническое исполнение* (полностью рукописные, с использованием напечатанного на машинке текста).

### Современная школьная самодеятельная пресса

В начале 90-х гг. прошлого века отмечается бурный рост детских и подростковых изданий самых разных типов, среди его причин можно назвать, прежде всего, отмену идеологических штампов и тематических запретов. Вся пресса разделяется на группы по многим типоформирующим признакам. Особенно важным для нас является *способ производства*. По этому признаку можно выделить традиционные детские издания и юнкоровские, в том числе школьные

самодельные газеты и журналы. Именно они занимают самое значительное место среди юнкоровских СМИ — и по количеству изданий, и по количеству сотрудничающих с ними начинающих журналистов. Провозглашенная свобода слова, доступность множительной техники, относительная дешевизна тиражирования газеты или журнала сыграли большую роль в том, что их число за последние двадцать лет резко выросло (и продолжает расти).

«Школьные СМИ — это вовсе не “малая пресса”. Их нельзя рассматривать как обычную публицистику. У школьной прессы свои законы, свои задачи, и принципы, свои герои и “антигерои”, свои приоритеты», — считает А. Чайковская [10, 19]. Ее статья опубликована в журнале «Лицейское и гимназическое образование». Этот журнал с 2002 г. проводит огромную работу по систематизации, описанию, исследованию феномена школьной прессы. Он стал инициатором и одним из учредителей Всероссийского конкурса школьных изданий — ВКШИ (в 2011 г. он пройдет в десятый раз) — самого масштабного смотра сил школиздата в России. Силами сотрудников журнала и ВКШИ несколько лет назад был создан портал школьной прессы России. На его базе существует реестр школьной прессы России (RSPR — Russian School Press Reester). Сегодня это единственный источник достоверной, ежегодно обновляемой информации о российских школьных изданиях с 2001 г. по настоящее время.

На данный момент в реестре зарегистрировано 1399 изданий из городов и поселков нашей страны. Но это далеко не полный их список, в реестр попали лишь те издания, представители которых хотя бы однажды «зашли» на портал школьной прессы России и зарегистрировались там. В частности, в реестре имеются данные на 11 школьных изданий Екатеринбурга. В то же время есть сведения, что в нашем городе их всего более полусотни.

На основе данных RSPR можно обозначить особые типологические признаки школьных СМИ. Они подразделяются *по форме* (газеты, журналы, альманахи); *по возрасту аудитории* (младшие школьники, учащиеся средних классов, старших классов, всех классов данной школы); *по составу авторов* (только учащиеся, учащиеся и педагоги, родители); *по тиражу* (от 10 до 1000 экземпляров); *по статусу и профессиональной принадлежности редактора* (учащийся, педагог школы, директор школы, профессиональный журналист); *по периодичности* (еженедельные, ежемесячные, выходящие один раз в четверть, один раз в учебный год); *по формату* (А3, А4, А5); *по объему* (4 страницы, 8–16, 20 и более страниц); *по цветности* (черно-белые, трехцветные, с цветной обложкой или вкладкой; полностью цветные).

К этому перечню стоит добавить ряд типологических признаков, характерных для школьных изданий, выпускающихся в наши дни.

Последние пять лет четко обозначилась тенденция, которая прежде лишь робко заявляла о себе: у школьных печатных изданий появляются электронные варианты, размещаемые на сайтах соответствующих учебных заведений. Как правило, там для них существует специальная страничка, а на главной странице дается ссылка. Порой распечатывается всего несколько экземпляров издания, которые развешивают в школе на самых видных местах, а основная читательская аудитория знакомится с ним в Интернете (например, журнал

«Кентавр», гимназия № 18, г. Нижний Тагил Свердловской области). Поэтому еще одним типологическим признаком самодеятельных школьных изданий становится *наличие у них в Интернете электронного варианта*.

Феномен возрастающей популярности самостоятельных юнкорских изданий исследователи объясняют предоставляемой их авторам возможностью для самовыражения, самореализации [5, 158]. Особенно остро ее необходимость ощущают дети, по тем или иным причинам живущие в условиях специализированных интернатов, пансионатов, детских домов. Многие руководители подобных учебных заведений это учитывают, они организовали и выпускают самодеятельные газеты и журналы, часть из которых довольно быстро стали качественными (хотя и своеобразными, прежде всего в плане тематики) подростковыми изданиями, победителями областных и всероссийских конкурсов школиздата. Вот несколько примеров: газета «Антирутин» интерната для слабовидящих детей (Ростов-на-Дону); газета «Кадетский вестник» Серовской кадетской школы-интерната (Свердловская область); газета «Плёсково» православной школы-пансионата (Плёсково, Московская область). Таким образом, среди типологических признаков анализируемых нами СМИ можно выделить *статус образовательного учреждения, выпускающего газету или журнал*.

Содержательная модель школьных изданий (газет и журналов, литературно-художественные альманахи в данном случае не имеются в виду) в течение первых десяти лет текущего века претерпела значительные изменения по сравнению с существовавшей в последнее десятилетие века предыдущего [4].

Она требует подробного анализа. В рамках данного исследования хотелось бы отметить два важных момента.

Во-первых, существуют школьные издания, в которых абсолютно все материалы так или иначе связаны с собственной школой — в этом их принципиальная позиция. Самым известным из подобных школьных СМИ является газета «Контакт!» московской школы № 1259. Однако есть немало школьных газет и журналов, которые, наряду с материалами о своей школе, гимназии, лицее, печатают тесты собственных авторов на другие темы, интересующие подростков, — субкультуры, современные музыкальные течения и т. д. В связи с этим в качестве типологического признака внутри содержательной модели издания можно выделить *тематический спектр материалов*.

Во-вторых, во многих школьных газетах и журналах сегодня можно обнаружить разработку в рамках одного номера какой-либо обширной темы — с различных сторон, в материалах различных жанров (4–6 материалов). Такую задачу нельзя назвать подборкой в обычном смысле этого слова. Называют данное явление по-разному: «тема номера» (В. Головнер, «Контакт!», школа № 1259, Москва), «объемная тема» (Е. Суховерко, руководитель Лиги молодежной прессы Чувашии, Чебоксары), «тематический проект» (С. Лебедева, журнал «Класс!», гимназия № 177, Екатеринбург). Некоторые школьные газеты с недавних пор каждый выпуск посвящают только раскрытию определенной темы (газета «Сверстники» лицея № 67, Иваново). Темы могут быть связанными со школой («Откуда берутся школьные парты?», «Наши педагоги») или не связанными с ней непосредственно («День Победы», «В мире ритмов»). *Наличие тематического*

*проекта в каждом номере* можно выделить в качестве еще одного типологического признака современных школьных самодеятельных изданий.

Школьная самодеятельная пресса постоянно развивается, появляются ее новые формы, модели. У некоторых школьных изданий периодически выходят приложения (литературно-художественные, научно-популярные, для дошкольников, учеников начальных классов и т. п.), и в скором будущем, на наш взгляд, их наличие или отсутствие также можно будет считать характерной типологической чертой. Еще одно явление, касающееся школьных СМИ: есть случаи их регистрации в качестве официальных детских (подростковых) изданий в Россвязьнадзоре, учредителем становится образовательное учреждение. Такие школьные газеты и журналы, хотя они и делаются руками самих ребят, уже нельзя называть самодеятельными изданиями в полной мере.

Изменения, происходящие в школьной прессе, требуют своевременного осмысления, в том числе и с точки зрения типологии. Современные методы типологического анализа востребованы, они помогают определить направления, по которым движутся самодеятельные школьные издания в России.

---

1. *Акопов А. И.* Типология советских научно-технических журналов : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1979.

2. *Балашова Ю. Б.* Школьная журналистика Серебряного века. СПб., 2007.

3. *Бочаров А. Г.* Основные принципы типологии современных советских журналов // Вестн. МГУ. Сер. 11 : Журналистика. 1973. № 3.

4. *Лебедева С. В.* Школьная самодеятельная пресса нового времени: изменение содержательной модели // Факс : сб. науч. конф. ф-та журналистики УрГУ (Екатеринбург). 2010. № 1.

5. Система средств массовой информации России : учеб. пособие для вузов / под ред. Я. Н. Засурского. М., 2001.

6. Типология и система СМИ : учеб. пособие. М., 2002.

7. *Третьяков А.* Подростковая самодеятельная пресса: случайность или закономерность? // Журналистика в 1994 году : тез. науч.-практ. конф. М., 1995. Ч. 3.

8. *Холмов М. И.* Становление советской журналистики для детей. Ленинград, 1983.

9. *Цымбаленко С. Б.* Подросток в информационном мире: практика социального проектирования. М., 2010.

10. *Чайковская А.* О чем пишет и о чем не пишет школьная пресса // Лицейское и гимназическое образование. 2004. № 4.

11. *Шкондин М. В.* Организация средств массовой информации и пропаганды. М., 1985.

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 81'42 + 81-13

Э. В. Булатова

## К ВОПРОСУ О ТИПОЛОГИЧЕСКИХ И СТРУКТУРНЫХ ПАРАМЕТРАХ ДИСКУРСА

В статье рассмотрены некоторые вопросы теории дискурса. Выделены типы дискурса, охарактеризована его структура, представлены возможные направления дискурсивного анализа.

Ключевые слова: дискурс, дискурс-анализ.

Вопросы теории дискурса, несмотря на то что они поставлены не вчера и уже накоплен определенный опыт дискурсивного анализа, тем не менее во многом остаются областью дискуссионной. В частности, представляют интерес типологические, структурные и методологические аспекты рассмотрения данного явления: выделение типов дискурсов, описание структуры дискурса, а также выработка возможных направлений дискурсивного анализа.

### Понятие «дискурс»

В последние десятилетия направление, известное под названием *discourse analysis* (дискурсивный анализ), оформилось в самостоятельную лингвистическую дисциплину, равноправную, например, синтаксису, фонологии и т. п. [4, 127]. При этом трактовка термина «дискурс» значительно менялась: от понимания дискурса как связанной последовательности предложений или речевых актов в 60–70-е гг. до современных подходов к дискурсу как сложному коммуникативному явлению, включающему кроме текста еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста [3, 8]. Ситуацию осложняет и тот факт, что, кроме лингвистики, понятие «дискурс» используется также в социологии, политологии, логике, философии. Широта сферы его употребления, а также факт неоднократного его переосмысления привели к тому, что до сих пор «термин “дискурс” сколь популярен, столь и малоопределен» [6, 111]. Необходимо определить его границы, «особенно в отношении к смежным терминам *текст*, *речь* и *диалог*» [9, 85].

Большинство исследователей отмечают многозначность термина «дискурс». Т. ван Дейк предложил определения дискурса в широком и в узком смысле. Дискурс в широком смысле есть коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и прочем контексте.

---

БУЛАТОВА Элина Валерьевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: elina2824@yandex.ru).

© Булатова Э. В., 2011

Это коммуникативное действие может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные составляющие. Дискурс в узком смысле, как правило, включает только вербальную составляющую коммуникативного действия, о ней говорят как о «тексте» или «разговоре». В этом смысле термин «дискурс» обозначает завершённый или продолжающийся «продукт» коммуникативного действия, его письменный или речевой результат, который интерпретируется реципиентами. То есть дискурс в самом общем понимании — это письменный или речевой вербальный продукт коммуникативного действия [1, 46]. Таким образом, по Т. ван Дейку, текст — дискурс в узком смысле.

«Лингвистический энциклопедический словарь», дефиниции которого служат отправной точкой для многих исследователей, определяет дискурс как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими — прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» [8, 136].

В последнее время сложилась традиция [см., например: 6, 7, 10, 11 и др.] определять дискурс как процесс, а текст — как результат этого процесса. Приведем в качестве примера определение Е. С. Кубряковой и О. В. Александровой: «Под дискурсом следует иметь в виду когнитивный процесс, связанный с реальным речепроизводством, созданием речевого произведения, текст же является конечным результатом процесса речевой деятельности, выливающимся в определенную законченную (и зафиксированную) форму. Такое противопоставление реального говорения его результату помогает понять и то, в каком смысле текст может трактоваться как дискурс: только тогда, когда он реально воспринимается и попадает в текущее сознание воспринимающего его человека». Дискурс — явление процессуальное, деятельностное, т. е. синхронно осуществляемый процесс порождения текста или же его восприятия [цит. по: 11, 129]. В. А. Миловидов отмечает, что стихия текста — пространственная монологическая статика, стихия дискурса — преимущественно темпоральная диалогическая динамика. Дискурс (от *discourse* — последовательное изложение; беседа, разговор, диалог), с одной стороны, есть практика текстопостроения, процесс создания, развертывания текста во времени и пространстве; с другой стороны, дискурс — это и процедура осмысливания текста в акте коммуникации, когда текст становится объектом чтения [10, 23]. Дискурс — процесс синтагматического развертывания языковой парадигматики, подвижное взаимодействие и игра осмысливаемых значений и семантизируемых смыслов. Текст является результатом этого развертывания, результатом «затвердевания» дискурса [10, 23–25]. Г. М. Левина определяет дискурс как текст + контекст [7, 65] и описывает процесс взаимодействия текста и дискурса: «В момент создания текст является дискурсом, затем он хранится в форме текста, языковой структуры до следующего востребования. В момент каждого следующего чтения (или слушания) он опять становится дискурсом, каждый новый читатель или слушатель осмысляет и интерпретирует его с собственными вариациями» [Там же, 67–68]. При этом текст (в соответствии с широким пониманием этого термина)



может быть и некой виртуальной абстрактной сущностью, а дискурс — актуализацией этой сущности [7, 69].

Таким образом, дискурс — это коммуникативное событие, а также необходимая для его осмысления «сложная система иерархии знаний, предполагающая интегрированные модели их обработки» [3, 8], а текст — это предмет исследования дискурсивного анализа [12, 27], знаковый продукт процесса порождения и интерпретации, т. е. дискурса. Анализ текста — это лишь часть анализа дискурса. Кроме анализа текста, дискурс включает социальные условия, которые определяют порождение и восприятие текста, ментальные процессы и т. д. [11, 129–130].

Поскольку дискурс представляет собой сложный и неоднозначный феномен, он не поддается единой (и единственно возможной) трактовке [6, 112]. Попробуем обобщить (классифицировать) сложившиеся трактовки дискурса.

### Типы дискурса

#### **Трихотомия этносы — социальные сферы — личность:**

1. *Национальный дискурс*, например, «русский дискурс — вербализованная речемыслительная деятельность, понимаемая как совокупность процесса и результата, обладающая как лингвистическим, так и экстралингвистическим планами и осуществляемая на русском языке представителями русского национально-лингво-культурного сообщества» [6, 114].

2. *Дискурс социальной сферы* — текущая речевая деятельность в какой-либо сфере (например, политический, поэтический, научный, педагогический, юридический, рекламный дискурс) [6, 114; 7, 70; 14, 32].

3. *Дискурс языковой личности* — «все речевые произведения, создаваемые (созданные, могущие быть созданным) человеком» [2, 72, 216; 14, 32].

**Дихотомия текст — совокупность текстов** (см. также отмеченное Г. М. Левиной [7, 70] противопоставление дискурса как фрагмента речи и дискурса как системы знаний в той или иной области общечеловеческой культуры):

1. *Дискурс текста* — построение и восприятие связного текста «в совокупности с экстралингвистическими — прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами» [8, 136].

2. *Дискурс сверттекста* — построение и восприятие сверттекста (например, верстка номера и чтение газеты).

#### **Дихотомия автор — адресат:**

1. *Дискурс автора* — процесс текстопорождения.

2. *Дискурс адресата* — процесс рецепции.

#### **Дихотомия сильный и слабый дискурс:**

1. *Сильный дискурс* «обладает неограниченным запасом времени, позволяющим рассмотреть объект со всех мыслимых точек зрения, привести все мыслимые доводы про и контра. Адресант и адресат в равной степени владеют кодом и задействуют свою культурно-языковую компетенцию полностью» [13, 8].

2. *Слабый дискурс* не обладает вышеперечисленными признаками.

**Трихотомия вербальный — невербальный — комплексный дискурс:**

1. *Вербальный дискурс* — дискурс, использующий в качестве основного средства своего функционирования вербальную знаковую систему (письменный текст, речь). Вербальный дискурс в свою очередь может быть *внутренним и внешним*.

2. *Невербальный дискурс* — дискурс, функционирующий с помощью иных знаковых систем (иконических знаков, жестов, мимики и др.) (см. также: [7, 68]).

3. *Комплексный дискурс* (термин Е. А. Терпуговой [13]) — дискурс, функционирующий с помощью взаимодействия вербальной, визуальной, аудиальной и иных знаковых систем.

**Дихотомия внешний — внутренний вербальный дискурс:**

1. *Внутренний дискурс* — восприятие без речевой реализации (восприятие музыки, живописи, решение математических задач и др.). Внутренний дискурс — это отмеченная Г. М. Левиной «возможность мысленного проговаривания», которая «в сумме с окружающей действительностью, ситуативными знаниями и вообще с опорой на общечеловеческую когнитивную базу делает возможным адекватное восприятие происходящего без речевого сопровождения» [7, 68].

2. *Внешний дискурс* предполагает речевую реализацию.

**Дихотомия статусно-ориентированный дискурс — лично-статусно-ориентированный дискурс** (выделена В. И. Карасиком):

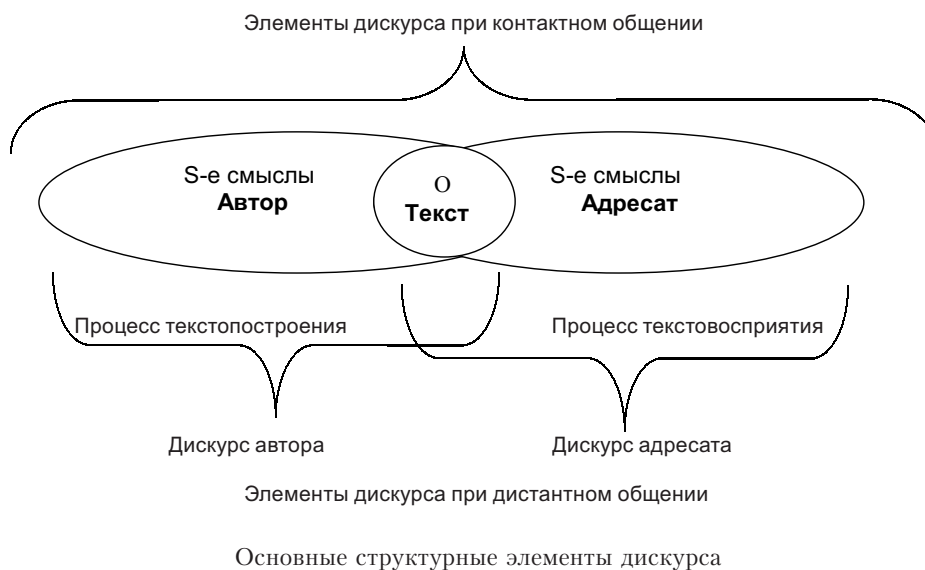
1. *Личностно-ориентированный дискурс*. По мнению В. И. Карасика, специфика личностного, бытового дискурса состоит в стремлении выйти на особый сокращенный код общения, когда люди понимают друг друга с полуслова.

2. *Статусно-ориентированный дискурс* представляет собой институциональное общение, т. е. речевое взаимодействие представителей социальных групп или институтов друг с другом, с людьми, реализующими свои статусно-ролевые возможности в рамках сложившихся общественных институтов [цит. по: 7, 69].

Представляется, что данный ряд противопоставлений может быть продолжен.

**Структура дискурса**

Вопрос о структуре дискурса в настоящее время остается дискуссионным. А. Кибрик, П. Паршин в статье «Дискурс», представляя многообразие подходов к его решению, выделяют макроструктуру («обобщенное описание основного содержания дискурса»), суперструктуру (стандартную схему строения конкретного дискурса — его жанровую форму) и микроструктуру (минимальные составляющие — предикации/клаузы) дискурса [5]. Представляется, что данные элементы непосредственно связаны с одним из основных компонентов дискурса — текстом. Вместе с тем понимание дискурса как коммуникативного события предполагает учет всех его составляющих. Представим возможный вариант строения дискурса в виде схемы.



«О» — это объективно существующий документ/факт речевого общения: любой текст в широком понимании данного термина (литературное произведение; реплика диалога; произведение искусства: картина, кинофильм и др.); «S-е смыслы» — когнитивная база автора: мысли/чувства, нашедшие отражение в содержании сообщения; интенция, анализ параметров ситуации общения (информация об адресате, канале, возможных помехах и др.); «S-е смыслы» — когнитивная база адресата: анализ параметров ситуации общения (автор, канал, условия общения и др.), восприятие и оценка содержания сообщения (какие мысли/чувства вызвал текст).

### Направления дискурс-анализа

Вопрос о том, по каким направлениям должен проводиться анализ дискурса, остается одним из наименее освещенных в исследовательской литературе. Если исходить из определения дискурса, представленного в «Лингвистическом энциклопедическом словаре», можно предположить, что дискурс-анализ включает, помимо анализа текста, рассмотрение прагматических, социокультурных, психологических факторов, влияющих на текстопостроение и текстовосприятие. Учитывая, что круг вопросов, поднимаемых прагматикой, психолингвистикой, социолингвистикой, широк, можно выделить инвариантную (обязательную) и вариативную (факультативную) части дискурс-анализа.

Инвариантная часть — основные параметры анализа дискурса — представлена ниже в виде вопросов к тексту. Вариативная часть — выбор аспектов анализа в зависимости от задач конкретного исследования — это «полнота» ответов на вопросы 3, 6, 7, 8 (т. е. конкретизация данных вопросов, параметры ответов на них).

1. Кто? Характеристика автора.

2. Кому? Характеристика адресата.
  3. Когда? При каких условиях? В какой ситуации? Хронотоп, характеристика коммуникативной ситуации + социокультурный фон.
  4. Что (сказал, написал, а также, учитывая широкое понимание термина «текст», — нарисовал, спел и т. д.)? Анализ содержательной стороны текста, выявление явных и скрытых смыслов.
  5. Зачем? Интенция.
  6. Как (сказал, написал и т. д.)? Лингвистический и лингво-стилистический анализ: жанровая природа сообщения, характеристика формальных средств выражения содержания, анализ средств выразительности, выявление непреднамеренных аномалий (ошибок) и т. д. Анализ паралингвистических средств (фонационных, кинетических, графических).
  7. Почему именно так (сказал, написал и т. д.), а не иначе? Когнитивные и социально-психологические аспекты анализа.
  8. Как воспринято (или гипотетически может быть воспринято) сообщение? Интерпретация сообщения адресатом (характеристика того, какие смыслы сообщение рождает при восприятии, сближает данный вопрос с вопросом 4), анализ воздействующей силы, реагирование. Рассмотрение данного вопроса предполагает использование экспериментальных психолингвистических методик.
- В силу того что термин «дискурс» имеет несколько дефиниций, параметры анализа данного явления могут быть и иными.

- 
1. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
  2. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.
  3. Караулов Ю. Н., Петров В. В. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. С. 5–11.
  4. Кибрик А. А. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопр. языкознания. 1994. № 5. С. 126–139.
  5. Кибрик А., Паршин П. [Электронный ресурс]. URL: [//www.krugosvet.ru/articles/82/1008254/1008254a3.htm](http://www.krugosvet.ru/articles/82/1008254/1008254a3.htm)
  6. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М., 2003.
  7. Левина Г. М. Невербальная вербальность: некоторые вопросы и уточнения к понятию «дискурс» // Мир русского слова. 2003. № 2. С. 64–71.
  8. Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.
  9. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М., 2003.
  10. Миловидов В. А. От семиотики текста к семиотике дискурса. Тверь, 2000.
  11. Петрова Н. В. Текст и дискурс // Вопр. языкознания. 2003. № 6. С. 123–131.
  12. Серию П. Как читают тексты во Франции // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. М., 1999. С. 12–54.
  13. Терпугова Е. А. Рекламный текст как особый тип императивного дискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2000.
  14. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. М., 2002.

Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.

## ПРОТОТИПИЧЕСКАЯ СХЕМА КАК СПОСОБ СТРУКТУРИРОВАНИЯ СТЕРЕОТИПНОГО СОДЕРЖАНИЯ В СМИ

На базе словарных данных выявляются типовые участки прототипической схемы, стоящей за языковой семантикой признаков имен *богатый*, *бедный*: признак *богатый/бедный*, субъект — носитель признака *богатый/бедный*, объект обладания, степень проявления признака. Стереотипные представления о богатых и бедных в газетной речи рассматриваются в зависимости от средств речевой реализации данных участков прототипической схемы. На основе последних двух участков схемы выделяются приметы стиля жизни богатых и бедных. Погружение схемы в социокультурный контекст вызывает необходимость рассмотрения пространственно-временной прикреплённости признаков *богатый/бедный*.

К л ю ч е в ы е с л о в а: стереотип, прототипическая схема, богатый, бедный.

СМИ, с одной стороны, отражают стереотипы массового сознания, а с другой стороны, конструируют определенные стереотипные образы. Стереотип — это «стандартное мнение о социальных группах или об отдельных лицах как представителях этих групп. Стереотип обладает логической формой суждения, в заостренно упрощающей и обобщающей форме, с эмоциональной окраской приписывающего определенному классу лиц определенные свойства или установки, — или, наоборот, отказывающего им в этих свойствах или установках» [4, 177–178]. В связи с такими существенными свойствами стереотипа, как «оценочность и упрощенность», тиражирование негативных социальных стереотипов в СМИ может стать причиной конфликтного межгруппового взаимодействия.

При анализе стереотипов мы стремимся выявить типовые участки пропозициональной модели, которые заданы семантикой опорного слова, имени стереотипа (например, *советский*, *богатый*, *бедный* и др.), и позволяют очертить прототипическую схему, лежащую в основе стереотипных представлений.

Анализ пропозиций в основном осуществляется в трудах по синтаксису при анализе предложений и высказываний [1]. Пропозиция понимается как «семантический инвариант, общий для всех членов модальной и коммуникативной парадигм предложений и производных от предложения конструкций» [2, 401]. Мы же основываемся на том, что в словах с пропозициональной семантикой, признаков слова, задана свернутая пропозиция. Речевая реализация этой пропозиции позволяет выявлять модели высказываний, функционирующих в речи. «Сигнификатом признаков имен (будь то глагол или прилагательное) является обобщенное понятие отношения (как свойство к его

---

ИЛЬИНА Ольга Владимировна — кандидат филологических наук, ассистент кафедры русского языка и стилистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: [ilina.usu@gmail.com](mailto:ilina.usu@gmail.com)).

носителю), расчленение и конкретизация содержания которого осуществляется исключительно через их отнесенность к конкретным категориям предметов, лиц, способных по логике вещей выступать в качестве субъекта действия и объекта, подверженного этому действию» [20, 37]. Так как предикатное (признаковое) имя обозначает признак «относительно двух основных предметных сфер — сферы субъекта и сферы объекта», оно выступает как «своеобразный макет будущего предложения» [Там же, 73].

Пропозиция — это «смысл высказывания вне истинностной оценки». «Такой подход позволяет отделить мысль от ее утверждения и изучать их отдельно. Значение предложения членится на объективную константу и субъективную переменную» [6, 195–196; см. также: 1]. Таким образом, пропозиция способна определяться как «истинная» или «ложная», становиться объектом утверждения или полагания, веры [1]. Согласно нашей гипотезе, высказывание, содержащее стереотипное представление, заключает в себе пропозицию как «истинную», как объект утверждения. Стереотип утверждается и принимается на веру, без всякой критики. Стереотип, как правило, будет реализовываться в виде высказываний-утверждений, имеющих реальную модальность и форму повествовательных предложений, позиции в которых будут выявлять тот или иной компонент схемы стереотипного представления.

В основе стереотипа лежит не просто пропозициональная модель, но прототипическая схема. Схемы — «это общие и абстрактные фигуры, приложимые к некоторому числу ситуаций... Схемы содержат некоторое число переменных или свободных мест, предназначенных для того, чтобы быть заполненными специфическими элементами ситуации, которая будет репрезентирована этой схемой» [15, 35; см. также: 11, 205–206]. Прототип понимается как «представление о типичном объекте из мира “Действительность”, в котором выделяются существенные для данного представления обычные детали» [16, 97]. Таким образом, с учетом пропозициональной семантики опорных слов может быть смоделирована прототипическая схема исследуемых стереотипных представлений, участки которой наполняются типовыми, «обычными» признаками. Анализируя прототипические схемы ситуаций в рекламных текстах, Э. А. Лазарева и Л. М. Майданова пишут, что «создание и восприятие текста происходит... как замещение мест переменных в схеме, стереотипе, впечатанном в нашу память» [10, 237]. Прототипическая схема отличается стабильностью, неизменностью и воспроизводимостью, при этом меняется осмысление переменных схемы.

При изучении картины мира, отраженной в языке народа, этнолингвисты для наиболее полного описания элементов народной культуры также используют метод построения логико-понятийных моделей (схем) объекта. Так, Е. Барминский предлагает анализировать стереотипы на основе «фасетной структуры», т. е. описывая типичные черты, которые объединяются в фасеты. Для каждой группы стереотипов может быть выделен свой состав фасет. Так, для описания стереотипов разных народов оказался необходимым следующий набор фасет: «отношение к людям, черты характера и интеллекта, жизненная позиция и отношение к материальным благам, мировоззрение, внешний вид» [3, 110].

В. И. Карасик в монографии «Язык социального статуса» выделил подобные критерии стереотипизации: 1) внешний вид; 2) привычки и традиции; 3) степень цивилизованности; 4) способности; 5) моральные качества [5, 42–43]. Мы признаем, что для каждой группы стереотипов могут быть выделены свои параметры, «критерии стереотипизации», которые могут быть представлены в виде прототипической схемы.

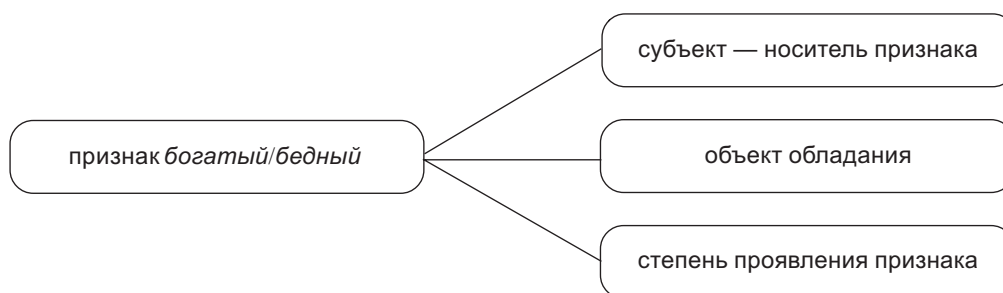
Рассмотрим прототипическую схему, лежащую в основе стереотипных представлений о богатых и бедных, а также наполнение типовых участков схемы в газетной речи. Мы исходим из того положения, что *богатый*, *бедный* — это слова со свернутой пропозициональной семантикой, «признаковые имена» [20, 32–47]; их семантическая структура задает пропозициональную модель ситуации, стоящей за данными именами.

Опираясь на методику компонентного анализа [8, 35–40] и на принципы лингвистического исследования стереотипов, предложенные Е. Бартминьским [3, 188–214], мы выделили типовые участки пропозициональной модели, определяющей стереотипное восприятие ситуации, стоящей за словами *богатый/бедный* как пропозициональными единицами. *Богатый* — «обладающий большим имуществом, в том числе денежным, очень зажиточный»: *богатый фермер* [13]. *Бедный* — «то же, что неимущий». Словарь дает синонимическое (отсылочное) толкование. Неимущий — «не имеющий средств к существованию, нуждающийся» [Там же]. По результатам анализа словарных толкований можно выделить следующий ряд позиций модели, задаваемых предикатными словами *богатый/бедный* (в значении «обладающий/не обладающий имуществом»): признак «обладание» («обладающий/не обладающий»), субъект — носитель признака, объект владения («имущество, имение»).

Наличие в словообразовательных гнездах с опорными словами *богатый* и *бедный* прилагательных, обозначающих разную степень проявления признака (*бедный, беднейший, самобеднейший, бедноватый, пребедный; богатый, богатеиший, пребогатый*) [17], позволяет выделить типовой участок схемы «степень богатства/ бедности». Слова *богатый — бедный*, будучи качественными прилагательными, реализуют контрарную противоположность. Таким словам свойственны градуальные (или ступенчатые) оппозиции [12, 251–252]. *Богатый — бедный* являются крайними членами градуальной оппозиции и выражают «полную, истинную антонимию», а между ними располагаются средние члены противопоставления, «указывающие на возрастание (или убывание) степени качества» [Там же]: *богатый, зажиточный, небедный, среднего достатка, небогатый, бедный*.

Таким образом, анализ семного состава лексических значений слов *богатый* и *бедный*, их словообразовательных гнезд и т. п. позволяет выделить участки (узлы) пропозициональной модели, свернутой в семантике слов *богатый* и *бедный* (см. схему ниже).

Прототипическая схема стереотипных представлений в конкретных текстах варьируется, получает разное наполнение в зависимости от точки зрения, реализуемой в тексте. Как пишет Б. А. Успенский, «самый общий уровень, на котором может проявляться различие авторских позиций (точек зрения), —



уровень, который условно можно обозначить как идеологический или оценочный, понимая под “оценкой” общую систему идейного мировосприятия» [19, 22]. Точка зрения выявляется нами из массива высказываний, обнаруживающих сходство интерпретации и оценки.

Вариативное наполнение участков прототипической схемы в газетной речи зависит от точки зрения издания, отражающей не только социальные, идеологические позиции учредителя и редакции, отдельного журналиста, но и точку зрения адресата, т. е. коллективное мировосприятие, мировоззрение конкретной читательской аудитории [9, 57].

В данной статье мы рассматриваем реализацию стереотипных представлений о богатых и бедных в федеральных неспециализированных изданиях, ориентированных на широкую читательскую аудиторию. Источники речевого материала: «Российская газета», «Известия», «Аргументы и факты». Методом случайной выборки из данных газетных изданий за период с января 2000 г. по ноябрь 2010 г. нами было извлечено более 2 тыс. высказываний и микротекстов, содержащих суждение о богатых и/или бедных. «Российская газета» имеет официальный статус правительственного издания. Учредитель «Российской газеты» — Правительство РФ. Потенциальная аудитория газеты: правительственные чиновники, государственные и общественные деятели, руководители, представители деловой и научной сферы, мира культуры и искусства, а также все жители РФ как граждане. Учредителями газет «Известия» и «Аргументы и факты» являются крупные федеральные акционерные компании. Читатель данных газет — массовый, интересующийся политическими, экономическими, социальными проблемами современности. Отметим также, что газета «Аргументы и факты» относится к так называемым мягким таблоидам [21, 66]. Как пишет Э. В. Чепкина, такие издания ориентированы на широкие слои населения, в первую очередь со средним и низким доходом, блок общественно-политической и экономической информации в мягких таблоидах облегчен, сами проблемы и их решения трактуются упрощенно, усилен поворот к частной жизни. «Мягкие таблоиды предпочитают броские социальные обобщения, поддерживающие стереотипы массового сознания» [Там же].

Можем сделать вывод, что рассматриваемые издания ориентируются на широкую читательскую аудиторию — людей среднего и старшего поколения, с высшим образованием, средним достатком, интересующихся политикой и экономикой; реализуют общенародную точку зрения.



Проанализируем последовательно наполнение и варьирование выделенных нами типовых участков схем стереотипных представлений о богатых и бедных.

Можно выделить парадигматические ряды номинаций субъектов — носителей признаков *богатый/бедный* и соответствующих объектов обладания.

Рассмотрим стереотипные представления о **субъектах**, обладающих богатством. Парадигмальный комплекс номинаций субъектов — носителей признака «богатый» по роду деятельности включает малые парадигмы. Лексическое значение каждого члена ряда, реализованного в высказывании и тексте, регулярно получает приращение «небедный, обладающий средствами, обеспечивающими высокий уровень жизни».

1. Номинации, объединенные смыслом «предприниматель» (*предприниматель, бизнесмен, коммерсант* и др.): *Конечно, деловой лайнер класса VIP, на котором летает просто **богатый** и активный **бизнесмен**...* (Российская газета (далее — РГ). 2010. 17 сент.).

2. Номинации, объединенные смыслом «представитель власти» (*президент, чиновник, депутат, мэр, губернатор, представитель власти, власть имущий, сенатор, законодатель, парламентарий* и др.): *На чем **богатеют чиновники**? <...> одно мы можем сказать точно: львиную долю своих **сказочных доходов** многие **чиновники** получили не за свои профессиональные действия, а за нахождение на хлебном месте и за дружбу с полезными людьми* (Аргументы и факты (далее — АиФ). 2010. 28 апр.).

3. Номинации, объединенные смыслом «специалист по управлению» (*директор, гендиректор, начальник, топ-менеджер, босс, управленец* и др.). Например: *Предприятия разорвались, зато их **топ-менеджеры** (так стали называть себя старые **управленцы**) получали все возможности для реализации своих бытовых фантазий. Загородные особняки и дорогие иномарки, дети и внуки в Оксфорде и Кембридже, летние поездки на Канарские острова и так далее составляли своеобразный джентльменский набор провинциальных **олигархов** 90-х годов* (РГ. 2001. 15 нояб.).

4. Номинации, объединенные смыслом «лицо, занятое в сфере нефтяной промышленности» (*нефтяник, нефтяной магнат, нефтяной король, нефтяной барон* и др.): *Финансисты говорят, что **любой гендиректор нефтяной компании** гораздо **богаче** их* (АиФ. 2000. 23 авг.). Отметим здесь употребление кванторного слова *любой*, служащего для обобщения и гиперболизации свойств субъекта [7, 453].

Члены парадигматических рядов используются в речи как видовые номинации лиц, получающих высокие/самые высокие доходы.

Обновляется парадигма имен прилагательных и существительных, объединенных смыслом «богатый»: *богатый, состоятельный, обеспеченный, зажиточный, миллионер, миллиардер, магнат, олигарх, богач* и др. Формируется парадигма номинаций, обозначающих градуальность признака «богатый»: *сверхбогатый, супербогатый, долларовый миллионер, рублевый миллиардер, долларовый миллиардер, мультимиллионер, мультимиллиардер*. Наряду с активизацией в речи нейтральных номинаций лиц, воспринимаемых как богатые,

в рассматриваемых газетных текстах отмечены номинации с отрицательной оценкой: *Продолжается безумное, вызывающее насмешки всей Европы мотовство русских **нуборишей** за границей* (АиФ. 2010. 9 июня). *Нубориш* — богат, наживший свое состояние на социальных переменах или бедствиях, на разорении других (книжн., презр.) [13].

Рассмотрим парадигмы номинаций субъектов — носителей признака «бедный». Лексическое значение каждого члена ряда, реализованного в высказывании и тексте, регулярно получает приращение «небогатый, не обладающий средствами, обеспечивающими средний уровень жизни».

1. Номинации, объединенные смыслом «лицо по профессии, находящееся на государственном финансировании». Опорная номинация *бюджетник* конкретизируется видовыми обозначениями: *ученый, преподаватель, учитель, врач, медсестра, санитарка, дворник, уборщица, военнослужащий*. Например: *Российский **врач** сегодня унижен, **нищ** и бесправен* (РГ. 2002. 22 марта). Особенность текущего момента в том, что работающий человек мыслится как субъект — носитель признака «бедный». Появление сочетания *новый бедный* свидетельствует об изменении стереотипных представлений о бедных людях в России. Интересно, что *чиновники* — это тоже работники бюджетной сферы, однако они не воспринимаются как бедные.

2. Номинации, объединенные смыслом «лицо, находящееся на государственном социальном обеспечении, получающее пенсию/пособие»: *пенсионер, ветеран войны, ветеран труда, инвалид, безработный*. Например: *Что бесит в России? Хамство, олигархи и **бедные пенсионеры*** (АиФ. 2010. 4 мая).

3. Номинации *бедных* по возрасту, объединенные общим смыслом «пожилой человек»: *старшее поколение, пожилые люди, пожилые граждане, старики, бабушка, дедушка*. Например: *Мне не за себя, за **нищих стариков** больно!* (АиФ. 2007. 24 окт.).

4. Номинации, указывающие на состав семьи бедных и объединенные общим смыслом «член неполной и/или многодетной семьи»: *неполная семья, многодетная семья, мать-одиночка*. Например: *В среде **бедных** значительно больше **многодетных, неполных семей**...* (Известия. 2003. 20 июня).

Отмеченные слова и словосочетания используются в речи как видовые номинации лиц, живущих на небольшую зарплату/пенсию/пособие.

Обновляется парадигма имен существительных и прилагательных, связанных смыслом «бедный»: *бедный, бедняк, неимущий, малоимущий, малообеспеченный, необеспеченный, небогатый, нищий, сверхбедный* и др.

Материальная обеспеченность, на основании которой противопоставляются богатые и бедные, в газетных текстах представлена через противопоставление индексов уровня жизни богатых и индексов уровня жизни бедных. Индексация рассматривается прежде всего на уровне «языка вещей и отношений к ним» [14, 37; см. также: 5, 29–43]. В нашем исследовании мы также выявили некоторые «индексы» уровня жизни богатых и бедных. Индексация охватывает «объекты обладания». Номинации объектов обладания, объективирующие стереотипные представления о богатых и бедных, могут быть объединены в парадигмы.

Рассмотрим парадигмы номинаций объектов обладания, объективирующих стереотипные представления о богатых. В речи каждая из указанных номинаций выделяет определенный индекс уровня жизни богатых.

1. Парадигма номинаций, объединенных смыслом «изысканная пища и напитки»: *красная икра, французское вино, спаржа, деликатесы, лягушки, омары, лангусты, устрицы, филе крокодила, фуа-гра* и др. Например: *На продукты питания и бедные, и богатые тратят приблизительно одинаковые деньги, даже если учитывать расходы последних на деликатесы. Но если бедный россиянин тратит на еду почти половину всех своих денег, то для богатого это капля в море* (Известия. 2007. 6 февр.).

2. Парадигма номинаций, объединенных смыслом «дорогая, качественная одежда»: *платье/костюм от Юдашкина (от Гуччи/Армани/Версаче/Диор и др.), дизайнерский костюм, норковое манто, соболя* и др. Например: *Раньше это было очень просто: приходишь на работу, от тебя нет выхлопа дешевой водки, брюки отглажены, рубашка свежая — уже состоятельный человек <...> Сейчас, конечно, появились иные атрибуты: дорогая машина, шикарная квартира, дизайнерский костюм* (АиФ. 2005. 20 апр.).

3. Парадигма номинаций, объединенных смыслом «дорогое жилье»: *коттедж, многоэтажный коттедж, особняк, хоромы, вилла, дворец, замок, пентхаус, квартира (в Москве/Париже/Лондоне и др.), несколько квартир* и др. Например: *Однако от роста коммуналки страдает не только небогатое население. Богатые, способные покупать особняки на Новой Риге, тоже плачут* (Известия. 2010. 6 апр.).

4. Парадигма номинаций, объединенных смыслом «дорогие личные транспортные средства»: *иномарка, джип, «мерседес», «бентли», «майбах», «хаммер», «феррари», «порше», яхта, катер, личный/частный самолет, вертолет* и др. Например: *Говорят, у кого-то из депутатов приставы арестовали за долги «феррари» и катер. И много в Госдуме таких богаченьких?* (АиФ. 2010. 13 окт.).

5. Парадигма номинаций, объединенных смыслом «драгоценности»: *драгоценности, бриллиант, золото, бриллиантовое кольцо, золотые часы*. Например: *Обладание роскошью — это самый доступный способ выделиться из толпы, это внешняя демонстрация принадлежности к элитарному классу «имущих». Отсюда золотые часы с бриллиантами и механизмом, стоимостью не меньше ста тысяч долларов, костюмы от Бриони, надписи «Дольче и Габбана» или «Диор» во всю грудь, ну и, конечно, самые «крутые» «хаммеры», виллы с самым красивым видом и яхты в длину никак не меньше 52 метров* (РГ. 2006. 23 июня).

Важно, что в стереотипных представлениях о богатых фиксируется не просто материальная обеспеченность, а ее высшая точка — роскошь. Частотны слова, входящие в одно словообразовательное гнездо: *роскошь, роскошный, роскошествовать*. Формируется парадигма номинаций предметов роскоши: *сто-тысячные хоромы, элитные хоромы, шикарное жилье, золотые часы с бриллиантами, золотой поводок для собаки, частный самолет, антиквариат, произведения искусства* и др.

Выделены две основные парадигмы номинаций объектов обладания, объективирующих стереотипные представления о б е д н ы х. В речи каждая из указанных номинаций выделяет определенный «индекс жизни» б е д н ы х.

1. Номинации, объединенные смыслом «дешевые продукты»/«простая пища» (хлеб, макароны, тушенка, «ножки Буша», перловка, постные щи и др.): **Бедным** даже лучше, им сложнее заразиться страшной инфекцией, ведь **их пища** — это мясо курицы глубокой заморозки, те же «ножки Буша» (Известия. 2005. 31 окт.).

2. Номинации, объединенные смыслом «дешевое неудобное жилье» (барак, общежитие, коммуналка, холодная квартира, однокомнатная квартира, квартира в хрущевке и др.): **Малообеспеченный** житель нашей страны живет обычно всей семьей в **однокомнатной квартире, общежитии, съемной комнате в коммуналке** или **занимает часть сельского дома** (АиФ. 2008. 4 июля).

3. Номинации «ветхой, бедной одежды» (поношенная/бедная/дешевая/плохая одежда, одежда не по размеру, старая куртка (и другие видовые наименования), потертые брюки, китайские вещи и др.): **Туберкулезом болеют дети бедных. Мокрая обувь, плохая одежда, недоедание** — вот вам условия, которых достаточно, чтобы ребенок оказался в группе риска (Известия. 2010. 14 сент.).

В газетной речи употребляются описательные сочетания, маркирующие бедность (ниже прожиточного минимума, низкий достаток, низкий уровень доходов и др.); регулярны сочетания, констатирующие отсутствие/недостаточное количество денег (нет денег, не хватает денег, нет средств и др.). В подобных случаях исследуемые стереотипные представления о б е д н ы х получают типовую конкретизацию, включающую представление о количественном измерении объекта обладания. Активизируются фразеологизмы, образно передающие стереотипные представления о бедности: *скрести по сусекам, еле сводить концы с концами, затягивать пояса, садиться на голодную диету, пухнуть от голода, положить зубы на полку* и др. Для гиперболического образного обозначения финансового состояния бедных используется слово *копейка* в составе устойчивых сочетаний: *ни копейки, платит копейки, получают копейки, экономить каждую копейку, считать каждую копейку* и др. Стереотипные представления о б е д н ы х спроецированы на шкалу колебаний заработной платы и социальных выплат: *нет высокой зарплаты, низкая зарплата, маленькая зарплата, мизерная зарплата, мало (немного) получать, нищенская зарплата, скромная получка, скудные доходы, получать гроши*, а также *мизерный размер пособий, стариковские выплаты* и др. Финансовое состояние как б е д н ы х, так и б о г а т ы х обозначается с помощью лексем *кошелек* и *карман* в составе метафорических устойчивых сочетаний: *отражаться на кошельке, (зависеть) от состояния кошелька, тугой кошелек, тощенький кошелек, (не) по карману, набить карман, бить по карману, мимо кармана, прибыль течет в карманы* и др.

В градуальной парадигме субъектов *богатства/бедности* отмечены субъекты, обладающие разной степенью достатка относительно достатка представителей среднего класса. В современном русском языке словосочетание *средний класс* — единица с «размытым» содержанием. Так, в «Толковом словаре русского языка начала XXI века» встречаем следующее толкование: «совокупность

социальных групп, объединяющая людей со средним достатком: учителей, врачей, рабочих и т. д.» [18]. Как уже было сказано, названные категории лиц (*учителя, врачи, рабочие*) в стереотипных представлениях россиян устойчиво относятся к бедным. Номинации объектов обладания, отражающие представления о *среднем классе*, еще не сложились в четкие разветвленные парадигмы. Например: *Нищих, тех, у кого не хватает даже на еду, в России сегодня порядка 9 %. А 8 лет назад их было 33 %. На другом полюсе те, кто считает, что им хватает абсолютно на все: на отдых, образование детей, в том числе зарубежное. Их меньше 1 %. Вторая группа, кому на все хватает, кроме машины, квартиры и дачи, — классический средний класс (12 %). Это не значит, что им никогда не видать машины и квартиры. Есть кредиты* (АиФ. 2007. 21 нояб.). Степень достатка обозначается через то, какими объектами обладает субъект, и отражает «качество жизни». Ставшее актуальным в XXI в. устойчивое сочетание (формульное высказывание) *качество жизни* (или *уровень жизни*) обозначает «степень материального благосостояния, социальных и культурных условий жизни населения» [18]. Попытка выделить на основании опыта «жизненные стандарты», соотнести их с качеством жизни *богатых, бедных* и представителей среднего класса, регулярное употребление устойчивых сочетаний *качество жизни, стандарт жизни, стандарт уровня жизни, средний уровень жизни, средняя зарплата, потребительская корзина*, зафиксированных новейшими словарями русского языка, позволяет сделать вывод о наличии прагматических оснований для формирования пока не сложившегося стереотипа *средний класс*.

Погружение схемы в социокультурный контекст вызывает необходимость рассмотрения пространственно-временной прикреплённости признаков *богатый/бедный*. Уровень материального благополучия в газетной речи определяется в границах темпоральной схемы: *советское время* (неперсонализированное время, характеризующееся *материальным равенством, приоритетом духовного*) — *90-е годы (ельцинское время, характеризующееся обострением дихотомии богатые — бедные)* — *современность (путинская и медведевская Россия, характеризующаяся расслоением общества на богатых и бедных, которое сглаживается появлением среднего класса)*.

Стереотипные представления о *богатых и бедных* включают темпоральные ограничители, которые сопровождаются этической оценкой. Например: *Они [люди] тогда [при советской власти] были более духовными, душевными, открытыми, бескорыстными и даже внутренне более свободными и богатыми, чем теперь. Теперь они думают только о деньгах* (РГ. 2005. 22 февр.). Богатство, основанное на алчности и отказе от духовных ценностей, мыслится как примета нового, постсоветского времени. Временная характеристика дается с помощью наречных образований *тогда, раньше/теперь, сегодня*, получающих в контексте оценочную добавку.

Если в советское время субъект-лицо как носитель признака «богатый» был вытеснен в пространство буржуазных стран, то в постсоветское время наблюдается сдвиг в представлениях о локализации субъекта «богатый». Показательные суждения: *В России — сотни, тысячи сверхбогатых людей; В России появился класс богатых и сверхбогатых людей; Михаил Прохоров (Олег*

*Дерипаска* и др.) *входит в число самых богатых людей России/жителей планеты* и др.

Стереотипные представления о богатых и бедных связаны и со стереотипными представлениями о провинции и столице. Сформирован парадигматический ряд номинаций территорий, которые традиционно воспринимаются как бедные: *провинция, периферия, глубинка, село, деревня, маленький город, депрессивный регион, дотационный регион, территория запустения, медвежий угол*; и парадигматический ряд номинаций территорий, которые традиционно воспринимаются как богатые: *столица, Москва, центр, регион-донор* и др. Стереотипной характеристикой богатых становится обстановочный контекст, включающий в себя локусные привязки, которые также можно рассматривать как индексы уровня жизни богатых: *квартира в центре города, квартира в Москве/Лондоне/Париже, Рублевка, Куршевель, дача на Канарах, отдых за границей* и т. п.

В результате анализа реализации в газетной речи участков прототипической схемы можно обобщить представления о **стиле жизни** богатых и бедных: типичные способы времяпрепровождения, способы получения дохода, выбор и устройство дома/квартиры/комнаты, выбор одежды и продуктов питания, культурно-ценностные предпочтения богатых и бедных [5, 8–9].

При описании типовых поступков богатых наиболее частотными являются высказывания о том, какими способами богатство приобретено. Можно выделить два пути: «собственным тяжелым трудом» и «за чужой счет». Большое число газетных публикаций фиксирует стереотипное представление о «богатстве за чужой счет», реализуемое в утверждении «богатый человек живет за счет чужого труда». Современные чиновники мыслятся как люди, нажившие богатство несправедливым путем. Например: *Один откат — и ты богат! Тысячи чиновников живут по этому принципу. Как найти управу на взяточников?* (АиФ. 2008. 16 июля). Для негативной характеристики действий «богатых представителей власти» используются прямые номинации (*воровство, коррупция, взяточничество, махинация, афера*) и образно-оценочные (*криминальная кормушка* (перен., разг., неодобр. [13]), *бесплатная кормушка для власти, чиновничий беспредел* (разг. [Там же]), *откат*).

Номинации типовых источников дохода богатых — *взятка, коррупция, воровство, мошенничество*; типовых источников дохода бедных — *зарплата, пенсия, пособие*.

Стиль жизни богатых отражается в показательных типовых утверждениях: *Богатство добывают за счет чужого труда; Богатые стремятся к получению прибыли любой ценой, используют нечестные способы обогащения; Богатые ведут праздный образ жизни; Богатых отличает духовная бедность*.

Стиль жизни бедных отражается в показательных типовых утверждениях: *Бедные честно трудятся; Бедные получают небольшую зарплату/пенсию; Бедные не имеют необходимого, пользуются общественным транспортом; Бедные терпят унижения; Бедные болеют туберкулезом; Бедные сохраняют культурно-нравственные ценности вопреки тяжелым условиям жизни; Бедные в своем положении не виноваты, в их положении виноваты богатые, власть имущие* и др.

Однако наблюдается тенденция развития смыслов социокультурных контекстов, еще не ставших «общими местами», но меняющих стандартное представление о богатых: *Богатые помогают бедным; Богатые занимаются благотворительностью/меценатством/спонсорством*. Данные суждения коррелируют с высказываниями, охваченными модальностью долженствования: *Богатые должны делиться с государством; Богатые должны делиться с бедными и помочь им*. Констатация фактов благотворительности, меценатства, спонсорства способствует возникновению механизмов толерантного отношения к богатым как к «другим», но не «чужим».

Анализ высказываний и микротекстов показал, что прототипическая схема стереотипных представлений о богатых и бедных характеризуется устойчивостью и воспроизводимостью, но при этом отмечаются отдельные изменения содержательного наполнения представлений о субъектах — носителях признака *богатый/бедный*, объектах обладания, степени проявления признака.

1. Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл. М., 1976.
2. Арутюнова Н. Д. Пропозиция // Языкознание: Большой энцикл. словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. 2-е изд. М., 1998.
3. Бартминьский Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике: пер. с польск. М., 2005.
4. Демьянков В. З. Стереотип // Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина ; под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М., 1996.
5. Карасик В. И. Язык социального статуса. М., 1992.
6. Кронгауз М. А. Семантика : учебник для студентов лингв. фак. высш. учеб. заведений. 2-е изд., испр. и доп. М., 2005.
7. Крысин Л. П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности : колл. монография / отв. ред. Н. А. Купина и М. Б. Хомяков. М., 2005.
8. Кузнецова Э. В. Лексикология русского языка : учеб. пособие для студентов филол. фак. ун-тов. М., 1982.
9. Лазарева Э. А. Системно-стилистические характеристики газеты. Екатеринбург, 1993.
10. Лазарева Э. А., Майданова Л. М. Прототипические схемы и рекламный текст // Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия : материалы междунар. конф. Екатеринбург, 21–22 дек. 2001 г. / под ред. Л. М. Макушина. Екатеринбург, 2002.
11. Майданова Л. М., Очеретина М. А., Соболева Е. Г., Чепкина Э. В. Прототипические схемы в сюжетах медиатекстов // Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия. Екатеринбург, 2002.
12. Новиков Л. А. Семантика русского языка : учеб. пособие. М., 1982.
13. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М., 2003.
14. Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М., 1997.
15. Ришар Ж. Ф. Ментальная активность. Понимание, рассуждение, нахождение решений. М., 1998.
16. Телия В. Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М., 1996.
17. Тихонов А. Н. Словообразовательный словарь русского языка : в 2 т. М., 1985. Т. 1.

18. Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г. Н. Скляревской. СПб., 2006.
19. Успенский Б. А. Поэтика композиции. СПб., 2000.
20. Уфимцева А. А. Семантика слова // Аспекты семантических исследований / отв. ред. Н. Д. Арутюнова и А. А. Уфимцева. М., 1980.
21. Чепкина Э. В. Дифференциация современной российской прессы: дискурсивно-стилистический аспект // Факс. 2006. № 1–2.

*Статья поступила в редакцию 15. 01. 2011 г.*

УДК 070.41:327 + 323(470)

**Е. С. Голоусова**

### **АНАЛИЗ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАРУБЕЖНЫХ ЖУРНАЛИСТОВ: СПЕЦИФИКА ОСВЕЩЕНИЯ СОБЫТИЙ В РОССИИ ЗАРУБЕЖНЫМИ ЖУРНАЛИСТАМИ В 2010 г.**

Рассматривается проблема освещения российских событий иностранными журналистами. В качестве материала для анализа использованы публикации зарубежных авторов, касающиеся отставки Юрия Лужкова, шпионского скандала «Россия vs. Америка», а также выступлений на Манежной площади в декабре 2010 г. Делается вывод о том, что в целом зарубежные корреспонденты проявляют достаточно высокий профессиональный уровень, вместе с тем можно говорить о наличии определенных национальных стереотипов в их работе.

**Ключевые слова:** освещение событий в России, зарубежные корреспонденты, отставка Юрия Лужкова, шпионский скандал «Россия vs. Америка», выступления на Манежной площади.

Минувший 2010 г. был насыщен событиями в разных сферах общественной жизни: политике, экономике, культуре и др. Средства массовой информации, как отечественные, так и зарубежные, по-своему прореагировали на изменения в жизни страны. Для нас особый интерес представляют публикации, подготовленные иностранными журналистами, прежде всего с точки зрения возможного анализа профессиональной деятельности зарубежных корреспондентов, а также оценки специфики их работы в условиях современной российской реальности. В качестве ключевых событий нами были выбраны шпионский скандал «США vs. Россия», отставка Юрия Лужкова с поста мэра Москвы осенью 2010 г., а также события на Манежной площади в столице России в декабре 2010 г.

Но прежде всего нам бы хотелось поговорить о специфике работы журналиста-международника. Основная проблема, с которой сталкиваются многие зарубежные репортеры, заключается в следующем: с одной стороны, корреспондент

---

ГОЛОУСОВА Елизавета Сергеевна — кандидат филологических наук, преподаватель кафедры периодической печати Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: avril2009@freemail.r).

© Голоусова Е. С., 2011



иностранный журнал должен быть в определенной степени беспристрастным. Но, с другой стороны, возникает вопрос: насколько это реально, учитывая тот факт, что журналист-международник в любом случае испытывает на себе влияние определенных стереотипов и точек зрения, характерных для данной страны. Здесь, как нам кажется, было бы уместно сослаться на работу С. Хесса и М. Кальба «Средства массовой информации и война с терроризмом» [1, 95]. В одной из глав данного исследования как раз заходит речь о работе зарубежных корреспондентов в столице США — Вашингтоне. В частности, авторы пытаются ответить на следующие вопросы:

— существуют ли особые точки зрения на события у журналистов из разных стран (например, из России, Мексики, Франции, Турции и Саудовской Аравии);

— как журналистам удается привыкнуть к тому, что в их редакции имеют возможность ознакомиться с публикациями «Нью-Йорк Таймс» по Интернету еще раньше, чем корреспонденты проснутся; не страдают ли они от переизбытка информации;

— занимаются ли журналисты самостоятельной журналистской «беготней» или же они просто копируют то, что сделали до них американские репортеры [Там же, 96].

Для того чтобы ответить на эти вопросы, Хесс и Кальб организовали групповое обсуждение данной проблемы при участии зарубежных журналистов из Великобритании, Турции, ОАЭ, Германии, Франции, Мексики и России. По мнению организаторов дискуссии, «совершенно очевидно, что все зарубежные корреспонденты в Вашингтоне работают, не покладая рук, понимая всю важность той информации, которую они создают. Все они, безусловно, смотрят на события в США через призму своего национального восприятия, и результат их работы, конечно, в той или иной степени зависит от того, что сообщают печатные или электронные СМИ Америки» [Там же, 198].

По мнению самих зарубежных репортеров, они одновременно теряют и выигрывают от того, что принято называть современной технологической революцией. Так называемый эффект CNN играет центральную роль в работе зарубежных корреспондентов. В частности, представитель мексиканского издания отметил, что его редактор всегда обращается к информационной картине, создаваемой CNN: «Он видит какую-либо новость на CNN и говорит: “Что вы можете сказать по данному вопросу?”» [Там же, 199].

Таким образом, получается, что CNN косвенно влияет на информационную картину дня, — приходят к выводу авторы исследования. Сами же корреспонденты отмечают, что чаще всего «восемьдесят процентов их продукции — это практически перефразирование того, что говорят американские СМИ». «С другой стороны, наше основная задача, — отмечает корреспондент арабского канала, — заключается в том, чтобы постоянно доказывать, прежде всего, своей работой, что мы не зря здесь находимся» [Там же, 205].

Следует заметить, что среди журналистов — участников дискуссии находился и бывший корреспондент российского информационного агентства «ИТАР-ТАСС» Андрей Ситов. Нам бы хотелось привести фрагмент этой беседы.

К а л ь б: Когда вы читаете «Нью Йорк Таймс», «Вашингтон Пост» или смотрите СиЭнЭн, появляется ли у вас ощущение, что вы знакомитесь только с американским видением темы?

С и т о в: Я хотел бы отметить высокий уровень профессионализма американских журналистов. В то же время я верю в существование американской точки зрения. Я выступаю за разнообразие точек зрения, чем больше, тем лучше. И в этом смысле, наверное, распад Советского Союза — не самое плохое, что могло произойти: ведь сейчас у нас, по меньшей мере, 15 разных мнений вместо одного. Теперь к разговору об американской печати. Я работник информационного агентства. И мы освещаем новости. И самое большее, что я могу сделать, это объяснить, что значит «американский подход», когда речь заходит о каком-либо событии, если такое объяснение уместно.

Кроме того, у нас есть сложившиеся стереотипы, связанные с особенностями идеологии, как и в России об Америке, так и в Америке о России. В России существует коммунистическая печать, которая все время говорит о том, что американцы имеют злые намерения, что их можно подозревать в чем угодно.

Х е с с: У вас есть определенный опыт жизни в США. Вы многое увидели в этой стране. Вы узнали кое-что об американском характере. На ваш взгляд, то, что вы видели, сильно отличается от представления ваших редакторов и вашей аудитории и приходится ли вам в чем-либо переубеждать их?

С и т о в: Несомненно, приходится. Существует миф, согласно которому русские и американцы очень похожи. Я с этим совершенно не согласен. Самое большое различие и самое большое изменение, свидетелем которого я стал, если говорить о постсоветской эпохе, — это серьезные изменения на ментальном уровне. Речь идет о новом в поведении моих соотечественников — стремлении полагаться на самих себя, что в какой-то степени напоминает американский стиль поведения. Мне кажется, для русских очень важно обрести свободу — стать свободными сердцем и душой [1, 207].

Безусловно, мнение одного журналиста не может быть объективным на сто процентов. Возможно, здесь могут играть роль как профессиональное видение проблемы, так и особенности ее личностного восприятия конкретным человеком. Тем не менее на примере конкретных публикаций мы попытаемся проанализировать и понять, насколько вышеупомянутые характеристики применимы к работе зарубежных журналистов, освещающих события в России.

А теперь обратимся к первоисточникам. Для начала рассмотрим тему шпионского скандала. По мнению британского журналиста, *«Британия — это страна, изобретшая шпионские детективы, и мысль о “сладких ловушках” глубоко укоренилась в нашей культуре, несмотря на то, что это почти на сто процентов миф»* (The Times. 2010. 8 Dec.).

*«Но вся это затмевает собой правду о российском шпионаже, — продолжает автор. — А правда заключается в следующем: сегодня, когда все внимание приковано к исламскому терроризму, мастера шпионажа из Москвы, вознамерившиеся возродить свою былую славу, представляют все большую угрозу для Великобритании».* По мнению британского корреспондента, *«в 90-е годы у российской разведки был большой пробел. Гласность привела к тому, что тысячи разведчиков оказались без работы. Но для руководства российской разведки это была лишь пауза в тайной холодной войне, которая сегодня все больше накаляется»* (Там же).

В заключение журналист делает экскурс в историю и оценивает ситуацию, сложившуюся на данный момент: *«В середине 80-х годов в советском посольстве и торговом представительстве в Лондоне работало от 30 до 35 офицеров*

*КГБ и ГРУ (военная разведка), что составляло почти половину всего советского дипсостава. Сегодня эта цифра может быть даже больше. В то же время Москва, похоже, настойчиво и продуманно создает сеть “нелегалов” — агентов разведки, живущих обычной мирной жизнью, причем не только в соседних с Россией странах, таких как Украина и Грузия, но и на Западе» (The Times. 2010. 8 Dec.).*

А теперь посмотрим, каким образом зарубежные СМИ отреагировали на отставку мэра столицы. Для начала обратимся к «The New York Times», качественному печатному изданию США. В публикации Э. Крамера под заголовком «Увольнение мэра может замедлить экономический рост Москвы» речь идет, главным образом, о том, что представляет собой столица России с экономической точки зрения. «Московский строительный бум, вероятно, войдет в историю как одна из величайших “золотых лихорадок” в секторе недвижимости». Автор также отмечает, что «строительному буму способствовала коррупция широкого масштаба. <...> Теперь застройка замедлится, по крайней мере, до того момента, пока не будет утвержден преемник мэра» (The New York Times. 2010. 1 Oct.). Здесь же приводятся данные экспертов компании «Cushman & Wakefield», занимающейся вопросами недвижимости. Согласно «Cushman & Wakefield», общая площадь строящихся объектов — будущих офисов компаний составляет на сегодня 2,3 млн м<sup>2</sup>. Для сравнения приводится информация о том, что «ни в одной европейской стране в первой половине 2010 г. не было отведено под застройку площади, превышающей 1 млн м<sup>2</sup>. Между тем, — заключает Крамер, — в Москве активно строятся торговые центры. Так, в первой половине 2010 г. в столице было построено множество торговых центров, общая площадь которых составила 176,000 м<sup>2</sup> (Там же).

Рассмотрим еще один материал под заголовком «Отрешение мэра не разрешает вопрос о том, кто правит Россией», также опубликованный в «The New York Times». Журналист К. Дж. Леви пытается разобраться, кто же на самом деле управляет страной. «По поводу президента Медведева давно спрашивают, по-настоящему ли он управляет страной или является лишь марионеткой в руках Путина. Во вторник Медведев снял все сомнения, уволив политического соперника-тяжеловеса — долговременного мэра Москвы, который в последние недели старался выставить Медведева слабым политиком, неспособным править Кремлем». Автор приводит релевантные цитаты из высказываний известных общественных деятелей, в частности политического обозревателя Леонида Радзиховского: «Медведев сегодня наконец-то применяет свои президентские полномочия и впервые за два с половиной года демонстрирует, что именно он здесь президент» (The New York Times. 2010. 28 Sept.).

По словам самого президента Медведева, «сложно представить ситуацию, в которой президент как глава исполнительной власти страны и мэр города могут продолжать сотрудничать, если президент перестал доверять главе региона. На законодательном уровне, — поясняет обозреватель «The New York Times», — должность мэра столицы эквивалентна должности главы региона» (Там же).

С другой стороны, некоторые политики считают, что история с увольнением Лужкова повредила Медведеву, поскольку он слишком медлил с отставкой

мэра. Автор материала ссылается на мнение лидера «Правого дела» Леонида Гозмана, который сравнил реакцию на критику двух президентов — Обамы и Медведева. *«Любопытно, что Обама немедленно уволил своего подчиненного, генерала Стэнли Маккрисчала, командовавшего военными силами США в Афганистане. Лужков же после скандальной публикации в “Московском комсомольце” продержался на своем посту почти месяц».*

В самом конце публикации мельком сказано о супруге Лужкова, Елене Батуриной: *«За время пребывания Лужкова в должности мэра Москвы, его супруга, Елена Батурина, завладев значительной долей строительного бизнеса столицы, стала одной из самых богатых женщин мира»* (The New York Times. 2010. 28 Sept.).

А сейчас обратимся к публикации солидного британского издания «Financial Times». В материале «Два лидера рассыпают намеки о выборах 2012 года» говорится об особенностях взаимоотношений Медведева и Путина. По мнению Ч. Кловера (автора публикации), загадка взаимоотношений Медведева и Путина — единственный непредсказуемый элемент политической жизни страны. Например, Медведев говорит о демократических реформах, а Путин нет. Что это? Имеет ли место назревающий раскол или же можно говорить лишь о стилистических различиях? — задается вопросом Кловер. По мнению корреспондента, *«выборы главы государства 2012 года наверняка помогут разобраться в гипотезах о роли Путина и роли Медведева в политической жизни страны. Если за несколько месяцев до выборов один из этой пары не объявит о выходе из игры, начнется серьезная политическая борьба. Некоторые считают, что выбор кандидата будет очевиден, другие сомневаются, что будет именно так. Значит, политическая жизнь в стране вновь станет насыщенной»*, — резюмирует автор публикации (Financial Times. 2010. 1 Oct.).

И, наконец, рассмотрим события на Манежной площади. По мнению Ю. Йоффе, автора публикации «Беспорядки на почве расизма», *«причины событий следует искать в наследии СССР: “колоссальная многонациональная империя одновременно подчеркивала и замалчивала этнические различия, без особых дискуссий”.* Молодые российские мужчины, служившие в армии на Кавказе, после демобилизации часто становятся сотрудниками правоохранительных органов. Им полагается защищать людей, которые похожи на тех, с кем они только что воевали, — замечает автор. — *Возможно, это объясняет, почему многие российские блюстители порядка сочувствуют мятежникам»* (The New Yorker. 2010. 10 Dec.). В свою очередь, Ч. Кловер, корреспондент «Financial Times», говорит о том, что *«в России самые многочисленные и буйные организации скинхедов в Европе, и правоохранительные органы, опасаясь их силы, стараются приручить этих экстремистов, покровительствуют им и даже поддерживают их финансово»* (Financial Times. 2010. 18 Dec.).

Таким образом, можно заключить, что зарубежные корреспонденты оценивают сложившуюся в России ситуацию, исходя из анализа исторического контекста, а также дают прогноз на будущее, ссылаясь при этом на мнение отечественных экспертов и собственные наблюдения. Тем не менее «западный» взгляд на отечественные проблемы дает о себе знать в виде разного рода комментариев

и заключений. Зачастую это проявляется в озвучивании неких стереотипов, кажущихся актуальными и по сей день. Например, когда автор публикации «Отрешение мэра не разрешает вопрос о том, кто правит Россией» («The New York Times») рассуждает о том, кто реально управляет страной — Медведев или Путин, здесь можно говорить об озвучивании популярного в стране и за ее пределами стереотипа о наличии скрытого лидера (Путина) и формального президента (Медведева). Однако было бы неверным утверждать, что в материалах зарубежных корреспондентов однозначно представлена «проамериканская» точка зрения. Скорее всего, это своеобразный синтез отечественной аналитики и личной оценки события.

---

1. *Hess S., Kalb M.* The media and the war on terrorism. Washington, 2003 (пер. Е. С. Голоусовой).

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 328 + 342.53 + 81'373

**Е. В. Каблуков**

### **СПЕЦИФИКА РЕДАКТИРОВАНИЯ ЗАКОНОПРОЕКТОВ В ПАРЛАМЕНТСКОМ ДИСКУРСЕ**

На материале стенограмм пленарных заседаний Госдумы РФ показана специфика редактирования законопроектов в современном российском парламентском дискурсе. Выявлено, что специфической формой взаимодействия депутатов (редакторов) с текстом законопроекта в рамках его публичного рассмотрения является санкционирование изменений данного текста. Впервые осуществлено типологическое описание редакторской деятельности в парламентском дискурсе по трем критериям — объекту редактирования, качеству вносимых изменений и информативности процесса редактирования.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** редактирование, литературное редактирование, парламентский дискурс, вторичный текст.

Проблемы редактирования текстов достаточно активно изучаются филологами. Кроме работ по общим вопросам литературного редактирования [см., например, 3], существуют пособия по правке текстов определенного дискурса. Пожалуй, большая часть таких учебников посвящена редактированию журналистских материалов [1, 10, 13 и др.], встречаются также пособия по редактированию рекламных [4], деловых [14] и научных текстов [7]. Однако есть еще

---

КАБЛУКОВ Евгений Викторович — кандидат филологических наук, ассистент кафедры русского языка и стилистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: [kablukov.usu@gmail.com](mailto:kablukov.usu@gmail.com)).

© Каблуков Е. В., 2011

одна — весьма специфическая — разновидность редакторской деятельности, о которой и пойдет речь в настоящей работе.

Итак, мы рассмотрим, как происходит публичное редактирование законопроектов в современном российском русскоязычном парламентском дискурсе [подробнее о парламентском дискурсе см.: 5, 6, 8, 15, 16]. Материалом исследования послужили стенограммы пленарных заседаний Государственной думы Российской Федерации (далее — ГД) за 2009 г. (источник — официальный сайт ГД: <http://www.duma.gov.ru>).

Вероятно, каждый хотя бы раз наблюдал за тем, как депутаты рассматривают законопроекты. Именно в рамках пленарных заседаний происходят наиболее жаркие дебаты по поводу плюсов и минусов законопроекта, по поводу того, каким образом можно его улучшить. Текст законопроекта в таком случае выступает в качестве первичного, а в процессе его рассмотрения образуется *вторичный текст* — текст рассмотрения; в роли *вторых авторов* выступают депутаты и другие участники заседания [11, 81]<sup>1</sup>.

Л. М. Майданова и С. О. Калганова отмечают, что такой вторичный текст, как рецензия, появляется, «когда произведение искусства или научный труд начинают выступать как предмет интерпретации, а автор излагает свое понимание и переживание этого предмета» [12, 104–105]. Наш материал показывает, что рассмотрение законопроекта также предполагает его рецензирование. Депутаты интерпретируют первичный текст, представляют его посредством цитирования и пересказа в своих выступлениях. Однако в нашем случае вторые авторы еще и выступают в роли редакторов: они способны изменять первичный текст, а также менять статус последнего (отклонять или принимать). Рассмотрение законопроекта (и коммуникативное событие, и соответствующий ему текст) в таком случае является инструментом редактирования законопроекта как первичного текста.

Следует отметить, что в роли редакторов на пленарном заседании выступают не все коммуниканты, участвующие в рассмотрении, а исключительно депутаты, так как лишь они обладают правом принимать парламентские решения. При этом процесс редактирования является публичным и коллективным: количество редакторов может достигать нескольких сотен человек.

Большая советская энциклопедия (к которой теперь не принято обращаться в силу ее идеологизированности, но нас как раз интересует связь редактирования с идеологией, которая играет важную роль в парламентском дискурсе) определяет редактора как «лицо, исправляющее, обрабатывающее какой-либо текст и приводящее его в соответствие с правилами литературного слога, стиля, с назначением, характером и политической направленностью данного печатного издания» [2, 238]. Из этого определения мы видим, что редактирование — это не только хорошо всем знакомая литературная обработка текста —

---

<sup>1</sup> Сразу оговоримся: таким же вторичным текстом является текст рассмотрения любого другого документа, например, постановления или заявления ГД, однако мы анализируем именно текст рассмотрения законопроекта, который является наиболее значимым, так как непосредственно связан с реализацией интенции парламентского дискурса — принятием законодательных актов.

так называемое литературное редактирование, т. е. «поиск наиболее точного словесного выражения формулировок, определенных идей, конкретных суждений или понятий, а также аргументов, четко и убедительно доказывающих выдвигаемые автором положения» [9, 4], но и, скажем так, концептуальное редактирование, т. е. исправление концепции, идеологической направленности текста, в том числе такого, который не имеет каких-либо ошибок или стилистических погрешностей и, следовательно, не нуждается в литературной обработке. Подобного деления мы не найдем в работах по литературному редактированию журналистских текстов в связи с тем, что редактор всегда стремится сохранить авторскую концепцию [10, 13], если же последняя не ясна, текст считается нередактируемым [Там же, 182]. Впрочем, так этот процесс представлен в учебниках, на практике он может выглядеть совсем по-иному (сеем предположить, что некоторые редакторы и сейчас правят журналистские материалы в соответствии с политической ориентацией данного СМИ).

Итак, редактирование в парламентском дискурсе может быть двух типов — **концептуальным** и **литературным**. Первое детерминировано политическими взглядами редакторов, второе — требованиями языка и стиля. Отсюда и специфическое понимание нередактируемого текста. Для участника рассмотрения законопроекта нередактируемый текст — это не только текст «неясный, бессодержательный, бездоказательный», который проще переписать заново, чем исправлять [Там же], но и текст, концепция которого противоречит политическим взглядам редактора. Очевидно, что тексты первого типа (литературно не редактируемые) вряд ли доходят до рассмотрения на пленарных заседаниях ГД. А вот тексты второго типа (концептуально не редактируемые с точки зрения того или иного второго автора) встречаются часто. Так, 11 февраля 2009 г. Дума рассматривала проект ФЗ «О рентных платежах за пользование отдельными видами природных ресурсов», докладчиком по которому выступал депутат от «Справедливой России» В. К. Гартунг. Позицию ответственного комитета озвучил Г. В. Кулик:

Мы уже второй раз рассматриваем и будем третий раз рассматривать законопроект, который, так сказать, пытается уловить ренту и каким-то образом использовать ее отдельно от тех средств, которые поступают или могут поступать в бюджет. <...> Это попытка посчитать издержки по каждому участку, где ведется добыча полезных ископаемых, определить какую-то цену реализации, в данном случае для участка предлагается цена реализации международная на бирже, что сделать практически невозможно, из трубы, только из трубы, где все перемешано, мы можем определить эту цену, одним словом, не технически и, самое главное, повторно, вдобавок к тому налогу на прибыль, который действует. <...> Ну, еще одна сторона вопроса. Комитет не может сегодня поддержать предложение, которое целиком меняет порядок формирования бюджета, не соответствует принятому Бюджетному кодексу. Мы отказались уже давно от меченых доходов, правильно или неправильно мы поступили, но, скажем, от некоторых важных моментов мы отказались. <...> Поэтому в этом смысле тоже мы не можем поддержать те предложения, которые есть в данном законопроекте. Комитет не поддерживает законопроект. Заключение правительства отрицательное. И честно могу вам сказать: практически его реализовать, поверьте мне, невозможно.

В результате долгих дебатов депутаты поддержали позицию комитета и проголосовали против предложенного законопроекта, посчитав его концептуально неверным, а значит, неотредактируемым.

Если же большинство депутатов сочтут текст законопроекта редактируемым (и концептуально, и литературно), то он будет принят в первом чтении. На этом этапе депутаты как раз одобряют концепцию законопроекта. Все прочие «мелочи» можно подправить на более поздних этапах работы. Но уже в первом чтении мы находим предложения по редакторской правке законопроекта. Часто они сформулированы в выступлениях представителей фракций:

В. И. Илюхин, КПРФ: Теперь конкретно о законопроекте. Мы его поддержим, несмотря на то, что мы считаем, что в нем есть определенные противоречивые моменты, есть недосказанность, тем не менее это еще один шаг, который действительно дополнит или как-то усилит объективность судебных решений и независимость судов. Я выскажу по двум-трем моментам наши претензии. <...> Мне кажется, нужны дополнительные гарантии от вмешательства руководителей — председателей верховных судов — в деятельность вот этих вновь создаваемых судов, Дисциплинарного судебного присутствия. <...> Я подчеркиваю, в целом мы поддержим, определенные поправки мы внесем ко второму чтению, и на заседании комитета их еще раз надо внимательно рассмотреть. Спасибо (11.09.2009).

И. А. Яровая, «Единая Россия»: Мы будем настаивать на том, чтобы во втором чтении все-таки появились очень важные нормы, а именно чтобы у правительства появилось право на ограничение торговых наценок по определенным товарам и в определенных ситуациях, — это право должно быть зафиксировано. Еще один важный момент — это момент перехода права собственности, когда распределяются предпринимательские риски между сторонами (11.09.2009).

### **Санкционирование изменений законопроекта**

На пленарном заседании вторые авторы принимают или отвергают предложенные варианты правки, тем самым санкционируя соответствующие изменения. Это происходит при рассмотрении законопроекта во втором чтении. Процесс изменения текста законопроекта в физическом смысле осуществляется за пределами зала заседаний. Более того, действия, связанные с переписыванием первичного текста, очевидно, совершаются не депутатами и прочими участниками заседания, а совсем другими людьми — техническими сотрудниками ответственного комитета.

Таким образом, санкционирование изменений законопроекта на пленарном заседании является необходимым этапом редактирования первичного текста, но процесс редактирования не ограничивается публичным рассмотрением проекта. Он осуществляется не только на пленарном заседании, но и за его пределами и включает следующие основные этапы:

1) *редакторское чтение* [10, 12–13, 178–181], которое может происходить как на пленарном заседании, так и за его пределами, хотя этот этап может быть пропущен любым из депутатов-редакторов по его желанию;

2) официальное инициирование изменения первичного текста (подготовка поправок и их представление в ответственный комитет либо иной способ, предусмотренный существующими правилами);



3) санкционирование изменения первичного текста;

4) физическое изменение первичного текста, т. е. подготовка его нового варианта, учитывающего все санкционированные изменения (собственно переписывание текста).

Отметим, что перечисленные действия могут повторяться и совершаться в различной последовательности. Но один из этих этапов — санкционирование изменений — осуществляется только при рассмотрении законопроекта на пленарном заседании. Для редакторского чтения необходимо значительное время (объем законопроекта, как правило, достаточно велик), поэтому депутаты — в идеале — знакомятся с первичным текстом до его рассмотрения, при этом процесс редакторского чтения может продолжаться и при рассмотрении проекта. Вносить поправки непосредственно при рассмотрении законопроекта нельзя (хотя бывают и некоторые исключения), поэтому данный этап не связан с рассматриваемым вторичным текстом. Четвертый этап также выходит за пределы рассмотрения законопроекта, о чем было сказано выше. Таким образом, специфической деятельностью вторых авторов, направленной на редактирование первичного текста и осуществляемой исключительно на пленарном заседании, является санкционирование изменения законопроекта. Обнаруживается и специфический способ взаимодействия двух текстов — это санкционирование текстом рассмотрения изменений в тексте законопроекта.

Итак, в настоящей работе, говоря об изменении первичного текста парламентариями, мы будем иметь в виду именно санкционирование соответствующих изменений первичного текста.

### **Информативность редактирования законопроекта**

Редактирование законопроекта на пленарном заседании может осуществляться с привлечением информации о содержании вносимой правки или без привлечения такой информации. В зависимости от этого можно выделить информативное и неинформативное редактирование.

**1. Неинформативное редактирование** первичного текста приводит к тому, что в официальном тексте рассмотрения законопроекта, зафиксированного стенограммой, отсутствует информация о содержании поправки.

*Ф. И. Г а й н у л л и н а:* Уважаемый Олег Викторович, уважаемые коллеги! Комитетом по труду и социальной политике обозначенный законопроект подготовлен ко второму чтению. Он предполагает установить обязанность нотариусов, занимающихся частной практикой, регистрироваться в органах Пенсионного фонда и медицинского страхования не со дня получения права на этот вид деятельности, как было, а не позднее тридцати дней со дня назначения на должность. Прошу в установленном порядке рассмотреть таблицу поправок, рекомендованных комитетом к принятию, и принять законопроект во втором чтении. Спасибо.

*П р е д с е д а т е л ь с т в у ю щ и й:* Уважаемые депутаты, шесть поправок, рекомендованных к принятию. Будем обсуждать какую-либо из них? Нет. Ставлю на голосование таблицу 1. Включите режим голосования. Покажите результаты голосования. Принимается таблица (11.06.2009).

Этот фрагмент демонстрирует процесс редактирования законопроекта «О внесении изменений в статьи 2 и 91 Закона Российской Федерации “О медицинском страховании граждан в Российской Федерации” и статью 11 Федерального закона “Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации”». Поправки, разработанные и внесенные за рамками данного заседания, не озвучены, т. е. информация об их содержании в тексте рассмотрения не представлена, хотя содержание самого законопроекта коротко раскрыто докладчиком, представляющим ответственный комитет. Таблица поправок, в которой содержится текст всех предлагаемых изменений, имеется у каждого депутата, потому ссылки на нее достаточно для того, чтобы все заинтересованные участники заседания поняли, о каких поправках идет речь, и при необходимости могли с ними ознакомиться.

Обратим внимание на два важных элемента рассмотрения поправок: рекомендацию ответственного комитета и вопрос председательствующего о наличии замечаний. Первый оказывает значительное влияние на исход голосования. Впрочем, это объясняется не столько влиянием комитетов, сколько влиянием фракции «Единая Россия», имеющей большинство в ГД и контролирующей все комитеты нижней палаты. Позиция комитета в результате, как правило, совпадает с позицией данной фракции. Именно по этой причине рекомендации комитетов обычно находят поддержку большинства депутатов ГД. Второй важный элемент — вопрос о наличии замечаний, от ответа на который зависит продолжительность рассмотрения поправок, а значит, и всего законопроекта. В данном случае он объясняет лаконичность процедуры: если мнение всех депутатов совпадает с мнением комитета (нет замечаний), то обсуждения поправок не происходит. Если кто-либо из парламентариев не согласен с рекомендацией комитета, начинается рассмотрение спорной поправки с участием заинтересованных сторон, по своей структуре сходное с обсуждением законопроекта в целом.

Отметим, что сразу же после принятия данной таблицы поправок депутаты проголосовали за рассматриваемый законопроект во втором чтении.

**2. Информативное редактирование** законопроекта. Информация о содержании поправки в этом случае присутствует во вторичном тексте. В результате выделяются специфические сигналы, раскрывающие характер правки — ее способ, объем и глубину.

Под способом правки в данном случае понимаются действия, которые совершаются с первичным текстом в соответствии с данной поправкой. Поправка может предусматривать следующие способы правки: включение в текст дополнительного элемента (фрагмента); исключение из текста существующего элемента; замену существующего элемента новым элементом.

Сигналы объема правки свидетельствуют о количественных изменениях первичного текста, предусмотренных данной поправкой. Их степень также варьируется: поправка может предусматривать изменение слова или нескольких слов, предложения или нескольких предложений в тексте рассматриваемого законопроекта.

Как уже было сказано, существуют также сигналы глубины правки. Они свидетельствуют о качественных изменениях первичного текста, предусмотренных

данной поправкой. Они могут быть концептуальными, если корректируется смысловая структура текста (концепция законопроекта, его нормы), и формальными, если производится литературная правка, т. е. меняется лишь словесное оформление содержания (устраняются ошибки, двусмысленности и пр.). И те и другие изменения, безусловно, варьируются по степени: могут быть более и менее существенными, однако выстроить четкую градацию здесь представляется весьма затруднительным.

Рассмотрим несколько примеров информативного редактирования законопроекта:

А. П. Москалец: Рассматриваемым законопроектом предлагается упразднить три малосоставных районных суда Удмуртской Республики и создать суды с большим составом судей. После его принятия во втором чтении на законопроект поступило одно замечание правительства, в связи с чем мы вам раздали сегодня исправленный текст, где перед словосочетанием «федерального бюджета» включено слово «средств». Правовое управление замечаний к тексту законопроекта не имеет. В связи с этим Комитет по конституционному законодательству и государственному строительству рекомендует Государственной думе принять законопроект в третьем чтении. Спасибо.

Председательствующий: Спасибо. Нет замечаний? Нет. Выносятся на «час голосования» <...> По пункту 4 нет желающих по мотивам выступить. Ставится на голосование в третьем чтении проект Федерального закона «Об упразднении некоторых районных судов Удмуртской Республики». Кто за? Прошу голосовать. Включите режим голосования. Покажите результаты голосования. Принято (11.06.2009).

Этот пример интересен по нескольким причинам. Во-первых, законопроект редактируется в третьем чтении, причем никакого формального внесения поправок не происходит (для этого пришлось бы вернуть законопроект во второе чтение, принять соответствующую поправку и лишь затем рассмотреть отредактированный текст в третьем чтении). Депутатам просто раздали отредактированный текст и предложили принять законопроект в последнем чтении, тем самым санкционировав уже осуществленную правку (можно сказать, что это своеобразное ретроспективное санкционирование). Как мы видим, это и произошло. Второй интересный момент: в коротком докладе депутата Москальца раскрывается не только содержание законопроекта, но и содержание внесенной правки. Здесь присутствуют все описанные нами сигналы. Разберем их. Способ правки — включение элемента в первичный текст. Объем правки — одно слово. Глубина правки может быть определена как незначительная, так как происходит уточнение юридико-технического характера (формальные изменения). Очевидно, с помощью слова *средств* конкретизируется фраза типа *из федерального бюджета* или *за счет федерального бюджета*. Для текста другого стиля такая правка была бы излишней, однако текст закона должен соответствовать чрезвычайно жестким требованиям функционального стиля, что и обусловило необходимость корректировки рассматриваемого первичного текста. В связи с этим депутаты осуществили литературное редактирование законопроекта.

Однако столь подробная техническая информация (какое слово куда следует добавить), свойственная обычной редакторской работе, на пленарном

заседании озвучивается редко. Обычно внимание уделяется проблемам содержания правки.

М. Х. М а н а р о в: Уважаемый Борис Вячеславович, уважаемые коллеги! Комитет по обороне представляет во втором чтении проект Федерального закона «О внесении изменений в статьи 10 и 35 Федерального закона “О воинской обязанности и военной службе”». Законопроект принят в первом чтении 11 марта сего года. Напомню: законопроект уточняет категории лиц, на которых возлагается обязанность явиться в военкомат для постановки на воинский учет. Вашему вниманию предлагается таблица, в которой содержится только одна поправка юридико-технического характера, рекомендуемая комитетом к принятию. Данной поправкой уточняется перечень источников официального опубликования, а также пунктуация законопроекта. Правовое управление аппарата Госдумы замечаний не имеет. С учетом изложенного Комитет по обороне предлагает утвердить таблицу и принять указанный законопроект во втором чтении. Просим поддержать.

П р е с и д е н т с т в у ю щ и й: Спасибо. Есть необходимость обсуждать эту единственную поправку? Нет. Ставится на голосование таблица, в которой содержится только одна поправка, рекомендованная к принятию. Кто за? Прошу голосовать. Включите режим голосования. Покажите результаты голосования. Принято (10.04.2009).

Как видим, в данном фрагменте текст поправки дословно не цитируется, однако имеются наиболее важные сигналы — о глубине предлагаемой правки: во-первых, сам докладчик характеризует поправку как *юридико-техническую*; во-вторых, он коротко раскрывает содержание поправки (*уточняется перечень источников официального опубликования, а также пунктуация законопроекта*). Таким образом, палата голосует за осуществление формальной и, возможно, незначительной концептуальной правки рассматриваемого законопроекта. Впрочем, так бывает не всегда. Некоторые поправки предполагают серьезное изменение первичного текста.

А. Е. Л о к о т ь: Мы не голосовали за этот законопроект именно из-за этой нормы — о ротации в партии, о ротации руководителей партии. Именно поэтому мы предлагаем сегодня изъять вот эту норму из данного законопроекта. Сам законопроект на самом деле симпатичный и действительно способствует демократизации, но вот эта норма как раз никакой демократизации не способствует. Какая же это демократизация, когда на партии накладываются дополнительные какие-то требования, ограничения? <...> Мы предлагаем проголосовать за данную поправку, и тогда закон в целом примет тот законченный вид, о котором и говорил Президент Российской Федерации (10.04.2009).

Это фрагмент из рассмотрения во втором чтении проекта ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О политических партиях” в связи с поэтапным снижением минимальной численности членов политических партий». После выступления докладчика, члена Комитета по делам общественных объединений и религиозных организаций, представителя «Единой России» А. Ю. Воробьева, председательствующий предоставляет слово депутату от КПРФ А. Е. Локотю, который и озвучивает поправку в обсуждаемый законопроект. Предложение оппозиционера является концептуальным: предлагается отказаться от ротации руководителей партий, т. е. исключить из первичного текста одну из норм. Из этого можно сделать вывод и о способе редактирования — это удаление

фрагмента текста, и об объеме — фрагмент может включать несколько предложений или даже несколько абзацев.

Отметим, что данная поправка не была внесена в ответственный комитет, как это обычно бывает, — ее текст попросту распространили в зале заседаний. В результате после небольшого обсуждения поправку отклонили.

### **Редактирование действующего документа**

Внимательный читатель, должно быть, заметил, что в качестве примеров часто приводятся фрагменты рассмотрений законопроектов, предусматривающих внесение изменений в действующие законодательные акты. До сих пор мы рассматривали, как редактируются эти законопроекты, называя их первичными текстами. Однако специфика таких законопроектов заключается в том, что они — в случае принятия и вступления в законную силу — обеспечивают изменение другого текста — текста действующего закона. Изменяемый закон является предметом таких законопроектов, следовательно, они могут быть рассмотрены по отношению к нему как вторичные тексты. Причем эти вторичные тексты также являются инструментом редактирования текстов первичных:

*Председательствующий:* Вопрос 3. О проекте Федерального закона «О внесении изменения в статью 10 Закона Российской Федерации “О милиции”». Доклад заместителя председателя Комитета по безопасности Геннадия Владимировича Гудкова. Включите микрофон.

*Г. В. Гудков:* Уважаемые коллеги, мы с вами в двух чтениях приняли законопроект, который вносит изменение в статью 10 Закона «О милиции» — устанавливает порядок проверки подразделений ведомственной охраны. К третьему чтению правительство предоставило нам проект постановления, который является по большому счету основным документом. Он вызывал некие разногласия, но сейчас они устранены, никаких проблем нет. Комитет Государственной думы по безопасности рекомендует поддержать этот законопроект в третьем чтении. Спасибо. <...>

*Председательствующий:* Ставится на голосование в третьем чтении проект Федерального закона «О внесении изменения в статью 10 Закона Российской Федерации “О милиции”». Кто за? Прошу голосовать. Включите режим голосования. Покажите результаты голосования. Принято (06.11.2009).

Из этого примера мы видим, как ГД приняла в заключительном третьем чтении названный законопроект, который является вторичным текстом по отношению к действующему ФЗ «О милиции». Мы не можем сказать, что данный закон (первичный текст) изменился моментально и автоматически, когда ГД приняла законопроект о внесении изменений. Нет, это лишь один из этапов санкционирования изменений данного первичного текста. Но именно ГД определила, какие изменения будут внесены. Теперь, если законопроект, принятый депутатами, вступит в силу, первичный текст закона будет отредактирован именно так, как решили депутаты ГД. Прочие участники принятия закона (члены Совета Федерации и Президент) не смогут внести никакой правки, а будут лишь соглашаться или не соглашаться с предлагаемыми изменениями в целом.

Подведем итог. Проведенное исследование показало, что специфической формой взаимодействия депутатов (которые выступают в роли редакторов) с текстом законопроекта в рамках его публичного рассмотрения на пленарном заседании ГД является санкционирование изменений данного первичного текста. Санкционирование изменений — один из этапов редакторской деятельности, который, в отличие от прочих ее этапов, осуществляется исключительно на пленарном заседании. Мы произвели типологическое описание редакторской деятельности по трем критериям — объекту редактирования, качеству вносимых изменений и информативности процесса редактирования.

**1. По объекту редактирования** можно выделить:

1) редактирование проекта документа (законопроекта, редактируемого посредством внесения поправок);

2) редактирование действующего документа (закона, редактируемого посредством принятия законопроекта).

**2. По качеству вносимых изменений** редактирование законопроекта может быть двух типов:

1) концептуальным;

2) литературным.

**3. По критерию информативности:**

1) информативным (при таком редактировании во вторичном тексте представлены сигналы, дающие представления о способе, объеме и глубине правки);

2) неинформативным.

Представляется, что разработанные подходы могут быть применены для исследования редакторской деятельности в других дискурсах, в том числе в медийном.

---

1. Беззубов А. Н. Введение в литературное редактирование : учеб. пособие для студентов-журналистов. СПб., 1997.

2. Большая советская энциклопедия. М., 1950. Т. 36.

3. Голуб И. Б. Конспект лекций по литературному редактированию. М., 2004.

4. Иншакова Н. Г. Помощник рекламиста, или Редактор рекламных текстов. М., 2005.

5. Каблуков Е. В. «Пленарное заседание Государственной думы»: дискурсивно-текстовой и прагматический аспекты : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2007.

6. Каблуков Е. В., Майданова Л. М. Метаморфозы агональности в современном парламентском дискурсе // Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности. Екатеринбург, 2006.

7. Котюрова М. П., Баженова Е. А. Культура научной речи: текст и его редактирование. М., 2008.

8. Культура парламентской речи. М., 1994.

9. Литературное редактирование / под ред. Н. С. Валгиной. М., 1987.

10. Майданова Л. М. Критика речи и литературное редактирование. Екатеринбург, 2001.

11. Майданова Л. М. Речевая интенция и типология вторичных текстов // Человек — Текст — Культура. Екатеринбург, 1994.

12. Майданова Л. М., Калганова С. О. Практическая стилистика жанров СМИ. Екатеринбург, 2006.

13. *Накорякова К. М.* Редактирование материалов массовой информации. М., 1982.
14. *Рахманин Л. В.* Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов. М., 1988.
15. *Dijk T. A. van.* Knowledge in parliamentary debates [Electronic resource] // Journal of Language and Politics. 2003. № 2. URL: <http://www.discourses.org/OldArticles/Knowledge in parliamentary debates.pdf>
16. *Dijk T. A. van.* Text and context of parliamentary debates [Electronic resource] // Cross-cultural Perspective on Parliamentary Discourse. Amsterdam, 2004. URL: <http://www.discourses.org/OldArticles/Text and context of parliamentary debates.pdf>

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 070.41 + 316.774 + 327

**А. А. Сойнова**

### **СПОСОБЫ ХАРАКТЕРИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ В ЖУРНАЛИСТСКИХ ПРОГРАММАХ НА РАДИО**

Статья посвящена способам характеристики политических субъектов, представленных в журналистских программах на радио как первое или третье лицо, а также обобщенных и собирательных политических субъектов.

**Ключевые слова:** радиожурналистика, текст массмедиа, субъекты политики, характеристика субъекта.

Журналистика в силу своей информационной функции взаимодействует с другими сферами жизни и отражает различных субъектов. Политические субъекты становятся важными персонажами журналистских текстов. В журналистике отражаются политические субъекты-лица. Как отмечает Э. В. Чепкина, часто персонажами журналистских текстов оказываются действующие лица событий, попавших в поле зрения СМИ, люди, традиционно привлекающие общественное внимание [16, 135–136]. Политические субъекты благодаря своим властным полномочиям как раз и составляют значительную часть таких персонажей. Кроме того, в поле зрения журналистики попадает немало обобщенных и собирательных субъектов, которым также приписываются различные характеристики. В журналистике разные политические субъекты могут характеризоваться разными способами, в результате чего представление об этих субъектах может меняться. Данная статья посвящена анализу способов характеристики конкретных политических субъектов и обобщенных и собирательных субъектов в журналистских программах на радио.

Исследователи в области политологии определяют субъект политики как один из базовых элементов политической системы общества и понимают под

---

СОЙНОВА Анна Александровна — ассистент кафедры современного русского языка и стилистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: [Annie.urgu@mail.ru](mailto:Annie.urgu@mail.ru)).

© Сойнова А. А., 2011

этим термином «социальные и национальные общности, организации, учреждения, способные участвовать в политической жизни, принимать политические решения и добиваться их реализации, изменять общественные отношения в соответствии со своими интересами и целями. Субъект политики — носитель активного, целенаправленного и обоснованного действия» [7, 51]. К субъектам политики, с одной стороны, относятся субъекты власти — «носители власти, активная действующая величина в системе власти» [14, 657]. К этой группе субъектов можно отнести политиков, политические партии и организации, государство. С другой стороны, активные действия могут совершать не только носители власти, но и представители различных социальных слоев — субъекты социальной политики, «граждане, социальные группы, социальные общности» [8, 366]. К этой группе можно отнести совокупность граждан (народ), различные слои (например, элита как «понятие, отражающее роль господствующего класса» [2, 657]). Среди перечисленных субъектов можно выделить субъекты-лица (политики) и обобщенные и собирательные субъекты (государство, различные партии и политические организации, власть).

Перечисленные субъекты политики отражаются в текстах СМИ, однако журналистика не нейтральна по отношению к описываемым субъектам. Как отмечает Д. Рэндалл, «журналистика по природе своей субъективна. Она не может не порождать и не выражать взгляды на мир, как не может корова не давать молока», и именно политическая сфера является одной из тех сфер, по отношению к которым максимально проявляется субъективизм [11, 217–219]. Журналисты работают с информацией, а, как справедливо замечает Е. П. Прохоров, «где есть информация, там присутствует управление» [9, 188]. Журналистика является «властно-политическим средством воздействия» [8, 37–38]. Авторы монографии «Дискурсивные практики СМИ» подчеркивают, что в зависимости от политической позиции СМИ могут меняться «характер оценок, способы подачи сведений, методы отбора фактов, языковое оформление материалов» [3, 116]. Иными словами, журналистика может по-разному характеризовать политический субъект.

Характеристика субъекта связана, во-первых, с отбором фрагментов действительности, о которых сообщается в текстах СМИ. По мнению Р. Харриса, в поле внимания СМИ чаще всего попадают важные заявления, живая реакция на политическую речь или событие, грубая ошибка кандидата, встречи кандидата со значительными людьми, все, что касается выборных кампаний [15, 272–273]. Как отмечают Л. М. Майданова и С. И. Соломатов, «СМИ выделяют и представляют аудитории набор фигур, *vip*-персон, олицетворяющих для адресата социальные процессы, порой дающих им свои имена» [6, 409]. При этом СМИ реализуют одну из своих специфических функций, которая в зарубежной литературе получила название «присвоение статуса»: «Средства массовой информации укрепляют и узаконивают статус людей, к которым они проявляют внимание» [19, 135]. Конечно, СМИ присваивают определенный статус и политикам: «Журналисты рассказывают в своих репортажах о действиях и высказываниях тех, кто представляет нацию или общество, таким образом, постоянно напоминая всем о реальности и власти этих людей» [18, 94].



Во-вторых, характеристика субъекта связана с тем, каким образом выделенные фрагменты действительности подаются в журналистском тексте. Журналисты, как подчеркивает Е. И. Шейгал, могут влиять на представление аудитории о политике и ее субъектах: «Поскольку население дистанцировано от правительства и не может непосредственно наблюдать процесс принятия решений, касающихся общественной жизни, журналисты — “рассказчики” о политике и политиках являются своеобразными “агентами влияния”, способствующими формированию общественного мнения» [17, 25]. Не случайно во многих текстах СМИ присутствуют оценочность, комментирование, попытки объяснить действительность.

Описанные явления предполагают наличие различных способов характеристики политических субъектов в журналистских текстах. В ходе данного исследования было проанализировано 96 общественно-политических программ, вышедших на радиостанциях «Радио России» и «Эхо Москвы» в 2008–2010 гг. В ходе исследования было выделено несколько способов характеристики политических субъектов:

1. Политические субъекты могут характеризоваться через фактические данные (причем учитывается информация как о настоящем, так и о прошлом), описание действий субъекта и реакции аудитории, через номинацию, через оценочные слова.

2. Политические субъекты-лица, присутствующие в эфире, могут характеризоваться через диалог (в том числе спор).

3. Обобщенные и собирательные политические субъекты могут характеризоваться через определение.

### Общие способы характеристики политических субъектов

Во-первых, субъект характеризуется через **номинацию**. Если имя собственное, как правило, нейтрально, то вторичные номинации далеко не всегда нейтральны, и именно они выполняют функцию характеристики персонажа и «указывают на те его социальные качества, которые релевантны для вписывания персонажа в смысловой порядок». При этом указание на социальный статус может оказаться важнее самого имени [16, 138]. Кроме того, имя героя «специальными средствами в тексте может выделяться, подчеркиваться, обыгрываться» [5, 187].

Номинации позволяют подчеркнуть то или иное качество политического субъекта. Например, в программе «Реплика Ореха» журналист варьирует номинации героя: «Егор Гайдар», «отец рыночных реформ», «исполняющий обязанности главы правительства в начале 90-х», «директор Института переходной экономики», «он», «Гайдар», «человек» (Эхо Москвы. 2009. 16 дек.). В данном случае автор не просто стремится избежать повторов в речи, а использует номинации для характеристики субъекта. Слова «глава» и «директор» включают сему «власть» и подчеркивают значимость героя. Образная номинация «отец» имеет повышенную тональность.

Во многих анализируемых текстах номинации позволяли журналистам подчеркнуть значимость героя. Причем отсутствие вторичной номинации иногда

тоже определенным образом характеризует субъекта. Например, у известного политика в эфире может быть названо только имя, ведь оно хорошо знакомо аудитории, поэтому нет необходимости специально в каждой программе называть все должности. Так, ведущий программы «Разворот» представляет героя В. Рыжкова так: «У нас в гостях политик Владимир Рыжков» (Разворот// Эхо Москвы. 2009. 24 дек.). Номинация «политик» повторяется в ходе программы несколько раз, а официальная должность так и остается незаглавленной.

Политические лидеры, в том числе президент и премьер-министр, часто упоминаются по фамилии. Их имена настолько хорошо известны, что журналисты и гости программ позволяют себе обыгрывать их фамилии и образовывать от этих фамилий новые слова. Как отмечают авторы книги «Стилистика русского языка», «именно стремление к экспрессии выражения рождает в большом количестве новые слова и их значения в газете» [4, 350]. На наш взгляд, ту же функцию новые слова и словоупотребления могут выполнять и на радио. В ряде случаев встречается ироничное обыгрывание имени. Так, журналист С. Бунтман говорит: «Что в этой конфигурации собственно “медведевское”?.. Еще одна загадка-гадалка: кто из кремлевских **путинист**, а кто — **медведианец**» (Реплика Бунтмана // Радио России. 2009. 7 мая). Автор намеренно нагромождает окказионализмы, стремясь создать комический эффект.

Во-вторых, политические субъекты характеризуются через **описание действий**. Как подчеркивается в монографии Э. В. Чепкиной, «описание персонажа, претендующее на достоверность, осуществляется прежде всего через указание на те или иные его конкретные действия, поступки, особенности поведения» [16, 140].

Описание действий позволяет подчеркнуть активность субъекта. Причем это касается даже такого собирательного субъекта, как власть (власти). Г. Зюганов говорит: «Все равно власти **открывали дорогу** для встреч, проведения мероприятий» (Разворот // Эхо Москвы. 2009. 1 окт.). Журналистка Л. Гулько поясняет: «Совсем недавно наши власти, в частности московские, **предложили компактно расселять мигрантов**» (Там же. 2008. 28 июля). А. Малашенко утверждает в эфире: «Вот к **индифферентности нас приучают те же власти**» (Там же. 2009. 3 дек.).

Важно подчеркнуть, что в качестве действия политического субъекта рассматриваются в том числе и речевые действия [1]. Вот один из типичных примеров. Г. Зюганов говорит в эфире: «Президент **приглашает к диалогу, сам показывает пример, три часа встречается с фракциями, беседует, приглашает показать олимпийские объекты, обращается персонально к каждому. Ко мне **обратился с просьбой поехать в Ярославль и выступить****» (Там же. 1 окт.). Если глаголы «встречаться» и «показывать» обозначают физическое действие, то беседовать, приглашать и обращаться можно только с помощью языка, т. е. в один ряд поставлены речевые и неречевые действия. Так подчеркиваются качества «общительность» и «открытость» президента. Аналогично в программе «Разворот» характеризуется власть: с властью «**надо вести диалог**», «**в диалоге с властью**» (Там же. 21 дек.). Диалог — это речевое взаимодействие, в нем участвуют две стороны, значит, и власть совершает речевое действие.

В-третьих, распространенным способом характеристики является **оценка**. Как показано на примере анализа ряда журналистских текстов в монографии «Дискурсивные практики СМИ», во многих журналистских материалах прослеживается оценка политических персонажей (в частности, в оппозиционных СМИ можно наблюдать ярко выраженную негативную оценочность) [3, 117–124]. В радиопрограммах также присутствует оценочность, ведь зачастую даже если журналист стремится быть нейтральным, сложно ограничить высказывания гостя в прямом эфире. Так, гость программы «От первого лица» Г. Зюганов рассказывает о листовках, выпущенных перед выборами от имени партии КПРФ: *«Якобы от нашего имени — сущий бред: поднимайтесь, дескать, брат на брата, сын на отца... Всякая другая мерзость... Направили запрос в прокуратуру — она не хочет рассматривать. “Единая Россия” влипла там; мы направили запрос в Генеральную прокуратуру. Еще хуже написали — якобы от имени Стародубцева, человека уникального, лучшего агрария страны: он-де обращается к своим землякам не голосовать за КПРФ, не ходить на выборы...»* (От первого лица // Радио России. 2010. 10 марта). В приведенном фрагменте по отношению к представителю той партии, к которой принадлежит сам выступающий, использованы положительно-оценочные слова — «уникальный», «лучший», а по отношению к конкурирующей партии использованы оценочные слова «бред» и «мерзость», частицы «якобы», «дескать», «де», которые выражают оттенок недоверия и имеют сниженную окраску, и разговорно-сниженное слово «влипнуть». Тем самым снижается значение описываемого субъекта. Автор высказывания делит весь мир на две категории: «наши» и «чужие». Чужие оцениваются однозначно отрицательно, свои — однозначно положительно. Обратим внимание, что в приведенном высказывании встретились даже антонимы — «хуже» и «лучший».

Четвертый способ характеристики политических субъектов — характеристика через **фактические данные**. Журналисты могут выражать негативное отношение за счет сопоставления фактов. В одном вопросе ведущего в сжатом виде могут заключаться сразу несколько фактов. Так, В. Роменский спрашивает своего гостя: *«А вы не считаете, что партия сейчас себя несколько дискредитировала? Сначала история с Хованской, потом ваши заявления в поддержку Лужкова, сейчас окончательное исключение из партии Ильи Яшина, который тоже является очень публичной и значимой фигурой?»* (Разворот // Эхо Москвы. 2009. 21 дек.). В этом высказывании упомянуты три факта:

1. Представители партии «Яблоко» подали в суд на своего политического противника на выборах в Московскую городскую думу — политика Г. Хованскую, обвиняя ее в злоупотреблении служебными полномочиями. В результате Хованскую сняли с выборов. В СМИ появилось много негативных откликов по этому поводу, многие люди назвали этот иск подлостью.

2. Член партии С. Митрохин сначала негативно отзывался о мэре Москвы Ю. Лужкове, а потом открыто его поддержал, что свидетельствует о легкости смены позиций.

3. И. Яшин, один из лидеров молодежного движения партии, был исключен из партии за агитацию другой политической организации, история также получила большую огласку.

Все эти ситуации активно обсуждались в эфире радиостанции «Эхо Москвы» (и других СМИ), поэтому на тот момент достаточно было их только упомянуть. Все факты характеризуют партию «Яблоко» негативно, свидетельствуют о нечеткости позиции этой организации и ее представителей.

Отдельно нужно сказать о характеристике политических субъектов через **историческое прошлое**. Многие реалии исторического прошлого нагружены оценочными смыслами, поэтому являются одним из распространенных способов характеристики политического субъекта. Ряд советских феноменов попадает в новый контекст: вновь в журналистских произведениях упоминаются комсомол, партком, КПСС [13, 415].

Традиционным является сравнение существующей партии власти с партией КПСС: «*Что такое сейчас “Единая Россия” на местах? Это по сути вот выхолощенный КПСС. Еще хуже*» (В круге света// Эхо Москвы. 2008. 22 янв.). За счет этого сравнения автор высказывания молодой политик А. Радов приписывает негативную характеристику современному политическому субъекту, что подчеркивается оценочными словами «выхолощенный», «хуже».

В некоторых случаях характеристика, приписываемая субъекту за счет упоминания исторического прошлого, уводится в подтекст:

М. Маргелов: Некоторую нецивилизованность, может быть, мы видим уже не первый год в теме газ — Украина — Россия. Разводы не всегда бывают тихими и спокойными. Иногда и горшки бьют.

А. Венедиктов: А соседи сбегаются разнимать.

М. Маргелов: И соседи сбегаются разнимать, и родственники иногда включаются. По-разному бывает — парткомов-то сейчас нету (Безвластие // Эхо Москвы. 2009. 9 янв.).

Прямой оценки в данном фрагменте нет, авторы разворачивают метафору «драки» и неожиданно упоминают советский субъект — партком. Из текста можно предположить, что этот субъект мог бы сыграть роль «цивилизатора», а значит, он наделяется позитивным качеством. Россия, о позиции которой идет речь в программе, в этой ситуации оказывается участником «драки», т. е. ведет себя нецивилизованно.

Наконец, последний выделенный нами общий способ характеристики политических субъектов — характеристика через **мнение аудитории**. Реакция аудитории в печатных материалах СМИ может быть средством характеристики политического субъекта [3, 125]. В радиопрограммах возможностей для выражения мнения аудитории значительно больше, ведь здесь может звучать прямая речь представителей аудитории. Так, журналист в программе о молодых политиках зачитывает сообщения людей: «*Молодые овцы хотят контролировать старых волков. Наивно*»; «*Я из провинции, в 29 лет был назначен директором школы. 900 детей и 80 учителей. А у вас в передаче дети. Смешно и страшно*» (В круге света // Эхо Москвы. 2008. 22 янв.). Слова «овцы» и «волки» употреблены переносно, сочетание отсылает к пьесе А. Н. Островского. Под «волками» автор высказывания, судя по всему, подразумевает опытных политиков, а под «овцами» — молодых политиков. В высказывании намеренно актуализируется значение слова «молодой» — «слишком неопытный» за счет

использования слова «наивно». Второе сообщение усиливает этот смысл за счет переносного употребления слова «дети» по отношению к молодым людям и оценочных слов «смешно», «страшно».

### Характеристики политических субъектов, присутствующих в эфире

Отличие радиопрограмм от печатных журналистских материалов состоит в том, что субъект может быть представлен в эфире лично. Особенно интересными являются случаи, когда политик выступает в прямом эфире и получает возможность характеризовать свои взгляды и взгляды других политических субъектов.

Политический субъект существует не изолированно, он взаимодействует с другими субъектами. Как отмечается в монографии «Дискурсивные практики СМИ», «полнота анализа конкретного персонажа невозможна без описания других персонажей, с которыми объект исследования объединяется или которым он противопоставляется по каким-либо основаниям» [3, 139]. Особенно ярко такое взаимодействие прослеживается, когда политики с противоположными позициями оказываются в эфире одновременно. В этих случаях практически неизбежно развивается спор. Журналист в этих условиях также может занимать разные позиции, что в свою очередь сказывается на структуре обсуждения в целом [12].

Яркий пример подобного обсуждения — программа «В круге света» о молодых политиках. Журналист подогрывает спор гостей:

А. Р а д о в: Я хочу напомнить, то, что касается, ну, нападения на оппозицию. Например, вспомним опять же, когда создавалась «Молодая гвардия», все писали: вот эти мальчики, сейчас они выйдут на улицу, вот мы им покажем сейчас, типа в крови, в унитазах, где угодно утопим, в презервативах и т. д.

С. С о р о к и н а: **Ну, утопишь** вас. Вы тогда выходили на площади и вас охраняли со страшной силой.

А. Р а д о в: Когда это было?

С. С о р о к и н а: Да всегда вас охраняли.

А. Р а д о в: **Нет, неправда.**

С. С о р о к и н а: Все выступления, там от «Наших», «Молодой гвардии», «Местных» и т. д.

И. Я ш и н: В то время, как «Несогласных» били дубинками.

С. С о р о к и н а: А вот «Несогласных», правда, били, это мы видели. А как вас гнобили, мы не видели (В круге света // Эхо Москвы. 2008. 22 янв.).

Радов пытается представить свою организацию жертвой, а журналист спорит с ним, используя ироничную конструкцию «ну, утопишь», выражающую сомнение в его правоте. К спору присоединяется И. Яшин, с ним журналист выражает согласие («правда»). Участники спора перебивают друг друга (некоторые предложения не закончены), что свидетельствует о довольно большой эмоциональности спора. Подобное построение обсуждения приводит к тому, что программа становится эмоционально насыщенной и разнообразной.

### Характеристики обобщенных и собирательных субъектов

Для характеристики таких неличных субъектов, как партии, власть, государство, используется специфический способ — характеристика через определение. В анализируемых радиопрограммах встретилось несколько случаев, в которых давалось определение обобщенных политических субъектов. В каждом случае либо определение не совпадало с общепринятым, либо в нем делался акцент на каком-то отдельном моменте. Так, гость программы «Разворот» С. Митрохин говорит: «*Партия — это добровольное объединение людей*» (Эхо Москвы. 2009. 21 дек.). Автор выделяет в этом определении слово «добровольное», хотя в основном значении слова «партия» этой семы нет. Слово «добровольный» имеет положительную окраску, что, судя по всему, имеет важное значение для автора высказывания. В. Жириновский подчеркивает: «*ЛДПР — оппозиционная партия, и нам приходится делать больший акцент на проблемах и упущениях*» (От первого лица // Радио России. 2009. 25 сент.). Частый гость многих программ, В. Жириновский хорошо известен аудитории своими критическими высказываниями в адрес партии власти, и, подчеркивая слово «оппозиционная», он стремится объяснить свое поведение через положение партии.

Таким образом, использование различных способов характеристики личных и неличных политических субъектов позволяет корректировать представление о них.

1. Глухова А. В. Речь как политическое действие: функциональный аспект // Эссе о социальной власти языка. Воронеж, 2001.
2. Даниленко В. И. Современный политологический словарь. М., 2000.
3. Дискурсивные практики СМИ. Екатеринбург, 2009.
4. Кожина М. Н., Дускаева Л. Р., Салимовский В. А. Стилистика русского языка, М., 2008.
5. Майданова Л. М. Средства выразительного письма. Екатеринбург, 2009.
6. Майданова Л. М., Соломатов С. И. Практика присвоения статуса: Анатолий Чубайс в зеркале газетных текстов // Культурные практики толерантности в речевой коммуникации. Екатеринбург, 2004.
7. Политология. М., 2001.
8. Прозоров В. В. Власть и свобода журналистики. М., 2005.
9. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 2007.
10. Ракитский Б. В. Субъекты социальной политики // Волгин Н. А. Социальная политика : энциклопедия. М., 2006.
11. Рэндалл Д. Универсальный журналист. М., 1996.
12. Сойнова А. А. Обсуждение политических проблем в диалогических радиопрограммах // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2009. № 4 (68). С. 79–85.
13. Сойнова А. А. Советские феномены в современном медиатексте: интерпретация и оценка // Речеведение: современное состояние и перспективы. Пермь, 2010.
14. Халитов В. Ф. Энциклопедия власти. М., 2005.
15. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб., 2002.
16. Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды. Екатеринбург, 2000.

17. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М., 2004.
18. Gans H. J. Some of functions journalists // State of the Art. N. Y., 1992.
19. Katz E., Dayan D. Contests, conquests, coronations: On media events and their heroes // Changing conceptions of leadership. N. Y., 1986.

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 070:327 + 070:323 + 81'42 + 81'38 + 070.431.6:328

**О. И. Асташова**

**«ДНЕВНИК ГУБЕРНАТОРА» С Н. Ю. БЕЛЫХ:  
ОПЫТ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТИРОВАНИЯ  
РЕГИОНАЛЬНОГО ПОЛИТИКА**

В статье представлен опыт речевого портретирования губернатора Н. Ю. Белых. Исследованы лингвоидеологические характеристики речи регионального политика с учетом особенностей передачи «Дневник губернатора» на «Эхо Москвы».

**Ключевые слова:** речевой портрет, языковые особенности, региональный политик, политический дискурс.

Реформирование экономики и демократические преобразования способствовали активизации политической жизни в России, стимулировали активное переустройство политического дискурса, что сказалось на многообразии подходов к изучению языка власти. Исследования политической речи в современной лингвистике имеют несколько направлений. Можно выделить основные: когнитивное, рассматривающее речь как процесс, состоящий из ментальных единиц [2, 8, 20, 30, 34]; дискурсивное, толкующее политическую коммуникацию прежде всего как коммуникацию, вписанную в социальный контекст [3, 5, 10, 14, 16, 35]; описательное, включающее лингвоидеологический анализ политического языка [4, 12, 23, 27], культурно-речевое исследование политической речи [9, 13], лексико-фразеологический срез языка политики [11, 29], и др. Особое место в рамках последнего направления занимает речевое портретирование политиков.

У истоков создания речевого портрета находится описание фонетических портретов выдающихся деятелей науки, культуры, театра, политики В. М. Пановым, назначение которых он видел в необходимой иллюстрации орфоэпических изменений, происходящих в языке, в потребности обратиться от «фонетических абстракций к человеку» [26, 14]. Дальнейшей разработкой этой идеи, заключающейся в изучении языковых особенностей личности как представителя определенной социальной группы и эпохи, занимались Л. П. Крысин [21], Т. И. Ерофеева [15], Е. А. Земская [17], Т. А. Милехина [24], Т. В. Николаева [25],

---

АСТАШОВА Ольга Игоревна – ассистент кафедры русского языка и стилистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: oliams@rambler.ru).

© Асташова О. И., 2011

В. Д. Черняк [33] и др. Речевые портреты политических лидеров представлены в работах А. Г. Алтуняна [1], И. Т. Вепревой [7], Н. А. Купиной [22], А. П. Романенко [27], Т. В. Романовой [28], Л. Г. Самотик [29], Ю. А. Сорокина [31] и др.

В настоящей статье осуществлен опыт речевого портретирования современного политика в лингвоидеологическом освещении, которое позволяет выявить параметры, «включаемые обычно в языковой паспорт говорящего и конкретизирующие обобщенный облик» политика [6, 88].

Материалом для исследования послужила речь губернатора Кировской области Н. Ю. Белых, личность которого, несмотря на молодой возраст (35 лет), завоевала внимание широкой общественности. Н. Ю. Белых родился в Перми в семье ученых, закончил экономический факультет Пермского государственного университета. Политическую деятельность начал в 1998 г. в качестве участника движения «Новая сила». В 2005 г. был избран председателем партии «Союз правых сил». В сентябре 2008 г. Белых слагает с себя полномочия председателя и выходит из партии, а уже 18 декабря 2008 г. его назначают губернатором Кировской области.

В настоящее время Н. Ю. Белых — один из популярных российских политиков, отличающийся стремлением к максимальной публичности. Губернатор ведет электронный дневник в сети, активно использует все возможные ресурсы для формирования имиджа деятельного политика. Н. Ю. Белых является единственным губернатором, речь которого транслируется в прямом эфире федерального вещания на одном из центральных каналов — радио «Эхо Москвы».

Анализируемая нами передача «Дневник губернатора» на «Эхо Москвы» приобрела немалую популярность в силу своей уникальности. Мы имеем возможность наблюдать за вербальным поведением бывшего лидера оппозиции, который на сегодняшний день является одним из представителей государственной власти. В прямом эфире разворачивается открытый диалог между властью в лице регионального политика и народом.

Опыт речевого портретирования ограничен хронологическими рамками — этапом становления Н. Ю. Белых в качестве губернатора Кировской области. Проанализировано 10 выпусков «Дневника губернатора», начиная с 30 ноября 2009 г. «Дневник губернатора» с Н. Ю. Белых еженедельно выходит в эфир и демонстрирует свойственную современной политической коммуникации «замену монолога на диалог» [19, 152]. Помимо губернатора в разговоре участвуют журналисты, занимающие положение равноправных собеседников. В программе используются принципиально новые технологии организации подобных диалогов благодаря компьютерному обеспечению прямого эфира. Журналисты «Эха Москвы» беседуют с Н. Ю. Белых по скайпу, сеансы обратной связи с аудиторией главным образом проходят через Интернет.

Суть программы «Дневник губернатора» — найти актуальную тему для разговора, поднять злободневную проблему, интересную широкой аудитории, и со знанием дела прокомментировать ее. Специфика «Дневника губернатора» — информационная и тематическая дискретность. Каждый выпуск аккумулирует информацию вокруг одного значимого общественно-политического события. Выделяются событийно узловыми точками, которые скрепляют дискурс передачи,



образуя его целостность. Система коммуникативных операций по организации дискурса передачи состоит из трех шагов: 1) сообщение актуальной информации, важной для российского общества в целом, например: *Итоги Олимпиады в Ванкувере, Проблема моногородов, Выборы в Белоруссии*; 2) выяснение мнения политика по поводу события; 3) проецирование общероссийской проблемы на региональную фактологическую основу и, как следствие, выделение новых аспектов проблемы. При этом возможно и обратное движение хода коммуникативных операций — от проблемы регионального уровня (например, *Пожар в ночном клубе г. Перми*) к актуальным вопросам общероссийского масштаба.

Обратимся к лингвоидеологической составляющей речевого портрета Н. Ю. Белых, высвечивающей имплицитно и эксплицитно выраженные установки губернатора. В ходе анализа выделим характеристику двух основных субъектов, организующих коммуникацию в эфире: власть и жители Кировской области.

Н. Ю. Белых подчеркивает иерархическое устройство **власти**, при котором представители региона занимают зависимое положение по отношению к федеральным структурам:

Понимаете, **власть действительно существует в виде некоей вертикали**. Соответственно, **вопросы, которые касаются текущих моментов взаимодействия, мы прекрасно решаем с «Единой Россией» и с другими структурами в регионе. Вопросы, которые носят некий идеологически-политический характер, решаются на уровне нерегиональном**. Поэтому все вопросы, которые выходили за рамки вопросов текущего взаимодействия, мне приходилось, **не скрываю** этого, решать в Москве.

Губернатор позиционирует себя в качестве руководителя, лояльно относящегося к власти, поддерживающего президента, политику высшего эшелона власти, не вдаваясь в подробности взаимоотношений внутри вертикали власти, используя при этом эвфемистические обороты: *вопросы, которые касаются текущих моментов взаимодействия, вопросы, которые носят некий идеологически-политический характер* и др.

В связи с этим центральной фигурой федеральной власти в речи Белых является президент:

(1) Когда президент сказал о том, что **было бы неплохо обеспечивать видеотрансляцию заседаний законодательного собрания**, я считаю, это очень правильный процесс. **Мы видеотрансляцию заседаний правительства уже технически обеспечили**. (2) Как вы помните, было **послание президента**, где достаточно много времени было уделено тем **реформам политической системы**, которые предлагается осуществить на уровне регионов. И я сразу скажу, **я эти предложения воспринял достаточно буквально, и у меня на сегодняшний день подготовлен ряд законопроектов, касающихся изменений региональной политической системы**.

Н. Ю. Белых демонстрирует безусловную исполнительность регионального представителя власти, что обнаруживается в применении схемы «президент сказал — я(мы) сделал(и)».

Следует отметить, что Белых весьма осторожен в оценках государственной власти. Журналисты неоднократно пытаются задавать губернатору провокационные вопросы, намекая на его политическое прошлое:

У вас в регионе, может быть, «Единая Россия» свой административный ресурс не использует или, наоборот, использует, но на благо, и **вы им в пояс кланяетесь?** А Щерчков [бывший соратник Н. Белых] с вами свое **решение о вступлении в «Единую Россию» согласовывал?**

Всякий раз губернатор уходит от подобных вопросов чаще всего с помощью прямого отказа от комментария:

**...я никаких комментариев** ни по поводу никакой из партий **не хочу давать**, чтобы не получить новые заголовки газет.

Региональная власть в речи губернатора Кировской области репрезентирована в основном обобщенными номинациями типа *Правительство* и чередованием местоимений *мы/я*, в котором *мы* представляет губернатора, включенного в команду, *я* — губернатора как отдельного политика.

При употреблении *мы* региональная власть обладает позитивными характеристиками:

**...руководство Кировской области**, собственно говоря, практически полностью **приняло на себя обязательства по неупотреблению спиртного вообще в течение 2010 года...** Поверьте мне, **это очень показательно, и люди воспринимают это очень внимательно.**

Н. Ю. Белых известен подобными акциями политического популяризаторства, поэтому часто делает акцент на действенности предпринимаемых мер. Губернатор склонен считать действия региональной власти в Кировской области практически безукоризненными, отрицательная оценка встречается крайне редко:

**Мы** зачастую, и это **недоработка в первую очередь наша**, в какой-то степени, может быть, и журналистов — **не получается обществу объяснить ту повестку дня**, которая на самом деле существует.

Обращение в речи Белых к *я*-конструкциям связано с самопрезентацией губернатора как лидера в политической жизни не только региона, но и страны. При этом Н. Ю. Белых предстает человеком дела:

**В отличие от тех, кто об этом говорил, я регионы объединял.** То есть **я принимал самое активное участие в объединении** Пермской области и Коми-Пермяцкого округа. **В отличие от тех, кто говорит об объединении регионов.** То есть **я знаю, что это такое. Я знаю**, сколько лет на это требуется и насколько **сложная** и далеко **не однозначная** это **работа.**

Контексты с местоимением *я*, отражающие активное педалирование собственного мнения, преобладают даже в тех коммуникативных ситуациях, которые не требуют личного отношения губернатора к той или иной проблеме:

**Я абсолютно уверен**, что это более полезное мероприятие; **я думаю**, что в подавляющем большинстве случаев удастся избежать такого рода ситуаций; **я считаю**, что вполне возможно такую новацию внести в закон; **я очень уважаю** Яну Яковлеву и др.

Наряду с ярко выраженным личностным началом организация текстового пространства речь Н. Ю. Белых представляет собой экспликацию мыслительного процесса, опирающегося на жесткую логику доказательств:

**Я целиком и полностью поддерживаю** идею создания электронного правительства по следующим позициям. **Первое**, это заставляет людей, руководителей регионов начинать все-таки мыслить немножко по-другому... **Второе**. Абсолютно прав вице-премьер Собянин...

Поддержанная частотным употреблением книжной лексики терминологического характера, речь Белых приобретает рационально-аналитический характер.

Н. Ю. Белых идентифицирует себя в качестве **жителя** Кировской области. В то же время губернатор выступает в роли воспитателя населения, главная задача которого — своим примером положительно влиять на жителей вверенного ему региона. Достоинством Кировской области, считает Н. Ю. Белых, является социальная сознательность жителей:

Все же у нас регион хоть и по площади большой, по населению очень маленький, все друг друга знают. Поэтому **быть сейчас в Кировской области трезвым — это модно и хорошо уже**.

В дискурсе Белых жители Кировской области массово культивируют воздержание от спиртных напитков. При этом губернатор выступает инициатором акции:

Я действительно **хочу осуществлять своими действиями** в том числе и педагогические процедуры, показывая, что **я готов начинать с себя**. Я ввел антиалкогольную кампанию не для того, чтобы здоровье Никиты Львовича поправить, а для того, чтобы в рамках антиалкогольной кампании **области сказать: я с себя начал**.

Приняв руководство Кировской областью, Н. Ю. Белых зарекомендовал себя патриотом своей территории, несмотря на то что сам он родом из другого региона:

География и традиции таковы, что, скорее, **Кировская область — это регион зимних видов спорта... наша школа фигурного катания входит в пятерку лучших в России**.

Отметим, что все перечисленные достоинства жителей Кировской области Н. Ю. Белых не переносит на уровень общероссийский. В то же время проблемные вопросы, связанные с населением Кировской области, напротив, обобщаются:

**Количество людей**, которые проживают **за чертой бедности**, речь идет, чтобы было понятно, о **десятках тысяч людей**. То есть в данном случае **Кировская область — такой же регион, как и многие другие**.

Социально-политическая проблемная зона выявляется во взаимодействии населения с властью. В одном из выпусков радиопередачи губернатор рассказывает о протестной акции автомобилистов в Кирове, вызванной повышением транспортного налога в области. В создавшейся ситуации Белых предстает политической фигурой, открытой для общения:

Завтра, насколько я знаю, **собираются** у нас какие-то **массовые гудки, движение автомобилистов...** Вот **бибиканьем** как бы **позиции не выражают...** поэтому **если вы хотите и имеете, что сказать, приходите — поговорим**.

Описывая прецедент, Н. Ю. Белых мотивированно использует редкую в его речи образованного человека стилистически сниженную лексику *бибиканье*, эксплицируя неодобрительную оценку происходящего. Региональный лидер не уходит от конфликта, пытаясь его разрешить демократическим путем. В дальнейших выпусках радиопередачи «Дневник губернатора» выясняется исход конфликта:

**Были сформулированы со стороны организаторов этой акции ряд предложений, которые, вы удивитесь, но, в общем, можно рассматривать.**

Губернатор реализует свой принцип прозрачности власти, абсолютной открытости для систематического диалога с обществом.

Таким образом, проведя речевое портретирование регионального политика в программе «Дневник губернатора», мы пришли к выводу о том, что речь Н. Ю. Белых отражает качества личности, обусловленные биографией политика. Успешный опыт политика в разных сферах деятельности сформировал его лидерские качества, проявляющиеся в персонализированных речевых конструкциях. Позиционируя себя в качестве хозяйственника, представителя государственной власти, Н. Ю. Белых реализует в речи стратегию открытого диалога между властью и народом. Речь губернатора Кировской области обладает высоким уровнем культуры, что соответствует представлению о хорошей речи, свойственной образованному человеку.

- 
1. Алтунян А. Г. О собирателях земли русской: Жириновский как публицист // Вопр. литературы. 1996. № 2.
  2. Баранов А. Н. Очерк когнитивной теории метафоры // Баранов А. Н., Чудинов А. П. Русская политическая метафора : (материалы к словарю). М., 1991.
  3. Базылев В. Н. Рабочее совещание «Политический дискурс в России» // Вестн. Рос. гуманитар. науч. фонда. 2000. № 1.
  4. Будаев Э. В. Лингвистическая советология. Екатеринбург, 2009.
  5. Ван Дейк Т. А. Критический анализ дискурса // Перевод и лингвистика текста. М., 1994.
  6. Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. Екатеринбург, 2002.
  7. Вепрева И. Т. «Мы их в сортире замочим», или Штрихи к риторическому портрету В. В. Путина // Политический дискурс в России : хрестоматия. М., 2007.
  8. Вершинина Т. С. Метафора в политическом дискурсе: традиции и новаторство // Лингвистика : бюл. Урал. лингв. о-ва. Екатеринбург, 2001. Т. 6.
  9. Виноградов С. И. Слово в парламентской речи и культура общения // Русская речь. 1993. № 2–4.
  10. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. Волгоград, 1997.
  11. Воробьева О. И. Политическая лексика. Семантическая структура. Текстовые коннотации. Архангельск, 1999.
  12. Ворожбитова А. А. На «входе» и «выходе» русского советского дискурса: (Лингво-риторический аспект) // Русистика: Лингвистическая парадигма конца XX века. СПб., 1999.
  13. Граудина Л. К. Эвфемизмы — дисфемизмы: парламентские и непарламентские выражения // Культура парламентской речи. М., 1994.
  14. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: история и современные исследования. 2002. № 3.

15. *Ерофеева Т. И.* Речевой портрет говорящего // Языковой облик уральского города. Свердловск, 1990.
16. *Енина Л. В.* Представители власти в текстах уральских СМИ: вражда и согласие // Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности. Екатеринбург, 2006.
17. *Земская Е. А.* Речевой портрет ребенка // Язык: система и подсистемы. М., 1990.
18. *Караулов Ю. Н.* Русский язык и языковая личность. М., 1987.
19. *Китайгородская М. В., Розанова Н. Н.* Современная политическая коммуникация // Современный русский язык: социальная и функциональная дифференциация. М., 2003.
20. *Кобозева И. М.* Семантические проблемы анализа политической метафоры // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 9 : Филология. 2001. № 6.
21. *Крысин Л. П.* Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // Русский язык в научном освещении. 2011. № 1.
22. *Купина Н. А.* Речевой портрет современного уральского политика // Политический дискурс в России : материалы X Всерос. юбил. семинара. М., 2007.
23. *Купина Н. А.* Тоталитарный язык: словарь и речевые реакции. Екатеринбург ; Пермь, 1995.
24. *Милехина Т. А.* Российские предприниматели и их речь. Саратов, 2006.
25. *Николаева Т. М.* Социолингвистический портрет и методы его описания // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики : докл. Всесоюз. науч. конф. М., 1991. Ч. 2.
26. *Панов М. В.* История русского литературного произношения VIII–XX вв. М., 1990.
27. *Романенко А. П.* Советская словесная культура: образ ратора. М., 2003.
28. *Романова Т. В.* Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика // Политическая лингвистика. 2009. № 27.
29. *Самотик Л. Г.* Словарь языка Александра Лебеда. Красноярск, 2004.
30. *Скребицова Т. Г.* Метафоры современного российского внешнеполитического дискурса // *Respectus philologicus*. 2002. № 1.
31. *Сорокин Ю. А.* Человек из будущего, которого у него нет: Григорий Явлинский // Политический дискурс в России-3 : материалы рабочего совещания. М., 1999.
32. *Чепкина Э. В.* Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000). Екатеринбург, 2000.
33. *Черняк В. Д.* Наброски к портрету маргинальной языковой личности // Русский текст. 1994. № 2.
34. *Чудинов А. П.* Политическая лингвистика. М., 2006.
35. *Шейгал Е. И.* Семиотика политического дискурса. М., 2003.

Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.

УДК 070.32 + 316.772.5 + 070.481

Ю. П. Пургин

### **ТРАНСФОРМАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ ПАРАДИГМЫ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Доказывается необходимость трансформации традиционных региональных печатных СМИ. Описываются новые возможности их развития на основе обобщения опыта работы по управлению изменениями, которая проводится издательским домом «Алтапресс», реализующим концепцию создания более полных отношений с местным сообществом — ЗС (Complete Community Connection).

**Ключевые слова:** коммуникативная парадигма, массовая информация, региональные СМИ, мультимедиа, медиаконвергенция, концепция ЗС.

Сегодняшнее состояние журналистики можно охарактеризовать как переломное. Неотвратимость перемен предопределена изменением коммуникативной парадигмы массовой информации, связанной с интернет-революцией. Сам термин «парадигма» был закреплен в методологии науки Т. Куном как совокупность ценностей, методов, технических навыков и средств, принятых в научном сообществе в рамках устоявшейся научной традиции в определенный период времени. Ломка парадигмы, ее изменение, по Куну, предполагает революцию в науке и общественном сознании, формирует иную картину мира [8, 67–78]. Теоретики массовой информации говорят сегодня о фундаментальных ценностных изменениях в характере медиапотребления, появляются новые концепции, описывающие возможные сценарии развития СМИ и журналистики. Подходы к данной проблеме обозначены в работах зарубежных авторов М. Маклюэна [10], Э. Тоффлера [13], М. Кастельса [4], К. Йенсена [15] и многих других.

Традиционные печатные СМИ вошли в стадию перманентного кризиса, который выражается в падении интереса аудитории к прессе. В последних обзорах российского рынка печатных СМИ, основанных на материалах и исследованиях отраслевых объединений, эта тенденция описана доказательно и подробно [11; 12, 8–9]. На сцену выходят новые медиа — социальные сети, блоги, которые успешно конкурируют с традиционными СМИ в борьбе за внимание потребителей. Острота проблематики настолько серьезна, что ставит под вопрос само существование печатных версий газет в долгосрочной перспективе.

Данная ситуация болезненно сказывается на положении региональной печати. Классическая бизнес-модель, по которой работают независимые региональные издатели, — жизнь за счет доходов от распространения и рекламы отдельных продуктов, постепенно перестает эффективно действовать и уже не

---

ПУРГИН Юрий Петрович — генеральный директор издательского дома «Алтапресс», заведующий кафедрой современных медиатехнологий Алтайского государственного университета, Барнаул (e-mail: purgin@altapress.ru).

позволяет им содержать большие журналистские коллективы. Тенденции устойчивого снижения тиражей осложняют будущее и тех редакций, которые существуют на дотации. Они либо тесно связаны с финансово-промышленными группами, информационно обеспечивая их интересы, либо напрямую принадлежат региональным или местным органам исполнительной власти и финансируются из соответствующих бюджетов. Главная проблема таких СМИ — стремительное падение доверия читателей и зрителей, которые черпают альтернативную информацию из Интернета [6].

Есть ли из этой ситуации позитивный выход? «Я абсолютно уверен в том, что журналистика переживет смену своих институтов и продолжит свое существование, — убежден редактор американского журнала «The Nation» М. Купер. — Сегодня институты умирают, но не журналистика, и мы находимся в начале нового исторического периода» [9, 25]. Такой оптимизм коллеги, соглашаясь с необратимостью перемен, разделяют далеко не все издатели. Возможно, журналистика без редакций и журналистов — это тоже вероятное будущее, однако мы придерживаемся другой версии развития событий. В данной работе обосновывается необходимость и возможность трансформации традиционных региональных СМИ на основе обобщения реального опыта успешной работы по управлению изменениями, проделанной нами в издательском доме «Алтапресс».

### **Смена парадигмы коммуникаций**

Созданная «Алтапрессом» двадцать лет назад на волне революционных преобразований в России независимая газета «Свободный курс» отвечала новым запросам читателей. За первые три года существования ее тираж с 3 тыс. увеличился до 55 тыс. экземпляров. Аудитория получала от газеты подробности, которые от нее долгое время скрывали. В материалах не было пропаганды, а содержалась информация о жизни местного сообщества. Газета печатала мнения по самым острым проблемам. Она удовлетворяла потребности читателей в развлечениях, публикуя кроссворды, анекдоты, материалы о «звездах»; снабжала утилитарной информацией: что, где, почему. Возникло специальное приложение к «Свободному курсу» — газета частных объявлений и рекламы «Купи-продай». Позднее она была выделена в отдельное издание, которое тоже легко набрало крупный тираж, составивший 40 тыс. экземпляров. В картине мира нашей аудитории эти издания занимали важное место. Они не просто освещали провинциальную жизнь для избранных, а были центром коммуникаций. Сегодня эта позиция явно потеряна. Региональные СМИ стали любопытным чтивом, пусть важным, но дополнением к многократно возросшему общему информационному потоку. Они сместились из центра коммуникаций на периферию коммуникационных интересов наших сограждан, стали неким специфичным товаром либо для избранных, либо для массового читателя. Но в любом случае товаром нишевым. Мир изменился, изменилось медиапотребление, появились новые каналы коммуникации. И дело даже не в том, что изменились потребности. Важно, что нужное для себя люди находят без посредничества

традиционных СМИ. Наша гипотеза состоит в том, что региональной прессе необходимо вернуться в центр обмена информацией местного сообщества, именно в этой точке можно получить максимальную аудиторию и положительные финансовые результаты. Для этого необходимо понять, что происходит с потреблением информации, какие каналы сегодня наиболее востребованы.

«Развитие информационной технологии незаметно и быстро монополизирует информацию без единого выстрела», — в этой емкой фразе футуролога и публициста Э. Тоффлера кроется суть происходящих в медиасфере перемен [13, 306]. Новости на наших глазах теряют авторство. Появились роботы, которые просто собирают их в сети. Важна не столько сама единица информации, сколько подбор новостей, то, как они поданы, упакованы и откомментированы. С одной стороны, обостряется конкуренция среди разных видов СМИ за внимание потребителя. С другой стороны, по мнению профессора М. Кастельса, к традиционным массовым коммуникациям добавляется «массовая самокоммуникация», что приводит к созданию персонализированных медиа [5, 7–8]. Иными словами, при помощи мобильных технологий и Интернета, которые обеспечивают множественные точки входа в коммуникативное пространство, любая личная тема может быть распространена в рамках системы массовой коммуникации. Потребитель погружается в информационный океан, но занимает при этом позицию активного пользователя. Материалы, подготовленные редакциями, все чаще соседствуют с контентом, который производят сами пользователи.

«Средства коммуникации как расширение наших чувств, взаимодействуя друг с другом, устанавливают новые пропорции, причем не только между нашими частными чувствами, но и между собой», — отмечает культуролог М. Маклюэн [10, 63–64]. Таким образом, создается новое интерактивное коммуникационное пространство. В работах К. Б. Йенсена из Университета Копенгагена определены три типа интерактивности: человека и медиума (носителя), медиума и общества, человека и общества посредством медиума. Интерактивность первого типа — взаимодействие человека с новыми носителями информации (компьютерами, мобильными устройствами) позволяет пользователю самостоятельно осуществлять навигацию: быстро перемещаться от рубрики к рубрике, углубляться в контекст и получать справки за счет использования гипертекста, отбирать новости и структурировать их по своему усмотрению (RSS, подкаст, подписка по теме).

Второй тип определяет возможность пользователей участвовать в формировании контента СМИ: комментировать материалы, размещать собственный контент (например, фото с мобильного телефона или видео), выступать в интерактивных форматах передач.

Третий тип интерактивности подразумевает создание сообществ посредством активного использования медиасреды, участие читателей в форумах, голосованиях, социальных сетях, акциях [15, 171–190].

Эти теоретические наработки чрезвычайно важны для обоснования изменений парадигмы коммуникации массовой информации. Новые технологические возможности рожают новых потребителей, которым уже недостаточно быть



пассивными читателями и зрителями. Они хотят выступать в роли соавторов и редакторов, оценивать публикации, голосовать и комментировать события. Игнорировать эти тенденции традиционным СМИ — значит зачеркнуть свое будущее. Остается одно — меняться.

### Эффект синергии

Сегодня «Алтапресс» является лидирующей негосударственной медиакомпанией в регионе, входит в число ведущих региональных издательских домов России. Она издает двенадцать газет и журналов, имеет радиостанцию, четыре интернет-сайта. Основные принципы, заложенные в философию развития: свобода слова, соблюдение стандартов качественной журналистики, приоритет интересов человека и общества над интересами государства.

В настоящий момент издательский дом «Алтапресс» разрабатывает и внедряет систему более полных отношений с местным сообществом на базе мультимедийного конгломерата собственных СМИ. Общая концепция системы была предложена американским исследователем и редактором С. Баттри и получила название ЗС (Complete Community Connection) [14]. Ниже мы остановимся на основных положениях этой системы, рассмотрим ключевые моменты, определяющие ее внедрение, и проиллюстрируем механизмы ее реализации на конкретных примерах.

Цель, которую мы поставили перед собой, приступая к изменениям, была обозначена так: вернуться в центр коммуникаций местного сообщества, вернуть доверие и привязанность людей, быть полезными, привлечь внимание нового поколения. Суть отношений между «Алтапрессом» и потенциальной аудиторией в формате ЗС строится на стремлении стать ключевым и наиболее полным каналом получения информации о жизни сообщества, учитывая особенности изменений медиапотребления и используя весь мультимедийный потенциал компании. Какой бы ни была потребность местного читателя, для ее удовлетворения применительно к региону он должен начать поиск с платформы ЗС, подобно тому как пользователь Интернета начинает утро с Яндекса или Гугла. Аналогично формулируется задача формирования отношений с предпринимателями — стать центром коммуникаций местного бизнеса с потребителями, подобно тому как раньше они не могли работать без газеты «Купи-продай», которая помогала продавать и приобретать нужное.

Построение новой системы координат предполагает определение некой отправной точки. В концепции ЗС этой точкой выступают насущные потребности местного сообщества. К такого рода потребностям можно отнести, например: информацию об автомобилях, общественном транспорте, дорогах; о жилье и дачах; о работе, вакансиях и трудоустройстве; местный календарь событий; истории о жизни в регионе и стране; местные новости; развлечения.

Ключевым вопросом формирования системы является создание самой мультиплатформы. При этом входящие в нее носители не поглощаются, наоборот, перед ними стоит задача развития и занятия лидирующего положения в своих нишах. Только таким путем можно получить синергетический эффект от

соединения самого разнообразного контента в единое целое. С нашей позицией солидарны и медиаисследователи: «Экономика масштаба предполагает экономику синергии. Экономика масштаба означает: чем ты больше, тем больше твои шансы использовать самые разные платформы для одного и того же продукта. Экономика синергии означает, что, объединив части воедино, вы получаете то качество, которое недостижимо при раздельном существовании частей» [5, 10]. В «Алтапрессе» идея мультимедийной платформы реализована на базе портала altapress.ru, «Радио 22», газеты общего содержания «Свободный курс» и бизнес-еженедельника «Ваше дело».

Такая организация предполагает отделение процесса производства контента от конкретного носителя или продукта. В противном случае компании пришлось бы нести гигантские издержки, которые невозможно покрыть доходами от распространения и рекламы. Эту функцию выполняет объединенная редакция, в рамках которой существуют отделы «Власть и общество», «Экономика», «Потребитель». Многие теоретики предполагают, что подобные построения требуют от журналиста универсальности — умения писать, фотографировать, снимать видео, делать подкасты. Именно в этом, считают они, заключается суть медиаконвергенции. На наш взгляд, универсальность снижает качество конечного материала, а следовательно, и продукта в целом. Поэтому мы являемся убежденными сторонниками групповой работы. Произведенный объединенной редакцией контент упаковывается и переупаковывается группой выпуска и редакторами продуктов.

Рекламу на все носители размещает объединенный сейлзрум. Рекламисты закреплены не за конкретными продуктами, а за группами рекламодателей по отраслевому признаку, что позволяет нам осуществлять кроссмедийные продажи, а рекламодателю получать максимальный эффект.

Важным элементом новой системы являются базы данных. Если раньше они были внутренним инструментом журналиста, орудием работы редакции, то теперь становятся инструментом пользователя. Базы данных сегодня — это неотъемлемый элемент контента СМИ, они не только вписываются в общий информационный поток посредством гипертекста, но и обладают самостоятельностью. Хорошим примером организованной базы для пользователей может служить сайт компании «Культпоход» или виртуальная галерея [3, 7].

### **От аудитории — к сообществам**

Объектом и одновременно главным действующим лицом в новой системе координат выступает не некая абстрактная аудитория, а сообщества, группы по интересам, которые хорошо представлены в социальных сетях. Традиционные СМИ могут взаимодействовать с такими группами весьма успешно. Возьмем для примера группу автолюбителей. «Алтапресс» пытается комплексно освещать все, что связано с этим сообществом. Начиная с серьезной тематики, такой как история водителя Щербинского, которого пытались осудить как виновника дорожно-транспортного происшествия, повлекшего гибель губернатора Евдокимова. И заканчивая продажей автомобиля. На нашем радио большой

популярностью пользуется программа «Авточас», где в прямом эфире обсуждается все, что волнует автолюбителей. Проводятся акции «Вежливый водитель» и «Дороги нашего города». Материалы и классифайд появляются на разных площадках, а в Интернете встречаются на портале [altapress.ru](http://altapress.ru). Важно зафиксировать некую связь интересов, объединить эти интересы на одной площадке и стать для автолюбителей тем самым центром, через который они с удовольствием будут коммуницировать. Причем общаться не только с редакцией, но прежде всего, между собой посредством редакционной площадки. Мы убеждены, что для традиционных СМИ очень важно создавать подобные площадки. Если мы будем их организовывать, правильно модерировать, то получим в недалекой перспективе серьезный эффект.

В новой фазе существования региональных СМИ меняется и жанровая структура. На первый план выходит визуализация: фоторепортажи, инфографика, видео. В качестве доказательства этого тезиса приведем пример онлайн-трансляции ледохода на Оби. Один из читателей посетовал, что родился на берегу великой сибирской реки, но никак не может застать начало ледохода. Редакция решила исполнить его мечту. Напротив моста через Обь установили веб-камеру. К ее услугам пользователи прибегали около 50 тыс. раз. Но этим мы не ограничились. Фоторепортеры сделали отличный репортаж, размещенный сразу после события, и смонтировали двухминутный фильм, который вместил в себя три дня большого ледохода [2].

В сети больше «легких», быстрых читателей, для которых важно выхватить только суть. Поэтому журналистика становится более фрагментарной, более клиповой, как сознание нового поколения. Журналисту в условиях обезличенности информации важно выразить свое отношение к ней, что вновь делает тексты яркими, авторскими. Однако позиция, что свое мнение нельзя подавать как собственно информацию, остается неизменной. Такие экспрессивные высказывания снова интересны для посетителей, они побуждают их к творчеству. К журналистам присоединяется армия активных читателей, которые добавляют свой контент. Один региональный издатель так обозначил этот сетевой феномен: «Мне не важно, сколько у меня сегодня на сайте читателей, мне важно, сколько у меня там писателей».

Примером соединения авторской и гражданской журналистики может служить Алтайгейт [1]. Выделенный в отдельный мультимедийный проект, он превратился в общественное расследование трагической истории браконьерской охоты высокопоставленных чиновников в горах Алтая, которая закончилась крушением вертолета и гибелью людей. В рамках проекта опубликовано 203 материала, мнения журналистов, общественников, экологов, авиаторов, чиновников, охотников, сотрудников МЧС, получено 12 677 актуальных комментариев с острыми откровенными размышлениями на темы браконьерства, коррупции, отношений власти и общества. Проект собрал более 1 200 тыс. просмотров. «Алтапрессу» удалось создать площадку для общественных коммуникаций. Сотрудничество профессиональных журналистов с гражданскими принесло значимый результат. Тема стала развиваться в блогах и сообществах (причем не только российских). За осуществление этого проекта издательский

дом «Алтапресс» стал лауреатом премии Союза журналистов России и получил специальный диплом конкурса им. А. Д. Сахарова «Журналистика как поступок».

### Выводы

Изменение характера коммуникаций массовой информации в обществе, появление новых технологических возможностей и платформ влечет за собой неизбежную трансформацию СМИ, в том числе региональных. Сегодня этот процесс оборачивается кризисом не адаптированных к новым реалиям традиционных СМИ и усилением новых медиа. По нашему мнению, у региональных печатных СМИ есть исключительные возможности вернуться в центр коммуникаций и стать устойчивыми. Для того чтобы это произошло, необходима смена информационных координат с ориентацией на реальные потребности пользователей и учетом новой коммуникационной парадигмы. Издательский дом «Алтапресс» реализует одну из таких стратегий, описываемую концепцией построения более совершенных связей местного сообщества. Нам представляется, что данный подход можно использовать как один из базовых для трансформации региональных печатных СМИ.

1. Алтайгейт [Электронный ресурс]. URL: <http://altapress.ru/vertolet> (дата обращения: 17.01.2011).
2. Алтапресс ТВ представляет трехдневный ледоход на Оби в ускоренном двухминутном фильме [Электронный ресурс]. URL: <http://altapress.ru/story/51819> (дата обращения: 10.01.2011).
3. Виртуальная галерея [Электронный ресурс]. URL: <http://altapress.ru/art> (дата обращения: 14.01.2011).
4. *Кастельс М.* Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе, и обществе. Екатеринбург, 2004.
5. *Кастельс М.* Медиабизнес, медиаконвергенция и конвергенция в журналистике // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика : материалы к обучающим семинарам / сост. С. Балмаева. Екатеринбург, 2010. С. 7–16.
6. *Корчинский А.* Источники кризиса доверия. Главные причины недоверия [Электронный ресурс]. URL: [http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b\\_id=746&c\\_id=10183](http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=746&c_id=10183) (дата обращения: 17.01.2011).
7. Культпоход: Афиша Барнаула [Электронный ресурс]. URL: <http://gdetebya.net> (дата обращения: 16.01.2011).
8. *Кун Т.* Логика и методология науки: Структура научных революций. М., 1977.
9. *Купер М.* Медиаэволюция: средства журналистского производства захвачены обычными людьми // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика. С. 24–31.
10. *Маклюэн М.* Понимание медиа: внешнее расширение человека. М., 2003.
11. Обзор российского рынка печатных СМИ [Электронный ресурс]. URL: [http://www.marketcenter.ru/content/document\\_r\\_EE8018AA-6005-454B-9771-83402FE356DC.html](http://www.marketcenter.ru/content/document_r_EE8018AA-6005-454B-9771-83402FE356DC.html) (дата обращения: 16.01.2011).
12. Российский рынок периодической печати: состояние, тенденции, развитие : отрасл. докл. / под общ. ред. В. Григорьева. М., 2010.
13. *Тоффлер Э.* Шок будущего. М., 2002.

14. *Buttry S.* A Blueprint for the Complete Community Connection [Электронный ресурс]. URL: <http://stevebuttry.wordpress.com> (дата обращения: 16.01.2011).

15. *Jensen K. B.* Contexts, Cultures and Computers. The Cultural Context of Mediated Communication // A Handbook of Media and Communication Research. L., 2007.

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 070:061.1 + 378.4(470) + 070.41

**Р. Л. Исхаков**

### **Е. Я. БАГРЕЕВ КАК ОСНОВАТЕЛЬ УРАЛЬСКОЙ НАУЧНОЙ ШКОЛЫ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Статья посвящена основателю современной уральской школы журналистики Е. Я. Багрееву. Впервые дается представление о зарождении журналистской науки на Урале. В центре исследования — факультет журналистики Уральского государственного университета.

**Ключевые слова:** Е. Я. Багреев, журналистская наука, теория и практика журналистики, синергетика.

...Исполнилось полвека полноправной «прописке» журналистской науки на Урале. Выйдя из состава филологического факультета УрГУ в 1959 г., с началом учебного года факультет журналистики стал самостоятельным.

В феврале 1959 г. журнал «Советская печать» опубликовал статью Е. Я. Багреева «Слово о журналистской науке» [1, 15–19]. Перечитывая этот материал, можно восстановить все перипетии становления журналистской науки — одна из частей статьи в подзаголовке так и называется «Теорию журналистской науки — вперед!».

После создания факультета журналистики был разработан семилетний комплексный план научной работы на 1959–1965 гг. В этот план кафедра печати внесла одну масштабную тему — разработка истории печати Урала (в современных административных границах: Свердловская, Пермская, Челябинская, Тюменская, Курганская области и Башкирская АССР) [Там же, 17]. К научно-исследовательской работе над историей уральской печати было намечено привлечь и студентов. В 1960 г. кафедра организовала экспедицию по изучению периодики Урала периода первых лет советской власти. Студенты работали в архивах Челябинска, Перми, Кургана.

С самого начала Е. Я. Багреев, убежденный в том, что «плодотворной теория может быть тогда, когда она построена на жизненном опыте» [Там же, 16], ориентировал исследователей на изучение практики работы уральских

---

ИСХАКОВ Рафаиль Лутфуллович — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: rafakhakov@yandex.ru).

© Исхаков Р. Л., 2011

журналистов. Практиком, человеком, познавшим труд журналиста не по учебнику, был и он сам.

Евгений Яковлевич Багреев родился 25 декабря 1900 г. на хуторе Попов Области войска Донского. С 1926 г. молодой большевик Евгений Багреев на журналистской работе — заведующий партотделом Кабардино-Балкарской областной газеты «Карахалк» («Беднота»). Это была своеобразная газета-школа. Постепенно ее объем увеличился с четырех до 16 страниц, она стала выходить ежедневно, тираж вырос до 3 тыс. экземпляров. Эти изменения благотворно сказались на развитии и расширении национальных отделов. Кабардинский отдел, занимавший в первые дни всего две-три колонки, получил полторы страницы, балкарский — шесть колонок, горско-еврейский — четверть газетной площади. В 1931 г. из трех национальных отделов созданы три самостоятельные областные газеты: «Ленинский путь» — на русском языке, «Ленин гъуэ-гу» — на кабардинском и «Ленин жол» — на балкарском.

Два года (1928–1929) Багреев работает заместителем редактора Майкопской окружной газеты «Красный пахарь». Затем он — заместитель редактора Новороссийской окружной газеты «Пролетарий Черноморья» (1929–1931), ответственный редактор газеты «Сочинская правда» (1931–1932), редактор газеты политотдела Пластуновской МТС Азово-Черноморского края (1933–1935), редактор Дежской районной газеты «Колхозное знамя» (1935–1936), заместитель редактора газеты «Таганрогская правда» (1936–1938).

Систематического образования у Евгения не было, он окончил лишь учительскую семинарию ст. Усть-Медведицкой, в которой учился с 1916 по 1919 г., необходимость профессиональных знаний остро обнаружил, когда работал заместителем директора краевого политехникума печати в Ростове-на-Дону (1932–1933). В 1938 г. он поступает на газетные курсы при ЦК ВКП(б).

В 1938 г. по окончании газетных курсов при ЦК ВКП(б) он был направлен на Урал, где работал сначала заместителем редактора, а затем редактором газеты «Уральский рабочий» (1939–1957). Обучался в Высшей партийной школе при ЦК КПСС (1945–1948). В довоенном Свердловске учился на заочном отделении пединститута (1940–1941).

При жизни Багреева уважительно звали «старейшиной цеха». Его газетный стаж исчислялся с середины 1920-х гг., он пользовался уважением не только у журналистов: в течение полутора десятилетий, с 1939 по 1955 г., избирался членом Свердловского горкома, обкома КПСС, депутатом Свердловского городского и областного Советов депутатов трудящихся.

Осенью 1957 г. он, многоопытный редактор газеты «Уральский рабочий», перешел на преподавательскую работу. Евгений Яковлевич окончил курсы диссертантов при Академии общественных наук (1955–1957). Более того, писал диссертацию по теме «Партийная печать в борьбе за технический прогресс» (1957–1958).

В теорию журналистики Е. Я. Багреев, как многие представители его поколения, пришел через молодежную печать, через комсомол. Этот же путь проделали многие исследователи журналистики — А. Л. Мишурис, А. В. Западов, И. А. Портянкин.

Период с августа 1941 по сентябрь 1947 г. стал временем приобщения уральского газетоведения к общему контексту академической науки. Журналист должен быть не только литературным сотрудником редакции, но и иметь солидное академическое (университетское) образование. Военные годы приучили к этой мысли. Для Свердловского Коммунистического института журналистики включение в университет означало возможность полнее использовать преимущества университетского образования. Сохранились сведения о том, что 23 мая 1940 г. партийная организация университета рассмотрела на собрании вопрос «О работе научных студенческих кружков» (ЦДООСО. Ф. 285, оп. 2, д. 16, л. 139). В 1946–1947 гг. декан А. Н. Пятницкий опубликовал «Заметки о научно-исследовательской работе кафедр факультета журналистики», где отметил, что преподаватели хотят и могут вести свои темы. «Однако коллектив журналистов не очень вписывался со своими темами в научный план», — вспоминала М. В. Ситникова [3, 102]. В сентябре 1947 г. факультет журналистики был преобразован в отделение при историко-филологическом факультете УрГУ.

Уральский университет в 1957 г. смог принять Е. Я. Багреева, даже с рекомендациями всевластного обкома КПСС, лишь на должность старшего преподавателя. Должность старшего преподавателя в учебном процессе «штучного» производства (такого, как на журфаке) — особенная. Она сродни руководителю мастер-класса, дядьке-наставнику в сапожной мастерской, учителю в духовной семинарии, играющему тренеру в спортивной команде. Даже сегодня, во время изобилия кандидатов наук, в порядке исключения должность старшего преподавателя вуза может быть замещена известным специалистом в своей сфере деятельности, не имеющим ученой степени, но обладающим большим опытом и стажем практической работы по профилю кафедры.

«На отделение журналистики Уральского университета, — вспоминал Евгений Яковлевич, — пришли люди бывалые, знающие газетное дело». При чтении первых лекций по дисциплине «Теория и практика печати» студентов интересовали многие вопросы теории, которые, к сожалению, не были разработаны. Вывод один: «нужно широко развернуть научно-исследовательскую работу по журналистике, обобщить опыт советской печати, раскрыть на основе обобщенного опыта закономерности, свойственные развитию печати в условиях социалистического строя» [1, 16].

Время требовало новых подходов к преподаванию, был нужен научный подход. «Мы были бы плохими наследниками, если бы только повторяли положения, высказанные нашими учителями, не разрабатывая их применительно к данному периоду в жизни страны, — считал Е. Я. Багреев. — Между тем в наших трудах о печати часто дело ограничивается именно повторением уже общеизвестных истин. Жизнь настойчиво диктует необходимость усилить разработку научной теории журналистики, всесторонне и глубоко обобщать опыт печати».

Возникали вопросы: где, кто и как должен заняться этим важнейшим и насущным делом для достижения наилучших результатов. Е. Я. Багреев указал конкретный адрес: один из разделов его статьи «Слово о журналистской науке» называется «Университеты — центры научных исследований» [Там же, 16–18].

Евгений Яковлевич рассмотрел несколько вариантов. Он отклонил высказанное ранее предложение создать центральный научно-исследовательский институт журналистики: «На содержание института и его филиалов можно найти средства, но очень трудной будет проблема подбора высококвалифицированных кадров, начиная с докторов наук и кончая лаборантами».

По мнению Е. Я. Багреева, вполне приемлемый вариант решения вопроса — улучшить научную работу по журналистике в университетах [1, 17]. Выполняя свои основные функции, связанные с подготовкой журналистов, кафедры должны проводить научные и научно-методические конференции, открытые заседания по вопросам теории и истории печати, творческие дискуссии, планировать и организовывать подготовку монографий, коллективных научных трудов, различных публикаций, оказывать практическую помощь диссертантам, издавать «Ученые записки», сборники, учебные пособия.

Е. Я. Багреев поддерживал основную тенденцию, которая развивалась в системе Минвуза СССР. Ближайшим резервом научных работников всегда считались преподаватели высших учебных заведений. СНК СССР и ЦК ВКП(б) еще 23 июня 1936 г. приняли постановление «О работе высших учебных заведений и о руководстве высшей школой», пункт 14 которого определял: «СНК СССР и ЦК ВКП(б) осуждают распространенные среди известной части работников наркоматов и учебных заведений взгляды, что кафедры вузов не должны заниматься научно-исследовательской работой, а ограничиваются только учебно-педагогической деятельностью». Постановление указывает, что без научно-исследовательской работы вузами не может осуществляться подготовка специалистов на уровне требований современной науки и немыслима подготовка научно-преподавательских кадров и повышение их квалификации. Через год в постановлении СНК СССР от 11 ноября 1937 г. вновь подчеркивалась обязанность профессоров, доцентов и ассистентов заниматься научными исследованиями (ГАСО. Ф. 2110, оп. 2, д. 82, л. 24).

История факультета журналистики УрГУ, восходящая к истории Свердловского Коммунистического института журналистики (КИЖ), является аргументом в пользу позиции Е. Я. Багреева. С 1936 г. начинается новая страница истории журналистского образования на Урале — высшего образования. Казалось бы, и уровень обучения должен повышаться, однако тревожный сигнал звучит в статье В. Е. Бузунова «По-большевистски готовить кадры» [2, 41]. В. Е. Бузунов отмечает низкую квалификацию вузовских преподавателей, предлагает обогатить программу, увеличить срок обучения в КИЖе до четырех лет. Февральско-мартовский (1937) пленум ЦК партии положил начало коренному изменению в подготовке газетных кадров<sup>1</sup>. Коммунистический институт журналистики постепенно создает условия для развития учебно-методической, научной работы в области газетоведения.

---

<sup>1</sup> На февральско-мартовском пленуме (1937) ЦК ВКП(б) И. В. Сталиным была введена формула о неизбежном обострении классовой борьбы по мере продвижения Советского Союза к социализму [5, 207–208].



Время до 1959 г. для факультета было временем поиска места теории журналистики в сфере научного знания: в системе филологической науки или исторической науки? С сентября 1947 г. по предложению Министерства народного образования СССР факультет был преобразован в отделение при историко-филологическом факультете. Самым сложным был вопрос о защите диссертаций. В тот период даже в Москве был единственный профессор-журналист — Д. Н. Заславский.

Не было гносеологической определенности: предметом какой науки является журналистика? «Чтобы стимулировать развитие теории журналистики, — писал Е. Я. Багреев, — нужно присваивать ученую степень кандидата и доктора не только филологических наук, но и философских, исторических, экономических наук защитившим диссертации по проблемам журналистики, теории и истории печати» [1, 19].

Нельзя закрывать глаза на то, писал Е. Я. Багреев, что кафедры работают вразнобой, что направления их научной деятельности строго не определены, что «телега с научным грузом продвигается пока вперед слишком медленно и с большим скрипом». К этому выводу приводит, в частности, и практика кафедры печати Уральского университета, которая «выглядит тускло, не блещет, но все же доказывает правильность пути, на который встала кафедра».

Научная работа осложнялась существующим порядком издательской деятельности. В соответствии с постановлением ЦК КПСС «Об упорядочении издательской деятельности министерств, комитетов, ведомств и организаций» головные вузы могли издавать печатную продукцию, минуя издательства, только в исключительных случаях. Это могли быть тематические (по профилю учебного заведения) сборники научных трудов и материалы научных конференций и съездов, имеющие большое научное и практическое значение, тексты лекций и малотиражные учебные пособия по согласованным планам, а также авторефераты диссертаций. Лишь в начале 1970-х гг. началось усиленное изучение проблем журналистики. В исследовательскую работу включились и выпускники факультета журналистики — Л. И. Копяк [5], Г. В. Лазутина [7], В. А. Пирамидин [8], И. Г. Новожилов [7], В. А. Шандра [12], В. Н. Фоминых, В. В. Кельник и др.

Известна идущая от Платона традиция тесно связывать, а подчас и отождествлять становление со временем. 27 января — 5 февраля 1959 г. в Москве состоялся внеочередной XXI съезд КПСС. На XXI съезде был сделан вывод о том, что социализм в СССР одержал полную и окончательную победу, что советская страна вступает в период развернутого строительства коммунистического общества. Важнейшая задача этого периода — сделать решающий шаг в создании материально-технической базы коммунизма, обеспечить дальнейшее укрепление экономической и оборонной мощи СССР и одновременно добиться более полного удовлетворения растущих материальных и культурных потребностей народа. «Новые задачи в новой исторической обстановке наша пресса будет решать тем успешнее, чем полнее она использует в качестве боевого оружия свой богатый опыт, — писал Е. Я. Багреев. — Но, чтобы опыт стал действующей силой, надо его теоретически осмыслить, научно обобщить, тем

самым внести вклад в дальнейшее развитие социалистической журналистики» [1, 15]. Евгений Яковлевич отмечал, что в историческом документе «Контрольные цифры развития народного хозяйства СССР на 1959–1965 годы» сказано: «Большие задачи стоят перед работниками общественных наук», и эти указания партии имеют отношение и к советской журналистике.

Становление журналистской науки на Урале способствовало разрешению известной проблемы. Непреложный факт: и философ, и экономист, и историк часто прибегают к периодическим изданиям, ворошат газетные архивы. Ученые, отмечает Е. Я. Багреев, «черпают сведения, находят показательные примеры для иллюстрации выдвинутого положения, цитируют поучительные человеческие документы. Но в библиографических справочниках не найти фундаментальных трудов, обобщающих опыт печати советского времени» [Там же].

Участвуя в становлении журналистской науки на Урале, Е. Я. Багреев заложил основы теоретического подхода, который сегодня называют исследовательской синергетикой. Преподаватели объединяют свои усилия для подготовки коллективных трудов. Демонстрацией синергетических усилий кафедры стала городская научно-практическая конференция «Воспитательная роль журналистики в советском обществе», состоявшаяся в апреле 1958 г. и объединившая усилия обществоведов Свердловска. Она прошла под руководством Е. Я. Багреева. Помимо преподавателей и студентов, на конференцию были приглашены работники газет «Уральский рабочий», «На смену!», «Вечерний Свердловск» и заводских многотиражек. Подводя итоги, кафедра сделала выводы: необходимо регулярно созывать научные конференции, отказаться от широких тем, составить перспективный план, в котором предусмотреть целенаправленность конференций и последовательность в разработке теоретических вопросов. Е. Я. Багреев считал обязательным привлекать к более активному участию в конференциях практических работников печати, ибо «многие работники газет не имеют вкуса к обобщению, анализу газетной практики». Конференция, считал Евгений Яковлевич, выявила многие организационные проблемы становления журналистской науки.

«Становление — движение к бытию, причастность к бытию, поступательный шаг к тому, чтобы быть». В этом определении передается платоновское понимание становления, схвачена суть становления как единства бытия и небытия. Становление — это результат самодвижения материи, представляющий собой процесс возникновения принципиально новых, непосредственно не выводимых из «исходных материалов» объектов, процессов и явлений. В общих чертах диалектика становления раскрыта в философском учении Гегеля. Многие аспекты становления как диалектического процесса превращения возможности в действительность развиты в рамках диалектического материализма. В разработку категории становления внесли вклад и многие другие философские школы.

Через два года в должности заведующего кафедрой Багреева сменил В. А. Шандра. Во главе кафедры встал ученый, кандидат философских наук Валентин Андреевич Шандра и умелый практик Евгений Яковлевич Багреев. Личная дружба сближала их до последних дней. Позднее Е. Я. Багреев напишет о Валентине Андреевиче газетную зарисовку «Воспитатель» [10].

В. А. Шандра возглавлял кафедру теории и практики периодической печати с 1959 по 1988 г. Он сформировал коллектив кафедры, стал признанным лидером уральской теоретической школы журналистики. Был научным консультантом аспирантов С. А. Болышевой, Л. А. Вяткиной, В. Ф. Зыкова, Б. Н. Лозовского, В. Ф. Олешко, М. Ф. Поповой, М. И. Трущенко. С именем В. А. Шандры связано и становление общепризнанной в журналистских кругах уральской школы подготовки журналистских кадров.

Е. Я. Багреева сближало с В. А. Шандрой и общее понимание возложенной на кафедру миссии. Еще СНК СССР и ЦК ВКП(б) 23 июня 1936 г. предлагали всем наркоматам и директорам высших учебных заведений обеспечить на деле развертывание научно-исследовательской работы по кафедрам. Такими же возможностями, как в УрГУ, считал Е. Я. Багреев, располагают кафедры печати других университетов. Министерство образования СССР могло бы взять на себя решение следующих вопросов: планирование научной работы по журналистике, созыв межвузовских теоретических конференций в центре и на местах, организацию научных командировок в пределах СССР и за границу, повышение квалификации работников кафедр, обмен опытом организации научной работы в вузах и издание (хотя бы раз в полгода) информационных бюллетеней.

В. А. Шандра с начала 1970-х гг. руководил научным направлением кафедры «Пути повышения эффективности журналистики». Оно опиралось на формулу мастера очерков Анатолия Аграновского: «Хорошо пишет не тот, кто хорошо пишет, а кто хорошо думает». Знаменитый известиец имел в виду, прежде всего, способность к скрупулезному и оригинальному анализу как непременной составляющей мастерства публициста. И есть еще много азов и истин, которые открывает методика журналистского творчества, есть еще правовые и этические нормы профессии, методы и приемы социологии, психологии, экономики журналистики и многое другое, чему обучают на факультетах журналистики. Понятия «профессионал» и «дилетант» были своего рода критериями оценки уровня профессиональных знаний. Но в каждом профессионале живет свой дилетант и в каждом дилетанте скрыт профессионал. Профессионализм не всегда является преимуществом, а дилетантизм — недостатком. Тема эффективности журналистики стала особенно актуальной после XXIV (1971) и XXV (1976) съездов КПСС.

В 1959 г. в Средне-Уральском книжном издательстве по инициативе и под редакцией Е. Я. Багреева вышел первый сборник научных статей «Опыт печати — на службу пятилетке», который объединял статьи восьми преподавателей факультета журналистики УрГУ. Евгений Яковлевич также выступил инициатором и научным редактором сборников «Вопросы журналистики» (1960), «Из истории партийной и советской печати» (1960), «Трибуна народа» (1962), «Газетные жанры» (1962). В 1967 г. факультет журналистики УрГУ выпустил сборник «В. И. Ленин и печать». Продолжили традицию коллективные научные сборники «Вопросы истории печати» (1974, ответственный редактор А. И. Курасов).

В 1973 г. Е. Я. Багреев ушел на пенсию, а 1 сентября 1982 г. его не стало. 25 декабря 2010 г. Евгению Яковлевичу Багрееву исполнилось бы 110 лет.

Синергетические усилия уральских ученых не остались без внимания журналистского сообщества страны. В 1965 г. накануне 30-летия высшего журналистского образования на Урале в Доме работников культуры Свердловска прошло заседание пресс-клуба журнала «Советская печать», созванное редакцией журнала вместе с бюро Свердловской областной журналистской организации. На заседание собрались редакторы областных, ряда городских многотиражных газет, журналов, работники издательств, руководители университета и преподаватели факультета журналистики, соборы центральных газет, студенты. Их выступления были опубликованы в последующем номере журнала [9, 16–23].

В обсуждении приняли участие декан факультета журналистики С. Г. Александров, заместитель председателя областной журналистской организации Е. Макаров, старший преподаватель В. В. Кельник, редактор газеты «Вечерний Свердловск» С. Ф. Мешавкин, кандидат философских наук В. А. Шандра, редактор газеты «Тагильский рабочий» А. Ермаков, редактор многотиражной газеты К. Сутягина, ответственный секретарь газеты Уралмашзавода М. Ергина, старший преподаватель В. А. Павлов, редактор областной газеты «На смену!», инженер машиностроительного завода выпускник факультета Л. Стровский, кандидат исторических наук А. И. Курасов, главный редактор Средне-Уральского книжного издательства Б. Л. Крупаткин, кандидат филологических наук П. А. Вовчок, редактор верхнепышминской газеты «Красное знамя» А. Мальцев, председатель правления Свердловской областной журналистской организации, редактор газеты «Уральский рабочий» И. С. Гагарин. Отчет о заседании пресс-клуба подготовил специальный корреспондент журнала Е. Каменецкий [Там же, 16–23]. Было отмечено, что в последние годы журналистская наука «развивалась достаточно активно», но не было степеней и званий.

Проведение журналом «Советская печать» заседания пресс-клуба стало одним из мероприятий, завершающих период становления журналистской науки на Урале (1959–1966).

1. Багреев Е. Слово о журналистской науке // Сов. печать. 1959, № 2.
2. Бузунов Е. Я. По-большевистски готовить кадры // Большевистская печать (Свердловск). 1936. № 8–9.
3. Исхаков Р. Л., Ситникова М. В. Прикосновение к харизме. Екатеринбург, 2006.
4. Копяк Л. И. В. И. Ленин о принципах и общественных функциях печати нового типа. Свердловск, 1968.
5. КПСС в резолюциях. 1971. Т. 7.
6. Лазутина Г. В. К. Маркс и В. И. Ленин о некоторых аспектах журналистики как рода деятельности // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 11 : Журналистика. 1971. № 3.
7. Новожиллов И. Г., Овчинников В. А. Рабселькоры о себе: социологический очерк. Свердловск, 1969.
8. Пирамидин В. А. Читатель и газета. Свердловск, 1967.
9. Советская печать. 1965. № 11.
10. Уральский университет. 1970. 5 окт.
11. Факультет журналистики Московского государственного университета. М., 2005.
12. Шандра В. А. Печатная партийная пропаганда: методология и практика. Свердловск, 1976.

*Статья поступила в редакцию в 04.05.2010 г.*

# ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.923 + 316.61

**Е. А. Вопнерук,  
Н. С. Минаева**

## **УСТАНОВКИ НА ИЗМЕНЕНИЕ И СОХРАНЕНИЕ КАК ОСНОВА ТИПОЛОГИИ ЛИЧНОСТИ**

Обсуждаются установки личности на сохранение и изменение как основание для построения типологии личности, взаимосвязь установочных механизмов с личностными и мотивационными особенностями, типология личности по рассматриваемому критерию.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** личность, установки на сохранение и изменение, типология.

Проблема типологии личности является одной из вечных проблем, к которой обращаются психология, философия, социология, история, литература. Например, в литературе XIX в. исследование типов личности велось такими мыслителями, как В. Г. Белинский, А. И. Герцен, Н. Г. Чернышевский, Д. И. Писарев, Ф. М. Достоевский, Л. Н. Толстой и др. Их наследие в целом и проблема типов в частности остаются предметом дискуссий для многих современных исследователей. Большой вклад в систематизацию научных представлений по типологизации личности внесли труды М. Вебера, В. А. Ядова, Е. В. Шороховой, Э. Фромма и других авторов.

В рамках психологических исследований типов личности объединение в классы (типы) происходит на основе одного или нескольких критериев. **Тип** — это

---

ВОПНЕРУК Елена Александровна — ассистент кафедры социальной психологии и психологии управления Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: vorpneruk\_e@mail.ru).

МИНАЕВА Наталья Сергеевна — кандидат философских наук, доцент, завкафедрой социальной психологии и психологии управления Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: minaeva@rambler.ru).

© Вопнерук Е. А., Минаева Н. С., 2010

эталон, которому соответствует определенная совокупность, нечто образцовое, наиболее вероятное для данной конкретной системы. Согласно Э. Фромму [5], типы — это репрезентативные для различных групп разряды, категории, объединенные общностью внутренних или внешних черт. Выделение типов позволяет создавать разбиение некоторой изучаемой совокупности объектов на обладающие определенными свойствами упорядоченные и систематизированные группы с помощью идеализированной модели, в то время как общее объединяет совокупность объектов, по определенному признаку составляющих группу.

Тип личности понимается нами не как непосредственная данность, а как теоретическая модель, с которой соотносится реальная действительность. Вне границ меры определенного типа личности те или иные индивиды оказываются в том случае, если они в своем индивидуальном бытии разделяют способности, объективно противодействующий практической реализации логической модели этого типа [7].

При построении типологии личность рассматривается как целостное образование, не сводимое к сумме отдельных личностных факторов. В то же время следует обратить внимание на такие факторы, как время и окружающая действительность, оказывающие существенное влияние на формирование личности, а следовательно, и на типичные формы мышления и поведения людей. Поэтому в идентичных условиях (исторических, социальных, политических, культурных и пр.) должны формироваться схожие типы личности.

Сам термин «тип личности» используется, в зависимости от контекста, в двух значениях:

- как идеализированная модель личности, определяемая конфигурацией двух и большего числа черт и не сводимая к их простой комбинации;
- обобщенный абстрактный образ, в котором наиболее полно и целостно выражены качества (признаки, свойства, отношения, тенденции развития и т. д.) некоторой группы людей.

Единой типологии личности не разработано, поскольку не найден универсальный критерий для типологизации. Возможно, его просто не существует, поскольку личность является многомерной и сложной системой и каждый исследователь смотрит на человека со своей стороны, в определенных исторических условиях.

Многообразные концепции типов личности можно объединить в три блока на основе используемого признака типологизации:

- 1) внешние характеристики (строение тела, особенности выражения лица, типичные позы и т. п.) — Э. Кречмер, У. Шелдон;
- 2) биопсихические характеристики (сила нервной системы, скорость протекания реакций и др.) — И. П. Павлов, Б. М. Теплов, В. Д. Небылицын;
- 3) психологические характеристики (направленность личности, черты характера и т. д.) — К. Г. Юнг.

К **первому блоку концепций** можно отнести типологические системы Э. Кречмера и У. Шелдона. Немецкий психиатр Э. Кречмер разработал способ объективной классификации индивидов на основе ограниченного числа категорий, относящихся к **телосложению**. Он считал, что между телосложением и

поведенческими проявлениями существуют важные отношения и что существуют связи телосложения со стереотипами поведения нормальных субъектов. Продолжатель идей Э. Кречмера — У. Шелдон также считал, что структура тела играет важнейшую роль как первичная детерминанта поведения, кроме того, существует ряд объективных переменных, которые могут служить основой для описания телосложения и поведения.

Рассматривая теории типов личности, где объединение в группы происходит на основании **биопсихических характеристик**, можно обратиться к физиологическому учению о темпераменте И. П. Павлова, Б. Б. М. Теплова и В. Д. Небылицына. Они считали, что динамические свойства поведения личности имеют физиологическую базу — некоторые особенности функционирования физиологических структур закреплены в темпераменте человека. Так, в основу типологии И. П. Павловым были положены следующие свойства нервной системы: сила, подвижность нервных процессов, уравновешенность. Позднее представления о свойствах типа высшей нервной деятельности человека получили дальнейшее развитие. В частности, Тепловым и Небылицыным были открыты новые свойства нервной системы: энергичность (выносливость), пластичность (подвижность), скорость и эмоциональность. При этом все эти компоненты биологически и генетически обусловлены.

Основой для типологии личности, помимо особенностей телосложения и биопсихических свойств, могут стать и **разнообразные личностные конструкты**, например, акцентуации. Это понятие было введено К. Леонгардом. Акцентуации представляют собой крайние проявления черт характера, которые могут отражать изменчивость или устойчивость поведения. Акцентуации характера проявляют повышенную устойчивость в отношении некоторых неблагоприятных условий, специфичную для каждого из типов акцентуаций. Таким образом, акцентуация может рассматриваться как некоторая рамка, в пределах которой существует допустимая вариативность и изменчивость поведения. Идеи К. Леонгарда о связи черт характера и избирательного отношения личности к психологическим воздействиям продолжали А. Н. Личко, П. Б. Ганнушкин и др.

Большой опыт психиатрической работы и наблюдений подвел и К. Г. Юнга к построению собственной типологии личности. [6] В основу типологии была положена идея об *установке как отражении направленности личности*. Типология личности на основе направленности личности позволяет не ставить клеймо на человека раз и навсегда. В ней отсутствуют косность и ригидность, что позволяет точнее относить человека к некоторому идеальному образу или репрезентативной группе, в которой человек живет и постоянно развивается, изменяется. Тем самым снимается вопрос об однозначном и стереотипном восприятии человека, отнесенного к некоторому типу. Проблема направленности личности — это, прежде всего, вопрос о динамических тенденциях, которые в качестве мотивов определяют человеческую деятельность и жизнь.

Интроверсия и экстраверсия как типы установок означают диспозицию, обуславливающую в значительной степени психический процесс в целом, поскольку она характеризует предрасположенное реагирование и тем самым

определяет не только образ действия и вид субъективного опыта, но и характер бессознательной компенсации. В разных ситуациях активируются различные тенденции и установки, что позволяет человеку быть изменчивым в пределах типа. Именно существенные различия внутри самих групп интровертов и экстравертов побудили Юнга к поиску критериев, подходящих для обозначения различий характеров. В качестве критериев различения внутри одного типа установки Юнг рассматривал *психические функции*: мышление — чувства, ощущение — интуиция. Мышление и чувства являются альтернативными способами принятия решения. Ощущение и интуиция характеризуют способы получения информации. В борьбе за существование и приспособление каждый человек инстинктивно использует свою наиболее развитую функцию, которая в результате становится критерием привычного способа реагирования. У каждого человека доминирует тот или иной процесс, который в сочетании с интро- или экстраверсией индивидуализирует путь развития личности. Нас же будут интересовать установки, реализуемые человеком во взаимодействии с существующим миром.

Также Юнг считает, что общий тип установки (экстраверсия — интроверсия) не зависит только от воспитания, общества или культуры. Установочные реакции *зависят как от внешней ситуации, объекта, так и от внутренних, субъективных факторов* (потребностей). Это различие в установке к тому или иному типу есть наиболее комфортный способ приспособления, адаптации человека. Но, с другой стороны, Юнг рассматривает эти две установки как противоположные механизмы психической деятельности, которые свойственны каждому человеку. Однако внешние обстоятельства и внутренние диспозиции часто благоприятствуют работе одного механизма в ущерб другому, что влечет перевес в сторону работы одного механизма. И если такое состояние становится преобладающим, то возникает тип, привычная установка, где доминирует один из механизмов.

Для нас важно подчеркнуть, что тип не является чем-то predetermined и неизменным. Тип — это некоторые рамки, в которых обнаруживаются характерные свойства, существенные качественные признаки личности. Кроме того, формирование и развитие личности обусловлено не столько внешними (телосложение) или внутренними (тип нервной системы) факторами, о чем говорили ряд исследователей, сколько их взаимодействием, что обязывает рассматривать человека в совокупности его внутренних качеств и внешних ситуаций.

*Устойчивость* личности характеризует последовательность ее действий и предсказуемость ее поведения, придает ее поступкам закономерный характер. Ощущение устойчивости собственной личности и личности другого — важное условие внутреннего благополучия человека. Тем не менее во многих исследованиях обнаружено, что поведение человека довольно вариативно, особенно если рассматривать личность не в течение длительного периода времени, а от ситуации к ситуации. Более того, *изменчивость* при определенных обстоятельствах рассматривается как положительное личностное свойство, которое позволяет человеку развиваться и приспосабливаться к новым условиям жизни.

Как отмечал А. Н. Леонтьев [3], личность, выступая активной структурой в развивающейся системе отношений, оказывается носителем двух тенденций:



тенденции к сохранению, воспроизведению родового опыта системы и тенденции к изменению, «расширенному воспроизводству», что обеспечивает появление в системе инноваций. В первом случае, по мнению А. Г. Асмолова, личность будет проявлять утилитарные функциональные качества, через которые она проявляется как представитель времени и общества, а во втором — в личности будут проявляться самобытные индивидуальные системные качества.

Очевидно, должен существовать некий общесистемный механизм, характеризующий одновременно как степень открытости личности навстречу изменениям, обеспечивающим прирост возможностей — детерминант последующего самодвижения, так и степень устойчивости личности, вынужденной сохранять свою качественную специфику в потоке изменений, которые обеспечивает сам факт открытости системы. Мы полагаем, что таким общесистемным механизмом могут выступить *установки*. Общий механизм образования установки на том или ином ее уровне описывается формулой  $P \rightarrow D \leftarrow C$ , где  $P$  — потребность,  $D$  — диспозиция,  $C$  — ситуация или условия деятельности. Именно установка включает в себя учет как внешних, так и внутренних факторов [1].

Таким образом, отвечая на вопрос: что отвечает за сохранение и изменение личности, а также ее поведения, можно указать на существование особого регуляционного механизма — установок. Это типичный для всех людей механизм, а особенности реализации установок на сохранение и изменение в конкретных ситуациях и определяют индивидуальность, уникальность каждой личности.

Для выявления типов личности на основе установок на сохранение и изменение нами было проведено исследование. В нем приняли участие 358 человек, проживающих в Екатеринбурге и городах Свердловской области. Из них 120 — старшеклассники средних образовательных учреждений, 131 — студенты третьего курса и 107 — работающие специалисты. Выделение данных групп обусловлено уровнем взаимодействий со средой, который рассматривается нами по следующим параметрам: длительность и интенсивность. Для выражения параметра «длительность взаимодействия» человека со средой мы взяли возраст как показатель освоения человеком культурно-исторического опыта. Параметр «интенсивность взаимодействия» может быть выражен через количество и качество контактов человека. Индикатором интенсивности взаимодействий со средой стало количество освоенных социальных ролей (школьник, студент, работник, супруг(а), родитель). Соответственно выборка исследования состоит из группы старшеклассников средних образовательных учреждений (группа с минимальным опытом взаимодействия со средой), студентов вузов (промежуточная группа) и работающих специалистов (группа с большим опытом взаимодействия со средой).

Для выявления выраженности установок на сохранение и изменение была разработана анкета. За основу был взят анализ взаимодействия человека с феноменами среды: «вещи», «люди», «места», «организации», «информация» [2, 4].

С помощью факторного анализа были выделены четыре фактора, кумулятивный процент дисперсии равен 72. То есть данные четыре фактора объясняют 72 % изучаемого явления. Такой показатель является достаточно высоким. Два фактора («устойчивость “я”» и «изменчивость “я”») отражают *личностный*

уровень проявления установочных реакций, а другие два (информационный фактор и фактор ситуативной изменчивости) являются *ситуационными* факторами установочных реакций, связанными в первую очередь с внешними обстоятельствами.

Проведенное исследование, включающее анализ ситуаций и личностных факторов, показало, что можно говорить о двух типах личности: один направлен на изменение, второй — на сохранение. Отнесение испытуемых к определенному типу осуществлялось на основе соотнесения показателей факторов изменчивости «я» и устойчивости «я». Среди исследуемой выборки 77 человек могут быть отнесены к типу, ориентированному на сохранение. Это люди, у которых показатель личностного установочного фактора «устойчивость “я”» выше, чем показатель личностного установочного фактора «изменчивость “я”». 280 человек мы отнесли к типу, ориентированному на изменение («изменчивость “я”» преобладает над «устойчивостью “я”»), и одного человека — к промежуточному типу. К промежуточному типу мы относим респондентов с одинаково выраженными тенденциями как к сохранению, так и изменению.

Из таблицы видно, что около половины всех людей, относящихся к типу, ориентированному на сохранение, являются школьниками (52 %). Встречаемость данного типа снижается практически в два раза у студентов и работающих. Можно предположить, что эта закономерность связана с опытом социальных отношений: подростки находятся в стадии формирования и это заставляет их стремиться к сохранению, накоплению всего, что существует в среде, в то время как студенты и работающие люди, обладая определенной зрелостью, стараются привнести изменения в свою жизнь и в среду вообще.

#### Выраженность типа личности в зависимости от опыта социальных отношений и пола

Группа	Тип, ориентированный на сохранение		Тип, ориентированный на изменение	
	частота	%	частота	%
Школьники	40	<b>51,9</b>	79	28,2
Студенты	20	26,0	111	<b>39,6</b>
Работающие	17	22,1	90	32,1
мужчины	31	40,3	84	30,0
женщины	46	59,7	196	<b>70,0</b>
Итого	77	100,0	280	100,0

Вероятность появления типа, ориентированного на изменение, в зависимости от опыта социальных отношений практически одинакова. Однако существует небольшой перевес в студенческой группе (40 %), что говорит о более вероятном проявлении данного типа в студенческой выборке. Студенческую группу часто называют маргинальной, поскольку для студентов характерна

определенная оторванность от прежнего образа жизни и неукорененность в новом. Возможно, этим и объясняется преобладание именно студентов в типе, ориентированным на изменение.

Рассматривая выраженность типов в зависимости от уровня социального взаимодействия, мы увидели следующее: тип с ориентацией на сохранение в большей степени представлен в выборке школьников (52 %), а в выборке студентов и работающих этот тип менее представлен (26 % и 22 % соответственно). Тип с ориентацией на изменение в 40 % случаев представлен студенческой выборкой. 32 % и 28 % — вероятность проявления данного типа в выборках работающих и школьников соответственно.

Если обратиться к половым различиям, то среди исследуемых мужчин 27 % может быть отнесено к типу с ориентацией на устойчивость и 73 % — к типу с ориентацией на изменение. Среди женщин выраженность типа с ориентацией на сохранение несколько ниже — 19 %, а с ориентацией на изменение выше — 81 %.

Рассмотрение соотношения тенденций к устойчивости и изменчивости позволяет построить типологию личности. При этом следует отметить, что преобладание одной из установочных тенденций не отменяет существование другой установочной тенденции — в личности одновременно есть и то и другое. Понимание установок как механизмов становления и развития личности позволяет понять смену доминирующей тенденции у человека. Так, среди выборки школьников преобладает тип с ориентацией на сохранение, в студенческой выборке — тип с ориентацией на изменение. В выборке работающих людей вероятность проявления типа с ориентацией на изменение и типа с ориентацией на сохранение примерно одинакова. Можно предположить, что сама ситуация заставляет одних изменяться, а других стремиться сохранить все как есть.

1. Асмолов А. Г. Деятельность и установка. М., 1979.
2. Вопнерук Е. А., Минаева Н. С. Исследование личности: установки на сохранение и изменение социальной реальности // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 2 (75). С. 7–16.
3. Леонтьев А. Н. Деятельность, сознание, личность. М., 1975.
4. Тоффлер Э. Шок будущего / авт. предисл. и науч. ред. П. С. Гуревич ; пер. с англ.: Е. Руднева и др. М., 2001.
5. Фромм Э. Человеческая ситуация / под ред. Д. А. Леонтьева. М., 1995.
6. Юнг К. Г. Психологические типы / под общ. ред. В. Зеленского ; пер с нем. С. Лорие. М., 1996.
7. *Maisonnewe J., Lamy L. Psychosociologie de l'amitié. Puf, 1993.*

Статья поступила в редакцию 10.11.2010 г.

УДК 614.8 + 159.922 + 316.6

**В. С. Кошкарров,  
А. В. Трошунин****ОЦЕНКА ПРОЯВЛЕНИЙ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ, ВОЛЕВЫХ  
ПОВЕДЕНЧЕСКИХ КАЧЕСТВ У СОТРУДНИКОВ МЧС РОССИИ  
В СТРЕССОВЫХ И ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ СИТУАЦИЯХ**

Приводятся данные, которые были получены в результате наблюдений и исследований деятельности пожарных и курсантов МЧС России. Выделяются основные отличия в особенностях деятельности сотрудников территориальных подразделений пожарной охраны и курсантов Уральского института ГПС МЧС России, которые обуславливают различные реакции на экстремальные ситуации.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** экстремальные ситуации, стресс, пожарная охрана, тревожность.

Профессии риска существуют в организациях с особыми уставными отношениями и регламентируются нормативными документами как по вертикали, так и по горизонтали. К таким организациям относятся вооруженные силы всех родов войск, и прежде всего сотрудники силовых структур. Профессия пожарного связана с последним типом уставных организаций.

Длительное воздействие стрессогенных факторов, наличие постоянной угрозы для жизни, вероятность гибели, ранения, травматизации предъявляют высокие требования не только к уровню профессиональной подготовленности, но и к психологическим качествам личности, детерминирующим психологическую готовность к деятельности в экстремальных условиях [1].

У сотрудников, имеющих примерно равные показатели профессиональной подготовки, результат служебной деятельности может быть различным, так как человек может находиться в различном состоянии психологической готовности к ситуации. Также необходимо учитывать следующие факторы:

- содержание служебных задач, их трудность и экстремальность;
- опыт деятельности сотрудника в стрессовых ситуациях;
- обстановку, в которой приходится находиться сотрудникам;
- мотивацию сотрудника, стремление к положительному результату.

В ходе проведенного исследования использовались психодиагностические тестовые методики, позволяющие выявить количественные характеристики проявления эмоциональных, волевых, поведенческих качеств, а также особенности проявления стресса и психологической готовности сотрудников к деятельности в экстремальных и стрессовых ситуациях [8].

---

КОШКАРОВ Вадим Сергеевич — преподаватель Уральского института государственной противопожарной службы МЧС России, Екатеринбург (e-mail: Kochkarov.77@mail.ru).

ТРОШУНИН Александр Вадимович — кандидат медицинских наук, доцент Уральского института государственной противопожарной службы МЧС России, Екатеринбург (e-mail: troschuninalekandr@yandex.ru).

© Кошкарров В. С., Трошунин А. В., 2011

Оценка и прогнозирование психологической готовности сотрудников являются профессионально значимыми для силовых структур Российской Федерации, так как от них зависит не только эффективность оперативно-служебной деятельности сотрудников, но и их личная безопасность.

Анализ научной литературы показывает, что проблема оценки стрессоустойчивости к деятельности и оценки качеств сотрудников еще недостаточно разработана в психологической науке, отсутствуют системные, научно обоснованные практические рекомендации по оценке деятельности сотрудников МЧС России в экстремальных условиях.

Цель работы — определение влияния условий деятельности сотрудников МЧС России на выработку у них стрессоустойчивости.

Объектом исследования выступали курсанты 5-го курса Уральского института государственной пожарной службы (ГПС) МЧС России в количестве 35 человек, в возрасте 21 года, не имеющие опыта работы в экстремальных ситуациях, очной формы обучения (с обязательным посещением всех занятий), а также сотрудники МЧС России со стажем работы от 14 лет и более в количестве 35 человек, принятые на службу в течение 1989–1998 гг. и периодически находящиеся в стрессовых и экстремальных ситуациях.

Предметом исследования являлась стрессоустойчивость к деятельности в экстремальных условиях, особенности ее проявления.

Нами были выдвинуты следующие гипотезы:

1. Практическая деятельность сотрудников силовых структур формирует жизненный опыт, являющийся основой высоких профессиональных качеств.

2. Высокий уровень стрессоустойчивости, приобретенный сотрудниками силовых структур, помогает им выжить в чрезвычайных ситуациях, уверенно выполнять функциональные обязанности и с минимальными потерями преодолевать стрессовые ситуации.

Одной из важнейших задач исследования было выделение групп сотрудников и курсантов по уровням стрессовых состояний и определение структуры проявлений основных компонентов эмоционального, волевого и поведенческого стресса.

Перед тем как мы приступили к диагностированию, была проведена беседа с сотрудниками МЧС (пожарными и курсантами), изложены инструкции и объяснен порядок заполнения бланков тестов и анкет.

Для проведения исследования применялись следующие методики:

— опросник личностной и ситуативной тревожности Спилберга — Ханина;  
— методика определения стрессовой устойчивости и социальной адаптации Холмса и Раге;

— методика определения копинг-поведения в стрессовых ситуациях (Норман, Паркер), которая предназначена для изучения преобладающего поведения при стрессовых ситуациях;

— анкета «Соотношение различных факторов риска в деятельности сотрудников МЧС».

Анкетное исследование выявило субъективное отношение сотрудников и курсантов к факторам риска. В табл. 1 приводятся данные, полученные по показателю тревожности у пожарных и курсантов.

Таблица 1

## Показатели тревожности у пожарных и курсантов

Социальный статус	%	Стаж работы	Реактивная тревожность	Личностная тревожность
Пожарные	77	14–18	Умеренная	Умеренная
	8	19–22	Высокая	Высокая
	8	15–19	Умеренная	Низкая
	3	15	Низкая	Умеренная
	3	20	Высокая	Умеренная
	3	0	Умеренная	Умеренная
Курсанты	71	0	Умеренная	Умеренная
	3	0	Низкая	Низкая
	3	0	Высокая	Высокая
	6	0	Умеренная	Высокая
	14	0	Низкая	Умеренная
	3	0	Низкая	Высокая

Были выявлены следующие закономерности: независимо от практической деятельности (курсанты это или пожарные), жизненный опыт данных групп несущественно повлиял на показатели личностной и реактивной тревожности. Это связано с тем, что в Уральском институте ГПС МЧС России (далее — институт) важным фактором обучения является подготовка курсантов к профессиональной адаптации, что обеспечивается различными формами наставничества, стимулированием каждого курсанта к раскрытию личностных качеств, необходимых в профессиональной деятельности, формированием у обучающихся эмоционального, волевого, мотивационного, когнитивного, поведенческого компонентов, которые в дальнейшем будут обуславливать практическую деятельность [2].

Высокая тревожность у пожарных может характеризоваться склонностью к появлению состояния тревоги в чрезвычайных ситуациях, низкая личностная тревожность может являться результатом активного вытеснения чувства тревоги.

Что же касается курсантов, то высокая тревожность у них, на наш взгляд, свидетельствует о незавершенности их личностного развития, неуверенности в будущем. Низкая реактивная тревожность требует особого внимания к мотивам их деятельности и повышения чувства ответственности, связанного с окончанием учебы в институте и будущей профессиональной деятельностью.

У курсантов института преобладает личностная тревожность. Это связано с тем, что ситуации, требующие значительного физического и психоэмоционального напряжения, встречаются у них реже, чем у сотрудников действующих формирований ГПС [4]. Количество людей с умеренной тревожностью (74 %) преобладает над количеством людей с высокой и низкой тревожностью (26 %).

Результаты обработки данных, определяющих стрессовую устойчивость и социальную адаптацию, представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Распределение пожарных и курсантов по степени стрессовой устойчивости, %**

Степень сопротивляемости стрессу	Пожарные	Курсанты
Высокая	66	77
Пороговая	17	14
Низкая (ранимость)	17	8

Значимыми факторами, вызывающими стресс у курсантов, явились повышенная нагрузка в институте (31 % опрошенных), проблемы и конфликты с начальством (34 %) и неуверенность в будущей деятельности.

Для сотрудников пожарной службы на первое место вышли социальные проблемы. Мы определили, что для пожарных условия жизни — большой стресс, чем условия работы.

При обработке данных по методике Холмса и Раге у курсантов и пожарных были выявлены следующие показатели: высокая стрессовая устойчивость составила 71 %, а пороговая и низкая — 29 %. Из этого можно сделать вывод, что высокий уровень стрессовой устойчивости преобладает над другими видами стрессовой устойчивости (пороговая, низкая), вне зависимости от того, курсанты это или действующие сотрудники пожарной охраны, что связано с личностным качеством и профессиональным отбором в данную структуру.

Вся система обучения рискованным профессиям в МЧС России способствует становлению и развитию таких личностных качеств сотрудников, как высокая оперативная адаптация в сложных ситуациях, высокая стрессовая устойчивость и способность организовывать и руководить выполнением служебных задач без негативного эмоционального проявления. Эти личностные качества характерны для кадровых структур МЧС России, связанных с подготовкой руководящего состава, способного принимать верные управленческие решения в сложных ситуациях [3].

При обработке методики определения копинг-поведения в стрессовых ситуациях мы получили следующие результаты. Независимо от того, каким видом деятельности занимаются сотрудники МЧС России: обучением — курсанты или непосредственно практической деятельностью — пожарные, преобладающим копинг-поведением является стратегия на решение задачи (79 %). Стратегия на эмоции при проведении исследования выявлена не была. Стратегия избегания использовалась в 21 % случаев.

Стрессовые ситуации в экстремальных условиях стимулируют выработку конструктивных стратегий поведения, которые отличаются:

- характером активности (преобразующая или приспособительная стратегии);
- степенью инициативности (наступательная или оборонительная);

- степенью решительности (смелая или осторожная);
- степенью самостоятельности (самостоятельная, подражательная, исполнительская);
- степенью оригинальности (творческая или стандартная);
- степенью стабильности (постоянная или гибкая) [9, 10].

Наиболее успешны активно-преобразующая, поступательная, решительная, творческая, гибкая стратегии.

Проанализировав анкетные данные «Соотношение различных факторов риска в деятельности спасателей МЧС», которые представлены в табл. 3, мы получили следующие результаты: в деятельности курсантов и пожарных просматриваются два фактора риска — внешний и внутренний. В отношении первого фактора мы видим одинаковые тенденции, в основе которых лежат надежность функционирования экономики страны и степень сплоченности. Можно заметить, что 64 % молодежи в нашей стране интересуется политикой и лишь 32 % относится к ней равнодушно.

Таблица 3

**Соотношение различных факторов риска  
в деятельности сотрудников МЧС России, %**

Факторы риска	Пожарные		Курсанты	
	+	–	+	–
Внешние факторы — макросреда				
1. Надежность функционирования экономики страны	100	0	100	0
2. Степень сплоченности, единства общества перед лицом внешней угрозы	76	24	100	0
3. Отношение народа к политике государства	32	68	64	36
4. Социально-политическая, этническая, религиозная, морально-психологическая обстановка в регионе выполнения служебных задач	28	72	30	70
5. Наличие в обществе пессимистических настроений	75	25	62	38
Внутренние факторы — микросреда				
1. Качество профессиональной подготовки	95	0	100	0
2. Условия дислокации подразделения сотрудников	39	61	41	59
3. Укомплектованность группы сотрудников	68	32	36	64
4. Неподготовленность сотрудников к разрешению данной проблемной ситуации	0	100	27	73

Таким образом, сравнивая соотношение различных факторов риска для курсантов и пожарных, показатели их субъективного мнения, мы можем с уверенностью констатировать, что человек в принципе может в определенных пределах изменять соотношение подконтрольной ему части факторов. Это в первую очередь связано с копинг-поведением и стрессоустойчивостью. Личностным



свойством является экстремальная устойчивость. Каждый может усовершенствовать это качество, подготовить себя к стрессовым ситуациям в экстремальных условиях, обеспечить себе безопасность [7].

Поведение в экстремальных стрессогенных условиях, отношение к опасности у сотрудников силовых структур имеют психофизиологические предпосылки, но под влиянием социально-психологических особенностей могут трансформироваться. Они превращаются в личностную, социально обусловленную индивидуальную особенность каждого, становятся компонентом его экстремальной устойчивости, включающим [5]:

- повышенную активность мотивационных, познавательных, эмоционально-волевых элементов психической деятельности;
- актуализацию и доминирование главных личностных качеств;
- духовный подъем и мобилизацию сил;
- ситуативность поведения, успешные стратегии поведения.

Указанные выше положительные качества сотрудников силовых структур помогают им преодолевать с меньшими потерями стрессовые ситуации, а психологическая устойчивость к экстремальным условиям помогает им выжить. Она вырабатывается и формируется одновременно с развитием личности и зависит от типа нервной системы человека, от опыта личности, приобретенного в той среде, где она развивалась, от выработанных ранее навыков поведения и действия, а также от уровня развития основных познавательных структур личности. Успех в экстремальных ситуациях не может быть случайным. Он создается, выковывается, рождается как продукт активной, упорной, целеустремленной деятельности, ориентированной на полный результат.

Психологическая экстремальная стрессогенная устойчивость у сотрудников силовых структур — это системный продукт всей психической деятельности и в решающей степени зависит от базовых, социально детерминированных свойств личности.

Профессионализм сотрудников силовых структур, высокий уровень противостояния различным стрессовым ситуациям обусловлены эмоциональными, волевыми, мотивационными, когнитивными, поведенческими факторами, помогающими им в полной мере продолжать профессиональную карьеру в любом возрасте.

В целом можно отметить, что большинство сотрудников в структуре МЧС имеют эффективную профессиональную позицию, позволяющую им грамотно осуществлять свою деятельность [6].

---

1. *Айдаралиев А. А., Максимов А. А.* Адаптация человека в экстремальных условиях. М., 1991.

2. *Бодров В. А.* Психологический стресс: развитие учения и современное состояние проблемы. М., 1995.

3. *Китаев-Смык Л. А.* Психология стресса. М., 1995.

4. *Лебедев Л. И.* Личность в экстремальных условиях. М., 1989.

5. Психологическое обеспечение деятельности органов внутренних дел в экстремальных условиях : метод. пособие. М., 2001.

6. *Столяренко А. М.* Психологическая подготовка сотрудников органов внутренних дел. М., 1987.
7. *Судаков К. В.* Индивидуальная устойчивость к стрессу. М., 1998.
8. *Щербатов Ю. В.* Психология стресса. М., 2005.
9. *Krech L., Crutchfield R. S.* Theory and problems of social psychology. N. Y., 1948.
10. *Lazarus R. S., Launier R.* Stress-related transactions between person and environment // Pervin L. A., Levis M. Perspectives in inreractional psychology. N. Y., 1978.

*Статья поступила в редакцию 11. 02. 2011 г.*

УДК 159.922(07) + 159.9.072.59

**О. В. Кузьмина**

### **РАЗРАБОТКА И СТАНДАРТИЗАЦИЯ МЕТОДИКИ «ВРЕМЕННАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ ЛИЧНОСТИ»**

Представлены результаты стандартизации и валидизации авторской методики, позволяющей определять уровни выраженности компонентов временной компетентности личности. Осуществлена стандартизация методики, определены содержательный, конструкторный, критериальный, прогностический, дивергентный виды валидности, внутренняя согласованность утверждений в опроснике, ретестовая надежность. Результаты проведенных процедур позволяют заключить, что методика валидна, надежна и может использоваться как в исследовательских целях, так и практической работе.

**Ключевые слова:** временная компетентность личности, конструктивная, содержательная, прогностическая валидность, ретестовая надежность, внутренняя согласованность утверждений.

Социально-экономические изменения, происходящие в обществе, предъявляют к личности особые требования. На первый план выдвигается способность человека к рациональной организации деятельности в условиях лимита и дефицита времени. Успешность самоорганизации, своевременность предоставления результатов работы во многом определяются временной компетентностью личности.

Понятие временной компетентности личности в психологии анализируется с нескольких позиций. В рамках личностного подхода временная компетентность исследуется в контексте понимания времени жизни как ценности в системе личностных смыслов и ценностных ориентаций [2]. Компетентность во времени, согласно концепции А. Маслоу, свидетельствует о том, в какой степени человек живет в настоящем, а не концентрируется на прошлом или будущем [5].

С позиции деятельностного подхода временную компетентность рассматривают как набор различных обособленных характеристик личности, обеспе-

---

КУЗЬМИНА Ольга Викторовна — кандидат психологических наук, доцент кафедры общей психологии Уральского гуманитарного института, Екатеринбург (e-mail: kuzminaov@yandex.ru).

© Кузьмина О. В., 2011

чивающих успешность протекания деятельности. Так, в работах А. К. Болотовой, И. А. Яксиной под временной компетентностью понимается совокупность знаний и умений, связанных с адекватной оценкой единиц времени, конструированием временных лимитов общения, ощущением временного пространства взаимодействия, оптимальным построением взаимодействия во времени [1, 8]. И. С. Калинин компетентность во времени рассматривает через такие факторы, как осознанность и упорядочивание личных целей, их согласованность с целями близких людей и с целями организации, регулярное письменное планирование собственного времени, умение делегировать, оптимальное соотношение работы и отдыха, постоянное совершенствование навыков самоорганизации, наличие твердой воли, самоконтроля [3]. Предложенные концептуальные идеи не позволяют определить структуру, вскрыть механизмы развития временной компетентности и определить методы и приемы ее развития.

Временную компетентность, на наш взгляд, необходимо рассматривать как интегральную характеристику личности, включающую не только совокупность знаний, умений, навыков, обеспечивающих продуктивную реализацию алгоритма деятельности во времени, но и систему внутренних, психологических параметров, которые всегда четко осознаются человеком.

Структурные компоненты временной компетентности целесообразно анализировать на личностном и деятельностном уровнях. Такой подход позволяет целостно изучить данное явление. На личностном уровне происходит осознание необходимости регулирования времени, стремление личности контролировать время и представлять результаты работы к сроку. Уровень практической организации времени может рассматриваться через применение различных приемов организации деятельности с учетом показателей времени. Согласно данному подходу структура временной компетентности может быть представлена пятью компонентами: ценностно-смысловым, мотивационным, познавательным, рефлексивным, операционально-технологическим.

Ценностно-смысловой компонент включает отношение человека ко времени, осознание социальной значимости эффективной организации времени, личную ответственность за реализацию своего времени. Мотивационный раскрывает силу побуждения к организации времени жизни и деятельности, стремление реализовать свой потенциал в жизни. Познавательный включает в себя знания приемов организации своей деятельности и поведения во времени. Операционально-технологичный обеспечивает процессуальную сторону организации времени, раскрывает технологию действий человека в различных временных режимах. Рефлексивный раскрывает возможности человека осуществлять контроль временных показателей в процессе своей деятельности.

В настоящее время в психологии отсутствует диагностический инструментарий, позволяющий оценить компоненты временной компетентности. **Цель** данной публикации — изложение результатов разработки и стандартизации методики «Временная компетентность личности».

### Структура опросника

Структура опросника согласно уровням организации времени и структурным компонентам временной компетентности представлена двумя шкалами, состоящими из нескольких субшкал. Шкала «Осознание организации времени» раскрывает личностный уровень организации времени и позволяет исследовать ценностно-смысловой, мотивационный и рефлексивный компоненты временной компетентности. Данная шкала имеет три субшкалы: «Сохранение порядка»; «Потребность в выполнении работы к сроку», «Контроль времени».

Субшкала «Сохранение порядка» направлена на анализ степени осознания человеком необходимости планировать время, рационально его расходовать.

Субшкала «Потребность в выполнении работы к сроку» отражает мотивацию человека, направленную на выполнение деятельности своевременно, стремление быть организованным, работать без опозданий.

Субшкала «Контроль времени» раскрывает возможности человека осуществлять контроль времени через рациональное планирование, целеполагание, анализ затрат времени.

Шкала «Практическая организация времени» анализирует операционально-технологический компонент временной компетентности и содержит следующие субшкалы: «Интуитивная организация времени»; «Технологичность организации времени»; «Режим временной неопределенности»; «Режим точной временной заданности»; «Режим дефицита времени».

Субшкала «Интуитивная организация времени» позволяет определить, насколько человеку свойственно действовать без строгого планирования и организации времени.

Субшкала «Технологичность организации времени» направлена на определения степени использования в организации времени различных приемов.

Субшкалы «Режим временной неопределенности», «Режим точной временной заданности», «Режим дефицита времени» направлены на определения возможностей человека работать в каждом временном режиме.

### Стандартизация методики

При стандартизации методики были определены содержательный, критериальный, прогностический, дивергентный виды валидности. Надежность опросника определялась через измерение внутренней согласованности утверждений и ретестовую надежность.

В процедуре валидации методики принимали участие студенты Уральского гуманитарного института – УрГИ (449 человек), медицинские работники ОКБ № 1, ГКБ № 40 (80 человек), специалисты ЗАО «Управляющая компания “Верх-Исетская”» (40 человек). Общий объем выборки составил 569 человек.

*Содержательная валидность* теста осуществлялась через экспертную оценку вопросов и шкал теста. В качестве экспертов выступили три специалиста в области психологической диагностики, которые являются кандидатами психологических наук, доцентами кафедр УрГИ и УрГПУ (Уральский государ-

ственный педагогический университет). Структура опросника получила положительную оценку. В ходе оценки вопросов из опросника были исключены два вопроса в связи с возможностью получения двойственного ответа.

Оценка *конструктивной валидности* осуществлялась с помощью факторного анализа. Для выделения факторов применялся метод главных компонент. Для определения количества факторов был использован критерий Кайзера (число факторов равно числу компонент, собственные значения которых больше 1). Вращение факторов осуществлялось с использованием метода Varimax normalized. Интерпретация факторов производилась после вращения с выделением по каждой переменной наибольшей нагрузки. При расчетах использовался пакет программы SPSS STATISTICS 17.0.

Определение факторной структуры осуществлялось отдельно по шкалам согласно структуре опросника. Соединить эти шкалы в одну структуру не представляется возможным. Шкала «Осознание организации времени» направлена на анализ ценностных, мировоззренческих позиций личности. Вторая шкала «Практическая организация времени» позволяет оценить нейродинамические характеристики личности (скорость, выносливость) и умения применять различные приемы организации времени на практике. Пробное применение факторного анализа для двух шкал вместе не дало положительного результата. Полученные факторы не подлежали интерпретации. При отдельной факторизации шкал полученные факторы хорошо интерпретировались и соответствовали теоретической модели. Распределение факторных нагрузок по шкалам приведено ниже (табл. 1).

Таблица 1

**Факторные нагрузки и распределение утверждений  
по шкале «Осознание организации времени»**

№ п/п	Номер утверждения в опроснике	Содержание утверждения	Факторная нагрузка
<b>Субшкала «Сохранение порядка»</b>			
1	25	Каждый рабочий день я начинаю с определения того, что нужно сделать в первую очередь	0,773
2	1	Контролировать свое время нужно, несмотря ни на какие обстоятельства	0,733
3	57	Я стараюсь планировать свое время	0,679
4	65	Каждый день я ставлю перед собой цель и стараюсь ее достичь	0,597
5	9	При распределении времени я опираюсь на точные расчеты, а не на интуицию	0,508
6	33	В процессе работы я слежу за временем выполнения	0,502
7	49	Всегда слежусь за правилом «не трать время даром»	0,491
8	17	Я четко знаю свои цели на ближайшие три года	0,486
9	41	Я стремлюсь правильно планировать и организовывать свое время	0,430

Окончание табл. 1

№ п/п	Номер утверждения в опроснике	Содержание утверждения	Факторная нагрузка
<b>Субшкала «Потребность в выполнении работы к сроку»</b>			
1	4	Мне нравится, когда работа выполняется строго по графику без всяких изменений	0,699
2	28	Если меня просят к определенному сроку выполнить какую-либо работу, я стараюсь обязательно это выполнить и предоставляю работу в срок без опозданий	0,620
3	12	Если на какую-нибудь работу мне дается много времени, я распределяю время, работаю в привычном для себя темпе, а в оставшееся время отдыхаю	0,572
4	44	Мне нравятся организованные люди	0,564
5	20	Для меня не свойственно опаздывать	0,524
6	60	Человек должен уметь, несмотря ни на какие обстоятельства, организовывать свое время	0,475
7	36	Если на работу дано много времени, это позволяет мне качественно проработать все моменты от начала до конца и выполнить работу к сроку	0,453
8	52	При выполнении любого дела нужно знать срок его завершения	0,435
<b>Субшкала «Контроль времени»</b>			
1	7	Считаю, что нельзя научиться рационально распределять свое время	0,650
2	47	Планирование — напрасная трата времени, можно и без него	0,629
3	15	Срок выполнения работы всегда можно перенести на более поздний	0,610
4	39	Я не ставлю перед собой целей	0,536
5	55	Я почти никогда не анализирую, на что потрачено время	0,498
6	31	Рабочее время у меня определено расписанием, графиком, сам я ничего не планирую	0,478
7	63	Я не задумываюсь о планировании своего времени	0,456
8	23	Я считаю, что ставить цели в жизни нужно только в трудных ситуациях, а в целом можно жить без них	0,439

В табл. 1 представлены утверждения, имеющие факторные нагрузки более 0,4. Утверждения с более низкими нагрузками были исключены из первоначального состава базы утверждений методики. Также из опросника были исключены два утверждения («Время нужно организовывать»; «Время — деньги») со значимыми факторными нагрузками по двум шкалам. Содержание этих высказываний носит обобщающий характер. Общее число отсеянных утверждений составило 6. После удаления данных вопросов кумулятивный процент совокупной информационной ценности выделенных факторов составил 43,286.

В табл. 2 представлены утверждения с факторными нагрузками более 0,4. Утверждения, имеющие факторную нагрузку менее 0,4, были исключены из опросника как неинформативные. Кумулятивный процент составил 45,92.

Таблица 2

**Факторные нагрузки и распределение утверждений  
по шкале «Практическая организация времени»**

№ п/п	Номер утверждения в опроснике	Содержание утверждения	Факторная нагрузка
<b>Субшкала «Интуитивная организация времени»</b>			
1	51	Нужно жить в свое удовольствие, планирование и организация времени — это скука и ненужный труд	0,628
2	3	Планирую и распределяю время интуитивно, не используя никаких правил и техник	0,626
3	43	Когда у меня возникают трудности в организации времени, действую спонтанно, как получится	0,618
4	59	Осуществляю контроль времени только при его дефиците, в остальных режимах время не контролирую	0,549
5	19	Я не знаю никаких приемов и техник организации времени, опираюсь на свою интуицию	0,494
6	11	Интуиция лучше всякого расчета	0,459
7	27	Я ставлю цели в редких случаях, в основном живу без них	0,450
8	35	Я трачу время, не задумываясь над этим	0,422
<b>Субшкала «Технологичность организации времени»</b>			
1	6	Я знаю основные технологии планирования и организации времени	0,613
2	46	Прежде чем взяться за дело, мне необходимо собрать подробную информацию об условиях его выполнения и сопутствующих обстоятельствах	0,603
3	22	Я работаю с органайзером, записной книжкой, дневником и другими средствами, помогающими мне лучше управлять своим временем	0,590
4	54	У меня существует острая необходимость планировать свое время	0,586
5	38	Я ранее уже интересовался (лась) разными технологиями и методами управления временем	0,579
6	30	Когда я планирую время, то выделяю главные дела и второстепенные	0,571
7	62	Про меня говорят «у него все по полочкам разложено»	0,504
8	14	При организации своего времени я использую записи	0,501
<b>Субшкала «Режим временной неопределенности»</b>			
1	56	Ситуации, где нет четких временных ограничений, стимулируют мою активность и желание проявить свою самостоятельность	0,683

Окончание табл. 2

№ п/п	Номер утверждения в опроснике	Содержание утверждения	Факторная нагрузка
2	8	Мне нравится работать в ситуациях, где время никем не определено	0,637
3	32	Временная неопределенность самый желательный для меня режим работы	0,584
4	48	Избыток времени мне нравится, он развивает мою самостоятельность, творчество	0,552
5	40	Ситуации точной временной заданности лишают меня творчества и инициативы, думаю только о сроке	0,512
6	16	Когда меня просят выполнить работу к конкретному сроку, работаю ситуативно, без какой-либо системы, могу не уложиться в срок	0,439
7	24	Работа, где есть избыток времени, максимально подходит для меня	0,436
8	64	Мне не нравится работать в ситуациях, когда строго определен срок, это скучно	0,435
<b>Субшкала «Режим точной временной заданности»</b>			
1	5	Ситуации временного дефицита приводят меня в замешательство, мне трудно работать	0,706
2	53	Я люблю, когда все определено	0,690
3	21	Условия нормированного рабочего дня наиболее благоприятные для меня	0,683
4	29	Я не люблю разные перемены в жизни	0,572
5	45	Работа при дефиците времени меня напрягает и я быстро устаю	0,562
6	37	В работе нужно избегать ситуаций временного дефицита	0,534
7	13	Дефицит времени — не подходящий для меня временной режим	0,526
8	61	Режим временной заданности для меня комфортнее, чем дефицит и временная неопределенность	0,426
<b>Субшкала «Режим временного дефицита»</b>			
1	18	Для меня предпочтительнее работать в ситуации временного дефицита	0,672
2	50	Ситуации временного дефицита меня мобилизуют и мне комфортно работать	0,665
3	2	Мне нравится работать, когда есть дефицит времени	0,663
4	42	Для меня предпочтительны режимы работы, где есть временные ограничения и дефицит	0,663
5	10	Ситуация с заданным сроком выполнения работы для меня комфортнее, чем ситуации, когда срок нужно определять самому	0,534
6	26	Любую ситуацию свожу к дефициту времени и в ней комфортно работаю	0,520
7	34	Скорость работы меня не утомляет, мне комфортно	0,512
8	58	Я умею быстро работать	0,481



В целом можно констатировать, что разрабатываемая методика имеет простую факторную структуру, где каждая переменная имеет значимые нагрузки только по одному из факторов, а сами факторы ортогональны и не зависят друг от друга. Окончательный вариант опросника составил 65 утверждений. Эмпирическая структура шкал совпадает с теоретической как по количеству выделенных факторов, так и по их составу.

Доказательство *конвергентной валидности* осуществлялось через проверку ожидаемой корреляционной связи создаваемого теста с другими методиками. Ввиду того, что в психодиагностической базе отечественной психологии отсутствуют стандартизированные методики, направленные на изучение компонентов временной компетентности личности, было принято решение провести оценку конвергентной валидности с помощью методик, направленных на изучение самоорганизации деятельности, осознанной саморегуляции поведения личности и жизненных ориентаций. Для этого были использованы методики «Стилевые особенности саморегуляции поведения (ССП-98)» (авторы В. И. Моросанова, Е. М. Конов) [7], «Смыслжизненные ориентации (СЖО)» (автор Д. А. Лентьев) [4], «Диагностика особенностей самоорганизации (ДОС-39)» (автор А. Д. Ишков) [6]. В диагностической процедуре принимали участие студенты заочной формы обучения УрГИ и УрГПУ (95 человек). Результаты корреляционных связей отражены в табл. 3.

Шкалы разрабатываемого опросника «Временная компетентность личности» имеют корреляционные связи со шкалами других методик (табл. 3). Максимальная взаимосвязь прослеживается между шкалами временной компетентности личности и показателями методик «Стилевые особенности саморегуляции поведения», «Диагностика особенностей самоорганизации». Данные методики направлены на исследование особенностей осознанной активности при организации деятельности. Временная компетентность проявляется в поведении и деятельности. Поэтому наличие данных связей является закономерным.

Существует взаимосвязь показателей шкал временной компетентности личности со значениями шкал методики «Смыслжизненные ориентации личности». Осознанность организации времени связана с постановкой цели в жизни, с показателями «Локус “Я”» и «Локус “Жизнь”». Технологичность организации времени также связана с этими же показателями. Такие шкалы, как «Потребность в выполнении работы к сроку», «Контроль времени» и «Интуитивная организация времени», не имеют корреляционных связей с показателями методики СЖО. Отсутствие данной связи является закономерным, так как методика СЖО направлена на исследование смысловых ориентаций в целом, а перечисленные шкалы методики временной компетентности личности анализируют организацию времени деятельности в настоящий момент без проекции в будущее.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод о наличии конвергентной валидности методики «Временная компетентность личности».

*Прогностическая валидность* определялась с помощью установления связи между средним показателем учебной успеваемости студентов за последний семестр и значениями по шкалам методики временной компетентности личности.

Таблица 3

**Корреляционные связи показателей шкал опросника  
«Временная компетентность личности» со шкалами других методик**

Название методики	Название шкал методик	Субшкалы методики «Временная компетентность личности»							
		Сохранение порядка	Потребность в выполнении работы к сроку	Контроль времени	Интуитивная организация времени	Технологичность организации времени	Режим временной неопределенности	Режим точной временной заданности	Режим временного дефицита
Диагностика особенностей самоорганизации	Целеполагание	<b>0,241</b>	-0,061	-0,166	<b>0,230</b>	<b>0,456</b>	<b>-0,358</b>	<b>-0,356</b>	<b>0,199</b>
	Анализ ситуации	<b>0,286</b>	<b>-0,217</b>	-0,096	0,173	<b>0,594</b>	<b>-0,513</b>	<b>-0,435</b>	<b>0,274</b>
	Планирование	<b>0,248</b>	<b>-0,193</b>	-0,054	<b>0,203</b>	<b>0,659</b>	<b>-0,483</b>	<b>-0,433</b>	<b>0,428</b>
	Самоконтроль	<b>0,317</b>	<b>-0,176</b>	-0,141	<b>0,226</b>	<b>0,620</b>	<b>-0,499</b>	<b>-0,428</b>	<b>0,307</b>
	Коррекция	-0,053	<b>-0,208</b>	<b>-0,379</b>	<b>0,184</b>	0,059	-0,141	-0,029	0,138
	Волевые усилия	<b>0,181</b>	<b>-0,189</b>	<b>-0,190</b>	<b>0,175</b>	<b>0,373</b>	<b>-0,242</b>	<b>-0,208</b>	0,091
	Общий уровень самоорганизации	<b>0,238</b>	<b>-0,239</b>	<b>-0,262</b>	<b>0,243</b>	<b>0,569</b>	<b>-0,496</b>	<b>-0,417</b>	<b>0,311</b>
Стилевые особенности саморегуляции поведения	Планирование	<b>0,411</b>	<b>0,449</b>	<b>-0,409</b>	<b>-0,233</b>	<b>0,259</b>	-0,141	0,126	0,010
	Моделирование	<b>0,240</b>	<b>0,389</b>	<b>-0,348</b>	<b>-0,193</b>	0,169	-0,123	0,083	0,040
	Программирование	<b>0,264</b>	<b>0,391</b>	<b>-0,436</b>	<b>-0,286</b>	<b>0,208</b>	-0,168	0,055	-0,061
	Оценка результата	0,173	<b>0,449</b>	<b>-0,252</b>	-0,141	0,065	-0,042	0,079	-0,069
	Гибкость	0,137	<b>0,230</b>	<b>-0,230</b>	-0,085	0,131	0,053	-0,050	0,148
	Самостоятельность	0,065	<b>0,217</b>	-0,034	0,126	0,144	0,164	-0,021	0,106
	Общий уровень саморегуляции	<b>0,314</b>	<b>0,465</b>	<b>-0,395</b>	<b>-0,214</b>	<b>0,229</b>	-0,093	0,087	0,010
Смысловые ориентиры	Цели	<b>0,200</b>	-0,088	0,146	-0,074	<b>0,395</b>	<b>-0,211</b>	<b>-0,304</b>	<b>0,211</b>
	Процесс	0,002	0,077	0,114	-0,115	0,059	-0,019	-0,102	0,068
	Результат	0,079	-0,058	0,020	-0,018	<b>0,322</b>	<b>-0,223</b>	<b>-0,226</b>	0,090
	Локус «Я»	<b>0,239</b>	0,026	0,089	-0,077	<b>0,367</b>	-0,156	<b>-0,238</b>	<b>0,207</b>
	Локус «Жизнь»	<b>0,180</b>	0,059	0,078	-0,046	<b>0,242</b>	-0,080	-0,143	0,016
	Общий уровень СЖО	0,132	-0,086	0,075	-0,124	<b>0,307</b>	<b>-0,198</b>	<b>-0,255</b>	0,154

Примечание. Жирным начертанием выделены значимые коэффициенты корреляции.

В качестве испытуемых выступили студенты, обучающиеся по специальности «Психология», в количестве 82 человек. Для вычисления корреляционных связей применялся коэффициент корреляции  $r$  Пирсона. Существуют корреляционные связи между шкалами методики временной компетентности личности и учебной успеваемостью. Так, осознанность организации времени и технологичность организации времени имеют прямую корреляционную связь со средним

показателем учебной успеваемости ( $r = 0,211, p \leq 0,05$  и  $r = 0,357, p \leq 0,01$ ). Чем осознаннее студент подходит к организации своего времени и использует различные технологии организации времени, тем выше показатели учебной успеваемости. Существует также прямая корреляционная связь между умениями работать в дефиците времени и учебной успеваемостью студента ( $r = 0,235, p \leq 0,04$ ). Результаты измерений позволили выделить и ряд обратных зависимостей. Существует обратная корреляционная связь между показателями учебной успеваемости и интуитивными способами организации времени ( $r = -0,260, p \leq 0,01$ ), а также предпочтениями работать в ситуациях временной неопределенности ( $r = -0,319, p \leq 0,03$ ). Отсутствует корреляционная связь между потребностью в выполнении работы к сроку ( $r = 0,17, p \leq 0,88$ ), предпочтением работать в ситуациях четкой временной заданностью и показателями учебной успеваемости ( $r = -0,85, p \leq 0,45$ ). Данный результат подтверждает положение о том, что успеваемость определяется не только организационными моментами, но и другими показателями, такими как развитие познавательной и мотивационных сфер личности. Проведенные измерения свидетельствуют о прогностической валидности разрабатываемой методики.

Для определения *внутренней согласованности утверждений опросника* был использован альфа-коэффициент Кронбаха (результаты представлены в табл. 4).

Таблица 4

**Показатели внутренней согласованности утверждений  
опросника «Временная компетентность личности»**

Субшкалы опросника «Временная компетентность личности»	Коэффициент Кронбаха ( $\alpha$ )
Субшкала «Сохранение порядка»	0,776
Субшкала «Потребность в выполнении работы к сроку»	0,690
Субшкала «Контроль времени»	0,629
Субшкала «Интуитивная организация времени»	0,663
Субшкала «Технологичность организации времени»	0,702
Субшкала «Режим временной неопределенности»	0,719
Субшкала «Режим точной временной заданности»	0,611
Субшкала «Режим временного дефицита»	0,707

Полученные по каждой шкале значения превышают 0,6, что указывает на достаточно высокую однородность пунктов и, следовательно, на высокую согласованность утверждений в опроснике.

*Надежность эквивалентных половин теста* проверялась с использованием  $t$  (критерия различий Стьюдента) на выборке в количестве 567 человек. По всем шкалам значение  $t$ -Стьюдента меньше критического ( $t_{кр} = 1,964$ , при  $p = 0,05$ ). Разрабатываемая методика обладает надежностью эквивалентных форм.

*Ретестовая надежность* устанавливалась с помощью коэффициента корреляции  $r$  (Пирсона) путем повторного тестирования через две недели. Данное

измерение производилось на выборке в количестве 54 человек. Были получены строгие прямые корреляционные связи между первичным и вторичным тестированием по всем шкалам («Осознанность организации времени» — 0,72; «Направленность на выполнение работы к сроку» — 0,85; «Контроль времени» — 0,78; «Интуитивная организация времени» — 0,81; «Технологичность организации времени» — 0,74; «Режим временной неопределенности» — 0,83; «Режим временной заданности» — 0,79; «Режим временного дефицита» — 0,68).

### Выводы

1. Опросник «Временная компетентность личности» прошел проверку на содержательный, критериальный, прогностический, дивергентный виды валидности. Пункты опросника согласованы между собой. Шкалы опросника соответствуют структурным компонентам временной компетентности личности.

2. Была получена высокая ретестовая надежность шкал опросника, поэтому представленный конструкт опросника достаточно устойчив во времени.

3. Данная версия опросника удовлетворяет требованиям надежности и валидности и может применяться как в исследовательских целях, так и при решении практических задач. В перспективе можно расширить диапазон применения и использовать данную методику в профотборе и оценке сотрудников.

---

1. *Болотова А. К.* Психология временной организации деятельности личности : автореф. ... дис. д-ра психол. наук. М., 1995.

2. *Горностай П. П.* Творчество как форма освоения и переживания времени личности // Психология личности и время жизни человека : сб. науч. докл. Черновцы, 1991. С. 24–33.

3. *Калинин С. И.* Тайм-менеджмент: практикум по управлению временем. СПб., 2006.

4. *Леонтьев Д. А.* Тест смысложизненных ориентаций (СЖО). М., 2006.

5. *Маслоу А.* Мотивация и личность. СПб., 2003.

6. *Милорадова Н. Г.* Психология и педагогика. М., 2005.

7. *Моросанова В. И., Конов Е. М.* Стилевая саморегуляция поведения человека // Вопр. психологии. 2000. № 2. С. 118–127.

8. *Яксина И. А.* Временная компетентность в структуре межличностного взаимодействия : дис. ... канд. психол. наук. М. 2005.

*Статья поступила в редакцию 07.02.2011 г.*

УДК 331.105 + 316.613.5 + 159.922

А. С. Машкова

### **ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ СРЕДНЕГО ЗВЕНА НА ОСНОВЕ ОРГАНИЗАЦИИ ОПЫТНО-ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ РАБОТЫ**

В статье описана процедура адаптации модели компетенций для руководителя среднего звена. Данные основываются на анализе выборки испытуемых (170 чел.). В работе использовались методы математической статистики (однофакторный дисперсионный анализ).

**Ключевые слова:** модель компетенций, компетенции руководителя.

В течение 2007–2011 гг. в крупных компаниях г. Екатеринбурга (ОАО «Свердловская пригородная компания», ООО «Градиент», ОАО «Уральский банк реконструкции и развития», ООО «Евросеть» и группа страховых компаний) осуществлялась работа по созданию модели компетенций для руководителей среднего звена. Было проведено исследование на выборке из 170 сотрудников различных управленческих должностей (от ведущих специалистов до коммерческих директоров).

Основной профиль деятельности компаний: осуществление пассажирских перевозок по Свердловской и Тюменской областям (ОАО «Свердловская пригородная компания»); оказание страховых и банковских услуг (ООО «Цюрих», ЗАО «ГУТА-Страхование» и ОАО «Уральский банк реконструкции и развития»), дистрибуция парфюмерии, косметики и средств бытовой химии, розничная продажа средств сотовой связи и других продуктов (ООО «Градиент», ООО «Евросеть» и другие торговые компании).

Критериями отбора выборочной совокупности являлись соответствие должности и должностных обязанностей разрабатываемой модели компетенции, стаж работы в должности руководителя среднего звена не менее 1 года, наличие соответствующего образования, возраст от 25 лет и старше [4].

Кроме этого в нашем исследовании принимали участие сотрудники топ-состава (директора и коммерческие директора) и ведущие специалисты или инженеры, которые занесены в кадровый резерв предприятия. Первые, в свою очередь, представляли экспертную группу, вторые — будущих руководителей среднего звена.

Для разработки модели компетенций нами было выделено 2 группы испытуемых (основная и контрольная).

В основную группу вошли сотрудники таких предприятий, как ООО «Градиент», ОАО «Свердловская пригородная компания», группа страховых компаний (ЗАО «ГУТА-Страхование» и ООО «Цюрих»).

Контрольная группа включала сотрудников ОАО «Уральский банк реконструкции и развития», ООО «Евросеть» и представителей других торговых компаний.

Объем выборки основной группы составил 132 человека, а контрольной — 38 человек.

Процедура исследования происходила следующим образом: мы попросили каждого члена основной и контрольной групп ответить на вопросы специально составленных анкет. Исследование проводилось в несколько этапов, с использованием различных методологических принципов психологии и математических методов получения и обработки результатов.

В связи с тем, что в психологической литературе [2] мы встречались с разным содержанием, вкладываемым в понятия «метод» и «методика», то определим нашу позицию исходя из того, что известные методологические принципы психологии получают свою первичную конкретизацию в исследовательском методе.

Таким образом, мы отталкиваемся от общепринятого деления исследовательского метода на неэкспериментальный (описательный) и экспериментальный. Первый метод образует разные виды (методики) наблюдений, беседы, изучения продуктов деятельности. Экспериментальный метод основывается на направленном анализе состояния условий, обеспечивающих выделение изучаемого фактора (переменной) и регистрацию изменений, связанных с его действием, а также допускает возможность активного вмешательства исследователя в деятельность испытуемого. На основе этого метода строятся многочисленные и традиционные для психологии методики лабораторного и естественного эксперимента, а также особая их разновидность — формирующий эксперимент.

Диагностические методики (тесты) иногда рассматриваются в рамках экспериментального метода [1]. Мы считаем, что должен быть выделен психодиагностический метод, имеющий определенные особенности, такие как измерительно-испытательная и оценочная направленность, за счет которой достигается качественная и количественная квалификация изучаемого явления, обобщающая множество конкретных методик.

В своем исследовании мы использовали систему «метод — подход — методика» применительно к диагностическому методу, которая включала в себя субъективный (опросники, анкеты), объективный (аттестация, управление по KPI (Key Performance Indicators — ключевые показатели эффективности) и метод оценки «360°») подходы.

В нашем исследовании применение неэкспериментального метода основывалось на изучении должностных инструкций, профиля должности сотрудника, благодаря которому мы составили критерии отбора совокупности испытуемых. Суть экспериментального метода заключалась в опросе сотрудников и разработке модели компетенций для руководителя среднего звена.

На первом этапе исследования мы составили критерии отбора испытуемых для исследования и сформировали основную выборку испытуемых.

На втором этапе исследования мы попросили каждого члена основной выборки из предложенной модели управленческих компетенций выбрать 13 ком-

петенций, которые наиболее полно отражают деятельность эффективного руководителя [3].

Первоначально разработчики модели компетенций (Д. К. Мак-Клелланд, Р. Бояцис, Р. Пейдж, Л. М. Спенсер и С. Спенсер и др.) предлагали набор из 21 управленческой компетенции и 9 подкомпетенций — итого модель компетенций руководителя была представлена 29 компетенциями [3, 4, 5, 6].

Поскольку профиль должности и должностная инструкция руководителя не отражают необходимости наличия всех 29 компетенций, разработанных зарубежными коллегами, мы решили на основе экспертного выбора из предложенной модели компетенций при помощи методов, использующих внешние (экспертные) критерии, и метода последовательного уменьшения группы признаков (ПУМГ), выбрать 13 компетенций.

Модель компетенций имеет следующую структуру: кластер — компетенции — поведенческие индикаторы. Модель компетенций, на которую мы опирались в нашем исследовании, была представлена 6 кластерами, в которые входило соответствующее количество компетенций.

Нулевая гипотеза нашего исследования звучала следующим образом: выбор компетенций распределится пропорционально по кластерам, исходя из первоначальной пропорции. В результате в первом задании мы попросили выбрать именно 13 компетенций.

Согласно литературным источникам [3, 4, 5], для того чтобы сформировался кластер, в его состав должно входить не менее 2 компетенций, что говорит о выборе именно 13 компетенций при наличии 6 кластеров.

Наряду с общим исследованием мы провели специальное исследование, в котором принимали участие сотрудники ООО «Градиент».

На данном предприятии, кроме выбора общей модели компетенций, мы решили оценить выбор компетенций среди двух групп сотрудников: «успешных» и «неуспешных» менеджеров. Сотрудников отсортировали по следующим критериям: ключевые показатели работы, уровень оценки развития компетенций данных сотрудников группой руководителей (непосредственные руководители, топ-состав).

Поскольку в исследовании принимали участие сотрудники разных организаций, то у нас вызвало интерес влияние культуры и общей направленности организации на выбор сотрудников каждой группы соответствующей модели компетенций (табл. 1).

Как видно из табл. 1, по количеству выборов у нас лидировали с 1 по 16 компетенции. Что касается результатов экспертного выбора по компаниям, то здесь ситуация следующая: такие компетенции, как «ориентация на достижения», «развитие других», «гибкость», «управление командой», «самоконтроль», «объединение людей (понимание компании)», «стратегическое влияние» и «уверенность в себе» выбрали представители всех трех компаний.

Компетенции «контроль», «аналитическое мышление» и «инициатива» сочли важными ОАО «Свердловская пригородная компания» и ООО «Градиент». Экспертная группа сотрудников страховых компаний не отнесла данные компетенции к важным для деятельности эффективного руководителя и

Таблица 1

**Результаты экспертного выбора модели компетенций среди сотрудников разных компаний**

№ п/п	Компетенция	Общий выбор (n = 132)		Компания					
				СПК (n = 34)		Градиент (n = 75)		СК (n = 23)	
		абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
1	<b>Ориентация на достижения</b>	118	89,4	29	85,3	69	92,0	20	87,0
2	<b>Развитие других*</b>	108	81,8	23	67,6	65	86,7	20	87,0
3	<b>Гибкость</b>	104	78,8	24	70,6	60	80,0	20	87,0
4	<b>Управление командой</b>	103	78,0	26	76,5	59	78,7	18	78,3
5	<b>Самоконтроль</b>	103	78,0	27	79,4	54	72,0	22	95,7
6	<b>Объединение людей (понимание компании)</b>	91	68,9	25	73,5	51	68,0	15	65,2
7	<b>Контроль</b>	90	68,2	26	76,5	53	70,7	11	47,8
8	<b>Ориентация на миссию</b>	84	63,6	17	50,0	52	69,3	15	65,2
9	<b>Аналитическое мышление</b>	83	62,9	26	76,5	48	64,0	9	39,1
10	<b>Стратегическое влияние</b>	81	61,4	21	61,8	44	58,7	16	69,6
11	<b>Уверенность в себе</b>	77	58,3	21	61,8	41	54,7	15	65,2
12	<b>Поиск информации</b>	74	56,1	18	52,9	43	57,3	13	56,5
13	<b>Критическое мышление</b>	73	55,3	19	55,9	43	57,3	11	47,8
14	<b>Менеджерская экспертиза</b>	73	55,3	18	52,9	44	58,7	11	47,8
15	<b>Командное лидерство</b>	72	54,5	19	55,9	40	53,3	13	56,5
16	<b>Инициатива</b>	71	53,8	21	61,8	44	58,7	6	26,1
17	Ориентация на партнерские отношения	60	45,5	16	47,1	30	40,0	14	60,9
18	Межличностное понимание	59	44,7	15	44,1	29	38,7	15	65,2
19	Построение отношений	58	43,9	17	50,0	28	37,3	13	56,5
20	Директивность	25	18,9	7	20,6	13	17,3	5	21,7

Примечания: 1. Здесь и на рис. 1 и в табл. 3: СПК — ООО «Свердловская пригородная компания»; СК — группа страховых компаний. 2. \* — имеется в виду развитие подчиненных, коллег.

выбрала другие компетенции: «ориентация на партнерские отношения», «межличностное понимание» и «построение отношений».

Компетенции «ориентация на миссию», «поиск информации» и «командное лидерство» выбрали представители двух компаний, кроме ОАО «Свердловская пригородная компания», а компетенции «критическое мышление» и «менеджерская экспертиза» сочли значимыми только сотрудники компании ООО «Градиент».

Хотелось бы отметить тот факт, что компетенция «директивность» была представлена наименьшим выбором среди сотрудников всех трех компаний.



Данные различия между представителями разных компаний можно объяснить влиянием культуры, направленностью и спецификой деятельности компаний.

Кроме этого, рассчитав «общий выбор» среди всей исследуемой группы по каждой из 20 компетенций, мы построили график распределения выборов соответствующих компетенций по каждой компании (рис. 1).



Рис. 1. Распределение выборов компетенций среди сотрудников разных компаний

Анализируя график распределения выборов на рис. 1, можно говорить о том, что выбор каждой компетенции во всех трех компаниях не сильно отклоняется от «общего выбора» среди всех сотрудников разных компаний соответствующей модели компетенций.

Небольшое отклонение от «общего выбора» наблюдается только по группе страховых компаний: сильно отклоняется от общей тенденции выбор таких компетенции, как «самоконтроль», «стратегическое влияние» и «межличностное понимание»; ниже уровня «общего выбора» находятся компетенции «контроль», «аналитическое мышление» и «инициатива». Данная ситуация напрямую связана со спецификой ведения бизнес-процессов данных организаций.

Так как компания ООО «Градиент» является представителем 57 % общей выборочной совокупности исследуемой группы сотрудников, то заслуживает внимания также такой важный показатель, как анализ результатов экспертного выбора среди сотрудников разных направлений (филиалов) в компании ООО «Градиент» (табл. 2).

Таблица 2  
**Распределение результатов экспертного выбора по направлениям в компании ООО «Градиент»**

№ п/п	Компетенция	Общий выбор (n = 75)		РПК (n = 17)		Парф. (n = 25)		Косм. (n = 19)		ДР (n = 7)		ЛД (n = 7)	
		абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
1	<b>Ориентация на достижения</b>	69	92,0	17	100	21	84,0	18	94,7	7	100,0	6	85,7
2	<b>Развитие других</b>	65	86,7	13	76,5	23	92,0	18	94,7	6	85,7	5	71,4
3	<b>Гибкость</b>	60	80,0	14	82,4	19	76,0	18	94,7	3	42,9	6	85,7
4	<b>Управление командой</b>	59	78,7	13	76,5	21	84,0	14	73,7	6	85,7	5	71,4
5	<b>Самоконтроль</b>	54	72,0	13	76,5	15	60,0	16	84,2	5	71,4	5	71,4
6	<b>Контроль</b>	53	70,7	12	70,6	18	72,0	11	57,9	6	85,7	6	85,7
7	<b>Ориентация на миссию</b>	52	69,3	8	47,1	19	76,0	13	68,4	7	100,0	5	71,4
8	<b>Объединение людей</b>	51	68,0	12	70,6	20	80,0	10	52,6	4	57,1	5	71,4
9	<b>Аналитическое мышление</b>	48	64,0	9	52,9	16	64,0	13	68,4	4	57,1	6	85,7
10	<b>Инициатива</b>	44	58,7	6	35,3	13	52,0	15	78,9	6	85,7	4	57,1
11	<b>Стратегическое влияние</b>	44	58,7	13	76,5	15	60,0	8	42,1	4	57,1	4	57,1
12	<b>Менеджерская экспертиза</b>	44	58,7	9	52,9	13	52,0	13	68,4	3	42,9	6	85,7
13	<b>Поиск информации</b>	43	57,3	9	52,9	17	68,0	12	63,2	4	57,1	1	14,3
14	<b>Критическое мышление</b>	43	57,3	14	82,4	19	76,0	5	26,3	2	28,6	3	42,9
15	<b>Уверенность в себе</b>	41	54,7	7	41,2	12	48,0	13	68,4	5	71,4	4	57,1
16	<b>Командное лидерство</b>	40	53,3	10	58,8	13	52,0	12	63,2	3	42,9	2	28,6
17	<b>Ориентация на партнерские отношения</b>	30	40,0	6	35,3	10	40,0	7	36,8	4	57,1	3	42,9
18	<b>Межличностное понимание</b>	29	38,7	10	58,8	7	28,0	6	31,6	2	28,6	4	57,1
19	<b>Построение отношений</b>	28	37,3	5	29,4	7	28,0	10	52,6	2	28,6	4	57,1
20	<b>Директивность</b>	13	17,3	5	29,4	5	20,0	1	5,3	1	14,3	1	14,3

Примечание. Здесь и на рис. 2 и в табл. 3: РПК — направление «Региональная штаб-квартира», куда вошли сотрудники юридического отдела, отдела обеспечения поставок, специалисты IT-отдела, сотрудники отдела обучения и развития персонала, специалисты службы персонала, сотрудники финансового отдела и генеральный директор компании; Парф., Косм. и ДР — направления «Перфюмерия», «Косметика» и «Департамент развития», группа представлена сотрудниками коммерческой службы: коммерческие директора, руководители отдела, линейные менеджеры, ведущие специалисты, работающие в сфере торговли; ЛД — направление «Логистический департамент», сотрудники, осуществляющие логистику в ООО «Градиент»; директор и заместитель директора «Логистического департамента», руководители складских комплексов и службы операторов.

Из приведенных в табл. 2 данных следует, что в модель компетенций руководителя среднего звена вошли с первой по 14-ю компетенции. Кроме этого представителями всех направлений компании ООО «Градиент» были выбраны следующие компетенции: «ориентация на достижения», «развитие других», «управление командой» и «самоконтроль». Выбор остальных компетенций был разнообразен и зависел от специфики бизнес-процессов каждого направления.

По аналогии с рис. 1 рассчитаем «общий выбор» среди всей исследуемой группы по каждой из 20 компетенций и построим график распределения выборов соответствующих компетенций среди сотрудников ООО «Градиент», работающих в разных филиалах (рис. 2).



Рис. 2. Распределения выборов компетенций среди сотрудников ООО «Градиент», работающих в разных филиалах

Анализируя показатели графиков на рис. 2, мы видим, что от «общего выбора» сильно отличаются результаты экспертных выборов направлений «Департамент развития», «Логистический департамент», «Региональная штаб-квартира».

Кроме этого хотелось бы отметить, что в направлении «Департамент развития» компетенция «гибкость» находится в области, лежащей ниже уровня всех выборов данной компетенции по всем направлениям, а компетенции «ориентация на миссию», «инициатива» и «ориентация на партнерские отношения» находятся в области выше всех выборов.

Что касается направления «Логистический департамент», то за пределами нижней границы находятся компетенции «развитие других», «поиск информации» и «командное лидерство». За пределами верхней границы находятся компетенции «аналитическое мышление», «менеджерская экспертиза», «построение отношений» и «межличностное понимание».

Компетенции «ориентация на миссию» и «инициатива» в направлении «Региональная штаб-квартира» лежат в области за пределами нижней границы всех выборов; компетенции «стратегическое влияние» и «межличностное понимание» находятся за пределами верхней границы выборов.

В направлении «Косметика» за пределами нижней границы коридора лежат компетенции «стратегическое влияние», «критическое мышление» и «директивность», а в направлении «Парфюмерия» — компетенция «самоконтроль».

Все остальные компетенции во всех филиалах компании ООО «Градиент» лежат в пределах «общего выбора» и не сильно отклоняются по сравнению с каждым выбором соответствующей компетенции в каждом направлении.

Что касается компетенций, которые наиболее сильно отклоняются от общей тенденции, то данную ситуацию можно объяснить родом деятельности каждого направления компании.

Так, направление «Департамент развития» нацелено на быстрый вывод продукта на рынок и расширение клиентской базы. Направление «Логистический департамент» предпочитает компетенции, которые отвечают за соблюдение четкости должностных инструкций, а направление «Региональная штаб-квартира» является контролирующим органом, в котором сосредоточены все службы сопровождения деятельности данной компании. Направления «Косметика» и «Парфюмерия» имеют свои различия в специфике ведения бизнес-процессов.

В итоге проделанной работы нам необходимо было из 21 предложенной компетенции выбрать 13 компетенций, которые наиболее точно отражают деятельность эффективного руководителя. Как показывают данные предыдущих исследований, каждая компания, каждый филиал одной компании выбирали компетенции в соответствии со своей бизнес-спецификой. Таким образом, мы собрали экспертную группу и ограничили выбор конкретной модели компетенций (до 16 компетенций), которую мы стали диагностировать на следующем этапе исследования. При выделении данной группы компетенций мы учитывали выбор каждой компании, направления и группы менеджеров и опирались на литературные источники, где описываются процессы построения модели компетенций [4, 7, 8, 9].

Одним из ведущих вопросов, который нас интересовал, был вопрос о правомерности создания общей модели компетенций для сотрудников разных организаций, занимающих определенную должность (руководитель среднего звена).

Правомерность создания общей модели для сотрудников разных организаций подтвердили результаты дисперсионного анализа (табл. 3).

В качестве градаций фактора использованы различные организации и филиалы фирм, в качестве показателей — относительные частоты выборов компетенций сотрудников разных организаций (% : 100).

Таблица 3

**Результаты дисперсионного анализа выбора компетенций  
сотрудниками разных организаций**

№ п/п	Компетенция	СПК (n = 23)	СК (n = 23)	ООО «Градиент»				
				РШК (n = 17)	Парф. (n = 25)	Косм. (n = 19)	ДР (n = 7)	ЛД (n = 7)
1	Ориентация на достижения	0,853	0,870	1,000	0,840	0,947	1,000	0,857
2	Развитие других	0,677	0,870	0,765	0,920	0,947	0,857	0,714
3	Управление командой	0,765	0,783	0,765	0,840	0,737	0,857	0,714
4	Гибкость	0,710	0,870	0,824	0,760	0,947	0,429	0,857
5	Самоконтроль	0,794	0,957	0,765	0,600	0,842	0,714	0,714
6	Контроль	0,765	0,478	0,706	0,720	0,579	0,857	0,857
7	Ориентация на миссию	0,500	0,652	0,471	0,760	0,684	1,000	0,714
8	Объединение людей (понимание компании)	0,735	0,652	0,706	0,800	0,526	0,571	0,714
9	Аналитическое мышление	0,765	0,391	0,529	0,640	0,684	0,571	0,857
10	Стратегическое влияние	0,618	0,696	0,765	0,600	0,421	0,571	0,571
11	Уверенность в себе	0,618	0,652	0,412	0,480	0,684	0,714	0,571
12	Менеджерская экспертиза	0,529	0,478	0,529	0,520	0,684	0,429	0,857
13	Инициатива	0,618	0,261	0,353	0,520	0,789	0,857	0,571
14	Поиск информации	0,529	0,565	0,529	0,680	0,632	0,571	0,143
15	Критическое мышление	0,559	0,478	0,824	0,760	0,263	0,286	0,429
16	Командное лидерство	0,559	0,565	0,588	0,520	0,632	0,429	0,286
17	Межличностное понимание	0,441	0,652	0,588	0,280	0,316	0,286	0,571
18	Ориентация на партнерские отношения	0,471	0,609	0,353	0,400	0,368	0,571	0,429
19	Построение отношений	0,500	0,565	0,294	0,280	0,526	0,286	0,571
20	Директивность	0,206	0,217	0,294	0,200	0,053	0,143	0,143
	<b>Суммы</b>	12,212	12,261	12,060	12,120	12,261	11,999	12,140
	<b>Квадрат сумм</b>	149,133	150,332	145,444	146,894	150,332	143,976	147,380
	<b>Суммы квадратов</b>	7,906	8,267	8,040	8,139	8,608	8,406	8,342
	<b>Случайная (внутригрупповая) дисперсия, <math>SS_w</math></b>				6,033			
	<b>Факториальная (межгрупповая) дисперсия, <math>SS_b</math></b>				0,003			
	<b>Сила влияния фактора</b>				0,0005 (0,05 %)			
	<b>Достоверность влияния фактора</b>				$F = 0,011 < F_{кр.}$			

Выдвинуто предположение о том, что если влияние фактора статистически недостоверно, то значимые различия в выборе компетенций сотрудниками разных организаций отсутствуют и в данном случае правомерно построение обобщенной модели компетенций.

Как видно из табл. 3,  $F = 0,011 < F_{кр}$ , следовательно, исходное положение полностью подтверждается: можно использовать разработанную модель компетенций для сотрудников различных организаций, которые занимают должности руководителей среднего звена.

- 
1. *Ананьев Б. Г.* О методах современной психологии // Психодиагностические методы (в комплексном лонгитюдном исследовании студентов). Л., 1976. С. 13–35.
  2. *Бурлачук Л. Ф.* Психодиагностика : учебник для вузов. 2-е изд. СПб., 2008.
  3. *Спенсер-мл. Л. М., Спенсер С. М.* Компетенции на работе : пер. с англ. М., 2005.
  4. *Уиддет С., Холлифорд С.* Руководство по компетенциям : пер. с англ. М., 2003.
  5. *Boyatzis R. E.* The Competent Manager: A model for effective performance. Chichester, 1982.
  6. *Boyatzis R. E.* Competencies Can be Developed: But Not in the Way We Thought // *Capability*. 1996. V. 2, № 2. P. 35.
  7. *Ghorpade J. V.* Job Analysis: A handbook of human resource directors. New Jersey, 1988.
  8. *Pearn M. A., Kandola R. S.* Job Analysis : a manager's guide. 2<sup>nd</sup> ed. London, 1993.
  9. *Pearn M. A., Kandola R. S.* Designing and achieving competency: a competency-based approach to developing people and organizations. Identifying competencies / R. Boam, P. Sparrow (eds). Maidenhead, 1992. P. 31–49.

*Статья поступила в редакцию 13.12.2010 г.*

УДК 316.342.2 + 176 + 159.922.8

Е. Н. Стрижова,  
В. И. Лупандин

## ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ЛЮБВИ У МУЖЧИН И ЖЕНЩИН РАЗНОГО ВОЗРАСТА. СУЩЕСТВУЕТ ЛИ КОНФЛИКТ ПОКОЛЕНИЙ?

В соответствии с концепцией «стилей любви» Дж. А. Ли рассматривается характер предпочтения различных стилей любовных отношений у юношей и девушек в возрасте 16–17 лет, а также у мужчин и женщин старше 30 лет. Показано, что, несмотря на некоторые гендерные и возрастные различия, общий профиль предпочитаемых и отвергаемых стилей любви у лиц разного возраста остается практически неизменным.

**Ключевые слова:** стили любовных отношений, возраст, гендер, различия, предпочтения.

Любовь между мужчиной и женщиной (половая, гетеросексуальная) — чрезвычайно сложное, многогранное и противоречивое явление, которому посвящено бесчисленное множество произведений литературы и искусства. Начиная с античных времен феномену любви посвящались и многочисленные философские трактаты. В то же время, по мнению большинства, феномен любви невозможно подвергнуть строгому научному анализу и объяснению. Тем не менее в XIX–XX столетиях половая любовь становится предметом изучения психологов, биологов, сексологов, врачей и представителей других специальностей, перед которыми она ставит конкретные, зачастую трудноразрешимые проблемы.

В нашей статье рассматривается концепция «стилей любви», предложенная канадским психологом и социологом Джоном Аланом Ли [5] и разработанная в трудах отечественного психолога и писателя Ю. Б. Рюрикова [4]. В основу данной концепции положена известная с античных времен типологизация разных стратегий любовных отношений. Развивая концепцию Дж. А. Ли, Рюриков выделяет шесть стилей любви (сторгэ, агапэ, эрос, мания, прагма и лудус), отношение к которым у разных людей может значительно различаться. При этом следует отметить, что изначальный смысл этих понятий в концепции Ю. Б. Рюрикова несколько изменен по сравнению с тем, который вкладывался в них в древнегреческой философии.

Рассмотрим каждый из стилей любви в интерпретации Дж. А. Ли — Ю. Б. Рюрикова более подробно.

*Любовь-сторгэ* — это любовь-дружба, любовь-понимание без лихорадки чувств, смятения и безрассудства. У любящих царит тесное общение и глубокая

---

СТРИЖОВА Елена Николаевна — преподаватель русского языка и литературы Челябинского колледжа промышленной автоматки (e-mail: poplava61@mail.ru).

ЛУПАНДИН Владимир Иванович — доктор биологических наук, профессор кафедры психофизиологии и психофизики Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: Vladimir-lupandin@rambler.ru).

© Стрижова Е. Н., Лупандин В. И., 2011

душевная близость. У такой любви особая прочность, и она может перенести даже очень долгую разлуку. «Сторгиане» глубоко доверяют друг другу, они не боятся неверности, зная, что их взаимоотношения не смогут угаснуть от побочного увлечения. Секс в такой любви ясен и прост; любящие считают его естественным продолжением душевной близости. Любовь-сторгэ — чувство неэгоистическое, в нем очень сильны дружеские привязанности.

*Любовь-агапэ* сосредоточена на «ты», полна альтруизма и обожания любимого, избыточного, чрезмерного самоотречения; любящий готов пожертвовать своим чувством, не требуя никакой ответной жертвы. Во многом похожа на сторгэ — в ней также выражены душевные и духовные созвучия. В то же время ее чувства более горячи, они могут достигать почти религиозного пыла. Агапэ чаще бывает женской, но встречается и у мужчин.

*Любовь-эрос* — пылкое чувство, которое долго и бурно горит в человеке. В эросе очень сильна тяга к телесной красоте. Она пропитана эстетическими красками — влечением к красоте формы, изяществу линий, к мужской силе тела или женской округлости. «Эросиане» ярко помнят день первой встречи, мгновение первого поцелуя, ощущение первой близости. Главная радость жизни — в любимом. Как правило, эросиане — жизнелюбы, в их любви нет одержимости. Любовь-эрос чаще бывает у юных, а среди зрелых — у людей с сильной душевностью и пылкой эмоциональностью.

*Любовь-мания* — смятение и боль души, сердечный жар, потеря сна и аппетита. Это очень неровное чувство, оно все время мечется между состояниями возбуждения и подавленности. Любящие часто ревнивы; проявления страстной любви могут сменяться вспышками безотчетной ненависти к любимому человеку. Для них характерна сниженная, даже болезненная самооценка. Это чувство чаще встречается у неуравновешенных интровертов — у людей, которые обращены в себя и полны внутреннего разлада. Любовь-мания редко бывает счастливой — это пессимистическая, саморасшатывающая любовь.

*Любовь-прагма* — спокойное, благоразумное чувство. В прагме царит разум, а чувства подчинены ему. Для «прагмиков» очень важен разумный, трезво житейский (а не эгоистический) расчет; они любят зрелым, устоявшимся чувством, которое может быть и блеклым, но по-настоящему добрым, надежным. Девиз прагмы — как можно более полная совместимость не в ущерб семейным и деловым отношениям. Неудивительно поэтому, что прагма закономерно связана с педантичностью и расчетливостью.

*Любовь-лудус* — это любовь-игра, предполагающая радужные и беззаботные чувства без излишней привязанности. «Лудиане» опасаются серьезных чувств, но, как правило, обладают чрезмерно высокой самооценкой, иногда полны чувства сверхполноценности. Они не могут любить по-настоящему; телесные радости для них — не высшая цель и не часть эмоциональных отношений — это лишь часть игры. По сути лудус — это не любовь, а просто любовное поведение. Иногда любовь-лудус сочетается с чисто прагматическими целями.



### Постановка проблемы

Наше время часто (и, по-видимому, не без оснований) называют эпохой «сексуальной революции» [2]. Действительно, в современном обществе существенно поколеблены многие устои и взгляды на любовные отношения, которые традиционно предполагались быть серьезными, устойчивыми, моногамными, характеризующимися верностью, не допускающими измен и направленными в первую очередь на сохранение семьи как первичной «ячейки» общества. В последние десятилетия интимные отношения стали более открытыми, менее запретными, по мнению многих, «вседозволенными». Ни для кого не секрет, что в нашей стране неуклонно растет число разводов и так называемых «гражданских» браков, не предполагающих у супругов (с точки зрения гражданского законодательства — сожителей) каких-либо серьезных обязательств друг перед другом.

Представители старшего поколения, порой закрывая глаза на собственные прегрешения, склонны обвинять молодое поколение в распущенности, сексуальной неразборчивости, разврате и других смертных грехах. Обоснованно ли такое мнение? На самом ли деле в корне уничтожены традиционные моральные устои общества?

Можно, конечно, рассуждения подобного рода назвать неоправданным ханжеством и напомнить те исторические эпохи, когда разврат и распущенность превосходили все мыслимые и немыслимые пределы (вспомним хотя бы Древний Рим времен Калигулы!). Может быть, в современном обществе человек наконец осознал себя полноценной, свободной личностью, не обязанной считаться с существующими в обществе стандартами, способной к самостоятельному выбору собственной жизненной стратегии?

Что же касается молодого поколения (это в первую очередь подростковый и юношеский возраст), то к нему вряд ли можно подходить с теми же мерками, что и к взрослым. Если у взрослых межличностные отношения строятся на соотношении собственных взглядов и убеждений с существующей в обществе системой ценностей и идеалов, то подростки находятся в самом начале процесса социализации. Зачастую их поведение импульсивно и необдуманно, что вполне соответствует юношескому эгоцентризму, нетерпимости к мнению окружающих, если таковое не соответствует собственным взглядам, а также отсутствию жизненного опыта. В то же время реальное поведение подростка может совершенно не совпадать с его внутренними убеждениями. Влияние окружения, авторитет неформальных лидеров, стремление самоутвердиться в группе сверстников, доказать свою неординарность — все это может привести к рассогласованию между внутренним миром подростка и реальной действительностью [1]. Несомненно, что именно на этой почве формируются подростковые и юношеские неврозы, девиантное поведение, садизм, сексуальные преступления, склонность к суициду и т. д.

В нашей работе мы не ставим целью распутать весь этот сложнейший узел проблем (данному вопросу посвящены многочисленные психолого-педагогические исследования). Наша задача — подтвердить или опровергнуть версию о том, что представления о любви у современной молодежи радикальным

образом отличаются от таковых у взрослых людей, прошедших этап юношеских увлечений и разочарований, нашедших свое место в общественной и семейной жизни. На наш взгляд, концепция Дж. Ли в интерпретации Ю. Б. Рюрикова в этом плане представляет собой вполне приемлемый психологический конструкт.

### Методика исследования

Для исследования «стилей любви» нами использовался авторский тест ТСЛ («типологическая структура любви», по Дж. А. Ли), который состоит из 50 вопросов и утверждений, касающихся разных жизненных ситуаций — как реальных, так и представляемых. На каждое утверждение испытуемый дает ответ по бинарной системе: «+» (согласен) или «-» (не согласен). Тест включает в себя 6 отдельных субшкал, соответствующих вышеупомянутым стилям любви.

После первичной обработки теста каждый испытуемый получает по каждому из стилей любви от +10 (полное принятие данного стиля) до -10 (абсолютное неприятие) баллов.

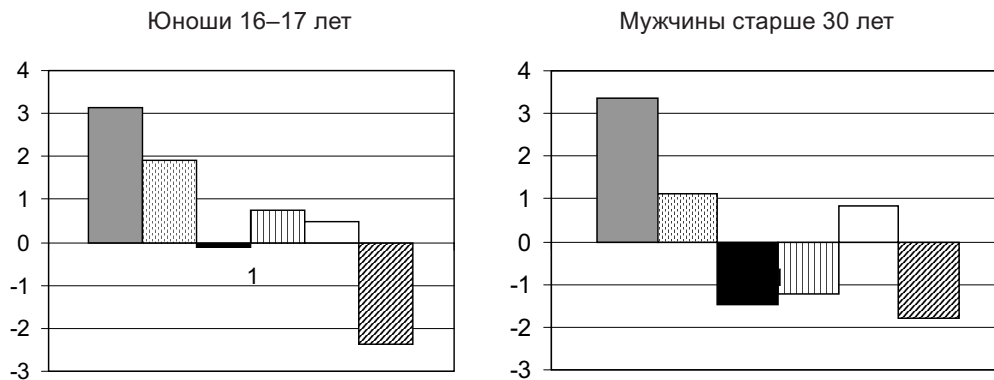
Результаты психометрического анализа, полученные на многочисленной молодежной выборке, показали достаточно высокую надежность и валидность данного теста [3]. В связи с этим мы сочли возможным применить его на широкой выборке испытуемых разного пола и разной социальной принадлежности в возрасте от 16 до 64 лет. В данной работе приняло участие 162 человека, которые были поделены на две возрастные группы. В первую группу (79 человек) вошли представители юного поколения (48 юношей и 31 девушка в возрасте 16–17 лет); во вторую (83 человека) — старшее поколение (38 мужчин и 45 женщин в возрасте от 31 года до 64 лет).

Обработка результатов тестирования включала в себя стандартные статистические критерии: вычисление средних значений и дисперсий по группам, а также использование *t*-критерия Стьюдента для оценки достоверности различий между группами.

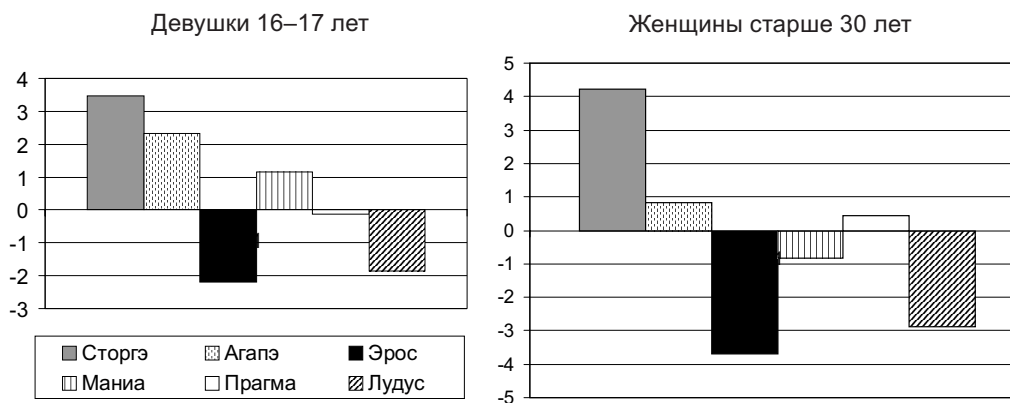
### Результаты исследования и их обсуждение

Усредненные данные предпочтения разных стилей любви по гендерным и возрастным группам представлены на рисунке. Приведенные на рисунке диаграммы иллюстрируют как общие для всех групп закономерности, так и существующие гендерные и возрастные различия. Общим для мужчин и женщин является явное предпочтение стиля *сторгэ* (на втором месте *агапэ*) и явная антипатия к стилю *лудус*. В то же время наблюдаются гендерные различия по шкалам *эрос*, *мания* и *прагма*. Так, по шкале *эрос* показатель у женщин явно ниже, чем у мужчин, что показывает на явную антипатию к этому стилю как у девушек, так и у женщин старшего поколения. В то же время некоторой неожиданностью для нас явилось то, что мужчины имеют более высокие по сравнению с женщинами показатели по шкале *прагма*, что не вполне согласуется с общепринятым мнением.

**Юноши и мужчины**



**Девушки и женщины**



Усредненные значения показателей предпочтения стилей любви у представителей разных поколений. Столбцы в диаграмме соответствуют средним показателям по группе: 1 – сторгэ, 2 – агапэ, 3 – эрос, 4 – мания, 5 – прагма, 6 – лудус

Основной задачей данного исследования является не сравнение показателей у мужчин и женщин (этому посвящена отдельная работа), а анализ их возрастных изменений. Строго говоря, о возрастной динамике в полном смысле слова речи не идет, так как проводилось не лонгитюдное исследование (в столь широком возрастном диапазоне оно вряд ли вообще возможно), а использовался метод «возрастных срезов». Тем не менее у представителей старшего поколения можно констатировать закономерное снижение показателей по шкалам *агапэ*, *эрос* и *мания*, а также их повышение по шкалам *сторгэ* и *прагма*.

Анализ представленных в работе диаграмм, которые можно оценить лишь визуально, явно недостаточен. Для того чтобы определить, насколько значимы возрастные изменения, необходим строгий статистический анализ. С этой целью для оценки достоверности различий между группами был использован

*t*-критерий Стьюдента. Статистический анализ различий представлен в таблице. В определенной степени он подтверждает предварительные данные, полученные при визуальной оценке диаграмм.

**Статистическая оценка различий между показателями стилей любви у представителей разных возрастных групп**

Стиль любви	Юноши и мужчины		<i>t</i>	Девушки и женщины		<i>t</i>
	16–17 лет ( <i>n</i> = 48)	Старше 30 ( <i>n</i> = 38)		16–17 лет ( <i>n</i> = 31)	Старше 30 ( <i>n</i> = 45)	
Сторгэ	3,13 ± 0,48	3,37 ± 0,67	0,292	3,48 ± 0,69	4,22 ± 0,42	0,914
Агапэ	1,92 ± 0,55	1,13 ± 0,99	0,698	2,32 ± 0,76	0,84 ± 0,54	1,582
Эрос	-0,13 ± 0,55	-1,47 ± 0,59	1,661	-2,19 ± 0,55	-3,69 ± 0,40	2,200
Мания	0,75 ± 0,43	-1,24 ± 0,63	2,600	1,16 ± 0,55	-0,84 ± 0,61	2,438
Прагма	0,50 ± 0,39	0,82 ± 0,45	0,539	-0,13 ± 0,53	0,44 ± 0,49	0,787
Лудус	-2,38 ± 0,54	-1,79 ± 0,91	0,557	-1,87 ± 0,67	-2,89 ± 0,56	1,164

Примечания: 1. Значения в таблице соответствуют средним значениям по группе ± среднеквадратичная ошибка; 2. **Жирным шрифтом** отмечены статистически значимые различия между разными возрастными группами ( $p \leq 0,05$ ).

Данные, представленные в таблице, показывают следующее.

1) общим для мужчин и женщин является отсутствие достоверных различий между возрастными группами по шкалам *сторгэ*, *агапэ*, *прагма* и *лудус*, а также статистически значимое снижение показателей с возрастом по шкале *мания*;

2) отмечаются статистически значимые гендерные различия по шкале *эрос*: у женщин показатель с возрастом закономерно снижается, у мужчин статистически значимых изменений не прослеживается.

### Выводы

Естественно, что данные, усредненные по достаточно большой выборке, в значительной мере затушевывают индивидуальные различия между отдельными испытуемыми. Первое, что явно бросается в глаза, — это чрезвычайно большой разброс индивидуальных показателей. Другими словами, и среди мужчин и среди женщин встречаются и ярко выраженные «сторгиане», и «лудиане», и «эросиане», а также субъекты, у которых преобладают прагматические или маниакальные тенденции. Каковы психологические (а, возможно, и психофизиологические) причины этих индивидуальных особенностей, предстоит выяснить в дальнейших исследованиях.

Данные, представленные в работе, показывают, что наиболее значимые возрастные различия у представителей обоего пола касаются лишь одного из шести стилей любви (*мания*) — с возрастом предпочтение этого стиля любви закономерно снижается как у мужчин, так и у женщин. Мы считаем, что этот факт не

нуждается в особых комментариях: с возрастом любовь как страсть, как пылкое увлечение, как одержимость уступает место более спокойному, уравновешенному чувству. Обращает также внимание то, что у женщин старшего поколения (в отличие от мужчин) снижается предпочтение к шкале *эрос*. В определенной мере это опровергает мнение о том, что женщины «бальзаковского» возраста значительно более сексуальны, чем мужчины. Несмотря на то что у представителей того и другого пола *эрос* пребывает в минусе (что свидетельствует о явном его неприятии), мужчины оказываются более стабильными в этом плане: с возрастом у них наблюдается лишь незначительное снижение показателя, которое не является статистически значимым. Стиль *лудус*, независимо от пола и возраста, всегда пребывает в минусе, что также свидетельствует о его неприятии.

Единственное, на что следует обратить особое внимание — то, что *любовь-эрос* и *любовь-лудус* получают в среднем отрицательные оценки и достаточно слабо дифференцируются (в первую очередь женщинами). В то же время еще в античности *эрос* трактовался как естественное, данное природой влечение лиц противоположного пола; *лудус* же во все времена во многих цивилизациях считался чем-то постыдным, низменным, греховным. Как показывают данные, тяга к *эросу* и *лудусу* и мужчин и у женщин с возрастом снижается. Это вполне естественно и объяснимо, но в чем же причина смешения этих стилей? Издержки традиционного воспитания? Вполне возможно!

Представленные нами результаты в какой-то мере отражают определенные тенденции взглядов и убеждений современного общества. Мы не исключаем того, что степень предпочтения или отвержения разных стилей любви в значительной мере обусловлена господствующими в обществе социальными стереотипами. В то же время картина, которая вырисовывается в целом, представляется вполне обнадеживающей. Несмотря на экономические и моральные потрясения в нашей стране за последние два десятилетия (и, кстати, так называемую «сексуальную революцию»), истинно человеческие ценности, существовавшие веками, вряд ли можно считать разрушенными или даже поколебленными. Следует еще раз подчеркнуть, что лидирующие положения в исследованной нами выборке, независимо от возраста, занимают *любовь-сторгэ* (любовь-дружба, взаимопонимание, взаимоуважение) и *любовь-агапэ* (склонность к самоотречению, самопожертвованию ради любимого человека). На последнем же месте (этого и следовало ожидать) стоит *любовь-лудус* (любовь-игра, временное увлечение и т. п.). Так что старшему поколению вряд ли стоит «бить тревогу» по поводу сексуальной распушенности современной молодежи.

В заключение следует сказать, что мы далеки от того, чтобы считать наше исследование исчерпывающим в решении данной проблемы. Тем не менее оно ставит под сомнение укоренившийся стереотип извечного конфликта «отцов и детей». По крайней мере, в плане представлений о любви.

1. Кон И. С. Психология юношеского возраста. М., 1979.
2. Кон И. С. Сексология. М., 2004.

3. *Луландин В. И., Стрижова Е. Н.* Психометрический анализ теста ТСЛ // Психол. вестн. Урал. ун-та. Екатеринбург, 2009. Вып. 8. С. 183–194.
4. *Рюриков Ю. Б.* Мед и яд любви. М., 2002.
5. *Lee J. A.* The Styles of loving. Toronto, 1974.

*Статья поступила в редакцию 09.12.2010 г.*

УДК 159.9.018.7 + 159.9.072.42

**М. Н. Юртаева**

### **ЭФФЕКТЫ КОГНИТИВНЫХ СТИЛЕЙ НА ПРОЯВЛЕНИЕ ЛИЧНОСТНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ТОЛЕРАНТНОСТИ К НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

Представлены результаты исследования взаимосвязей когнитивно-стилевых и личностных характеристик толерантности к неопределенности. Полученные результаты рассмотрены с позиций представлений о нелинейной структуре стилиевых измерений. Обнаружены компенсаторные и регуляторные эффекты когнитивного стиля на проявление личностных характеристик толерантности к неопределенности.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** толерантность к неопределенности, когнитивный стиль, обработка информации, произвольный интеллектуальный контроль

Контекстом, характеризующим жизнь современного человека, является увеличение разнообразия, неуверенности и стресса. К описанию содержания жизненных ситуаций все чаще применяются такие параметры, как дефицит знания или его противоречивость, множественность альтернатив выборов и решений, непредсказуемость и неконтролируемость, т. е. неопределенность. Это в совокупности определяет актуальность изучения феноменов, опосредующих реализацию поведения и деятельности человека в условиях неопределенности. К их числу может быть отнесен феномен толерантности к неопределенности.

В работах исследователей понятие «толерантность к неопределенности» рассматривается в нескольких ракурсах: когнитивный стиль, личностная черта, мотивационно-личностная характеристика (готовность), связанная с реализацией поведения и деятельности в условиях риска и неопределенности. В большинстве определений понятия «толерантность к неопределенности» актуализируется тот содержательный компонент, который включает восприятие и интерпретацию неопределенных стимулов/ситуаций как источников угрозы либо источников позитивных возможностей и развития.

Несмотря на усиливающийся интерес исследователей к данному феномену, достаточно противоречивым остается вопрос взаимосвязей индивидуально-психологических характеристик в структуре толерантности к неопределенности.

---

ЮРТАЕВА Марина Николаевна — ассистент кафедры теоретической и экспериментальной психологии Российского государственного профессионально-педагогического университета, Екатеринбург (e-mail: myurtaeva\_82@mail.ru).

© Юртаева М. Н., 2011

Цель исследования состояла в сравнении стилевых субгрупп, выделенных на основании кластерного анализа, по ряду личностных характеристик толерантности к неопределенности.

Анализ полученных данных осуществлялся в соответствии с парадигмой М. А. Холодной (2002), согласно которой стилевые измерения имеют нелинейную структуру, являются квадриполярными по своей сущности [3].

В исследовании проверялись следующие предположения: 1) феномен «расщепления» полюсов когнитивных стилей позволяет дать более полную дифференцированную оценку испытуемых по выраженности толерантности к неопределенности; 2) отдельные когнитивные стили не являются изолированными конструктами, в основе их продуктивных проявлений лежат общие способы саморегуляции интеллектуального поведения, к описанию которых применимо понятие «непроизвольный интеллектуальный контроль»; 3) проявления непроизвольного интеллектуального контроля положительно сопряжены с личностными характеристиками толерантности к неопределенности, тогда как эффекты «крайних» позиций когнитивного стиля положительно сопряжены с проявлениями интолерантности к неопределенности.

На разных этапах исследования в нем приняли участие 181 испытуемый (все студенты) в возрасте 17–25 лет (29 мужчин и 152 женщины). В работе использовались следующие методики: шкала толерантности к неопределенности С. Баднера (в адаптации Г. У. Солдатовой), шкала толерантности к неопределенности Д. Мак-Лейна (в адаптации Е. Г. Луковицкой), опросник «Личностные факторы принятия решений» (ЛФР–25) Т. В. Корниловой, шкала личностной и ситуативной тревожности Ч. Спилбергера, опросник базисных убеждений Р. Янофф-Бульман (модификация М. А. Падун, А. В. Котельниковой), тест «Встроенные фигуры» Г. Виткина, тест «Схожие рисунки» Дж. Кагана, тест «Словесно-цветовая интерференция» Дж. Струпа. Применялся кластерный (метод Варда) и дисперсионный анализы. Сравнение выборок осуществлялось по U-критерию Вилкоксона-Манна-Уитни; использовался *Ex post facto* дизайн.

### Результаты исследования и их обсуждение

В рамках когнитивного стиля полезависимость/полenezависимость (далее — ПЗ/ПНЗ) было выделено три слабопересекающихся кластера, которые интерпретировались как субгруппы «фиксированные полenezависимые», «мобильные полenezависимые» и «мобильные полезависимые». Здесь и далее выпадение отдельных кластеров, описывающих различные категории испытуемых, объясняется спецификой возрастного и образовательного статуса испытуемых.

Сравнение субгрупп «фиксированные полenezависимые» и «мобильные полenezависимые» выявило значимые различия по показателю толерантности к неопределенности Д. Мак-Лейна ( $M = 107,23$ ,  $M = 92,25$ ,  $p < 0,05$  соответственно)<sup>1</sup>. Таким образом, «фиксированные полenezависимые» сообщают

<sup>1</sup>  $M$  — среднее значение показателя по кластеру,  $p$  — уровень значимости различий сравниваемых показателей.

о большей толерантности к неизвестным, сложным, динамически неопределенным стимулам.

Для понимания смысла полученных результатов было высказано два объяснения. Первое из них связано с идеей «нагрузки» в переработке при регулировании объема рабочей памяти. Согласно когнитивным интерпретациям, поленазависимость соотносится с малым объемом и темпом одновременно обрабатываемой информации, а также инертностью внимания. Влияние таких факторов, как тревожность, может приводить к уменьшению объема рабочей памяти и снижению эффективности обработки информации [3, 6]. Данное объяснение получило свое подтверждение в рамках схемы гендерного сравнения. Результаты сравнительного анализа межгруппового фактора «пол» (для  $n = 80$ , 64 девушки и 16 юношей) установили, что мужская часть выборки, в отличие от женской, характеризуется большей толерантностью к неопределенности ( $F = 3,68, p = 0,05$ ) и поленазависимостью ( $F = 5,77, p < 0,02$ ), меньшими значениями личностной и реактивной тревожности ( $F = 16,53, p < 0,001$ ;  $F = 3,94, p < 0,05$  соответственно).

Второе объяснение обращено к анализу показателя имплицитной обучаемости. Содержательно имплицитная обучаемость соотносится с адаптивной способностью неявно (без сознательных попыток) выявлять закономерности окружающей среды, операционально — с общей способностью индивида обучаться в процессе решения задач [2].

Смысл показателя имплицитной обучаемости позволяет считать первое объяснение малоудовлетворительным. В этом случае можно допустить, что высокие значения толерантности к неопределенности Мак-Лейна в субгруппе «фиксированные поленазависимые» будут латентным проявлением интолерантности к неопределенности, значение которого — предотвращение опасений и защита от неожиданностей [5].

В рамках когнитивного стиля импульсивность/рефлексивность (далее — И/Р) было выделено три непересекающихся кластера, которые интерпретировались как субгруппы «быстрые/неточные», «быстрые/точные», «медленные/точные». Попарное сравнение субгрупп «быстрые/точные» и «быстрые/неточные» выявило значимые различия по показателю «Справедливость» шкалы базисных убеждений ( $M = 5,84, M = 3,42, p < 0,05$ ). Таким образом, импульсивные субъекты демонстрируют убеждение в несправедливости окружающего мира.

Отмеченное соотношение является вполне ожидаемым, если учитывать то, что импульсивным субъектам несвойственно тщательно анализировать информацию, перебирать альтернативные решения, отказываться от одних и переключаться на другие [1]. Указанные особенности находят свое выражение в склонности к генерализованным обобщениям и специфических схемах оценки впечатлений. В частности, внешние события и ситуации оцениваются менее позитивно, с пессимистическим уклоном, как угрожающие, несправедливые, несущие угрозу для «я» [4].

Сравнение субгрупп «быстрые/точные» и «медленные/точные» (рефлексивные) выявило на уровне тенденции ( $p = 0,6$ ) стремление «быстрых/точных» оценивать себя как более удачливых, а рефлексивных — как менее удачливых. Попарное сравнение субгрупп «медленные/точные» (рефлексивные) и



«быстрые/неточные» (импульсивные) обнаружило парадоксальную картину результатов. Так, рефлексивность положительно соотносится с показателем толерантности к неопределенности Баднера ( $M = 70,6$ ,  $M = 66,1$ ,  $p < 0,05$ ) и отрицательно с имплицитной обучаемостью ( $M = 0,55$ ,  $M = 0,79$ ,  $p < 0,01$ ). Если первый результат согласуется с более ранними исследованиями толерантности к неопределенности, а также укладывается в рамки представлений о сформированности механизмов произвольного интеллектуального контроля, то второй результат является малоожидаемым. Напомним, что механизмы произвольного интеллектуального контроля ассоциируются со способами саморегуляции интеллектуального поведения и рассматриваются в терминах его эффективности. Согласно второму результату, можно заключить, что импульсивные более быстро реагируют на изменение условий ситуации, но в силу несформированности контролирующих реакций демонстрируют ранний выход из ситуации неопределенности.

В рамках когнитивного стиля «ригидность/гибкость познавательного контроля» (далее — Р/Г) было выделено четыре кластера, которые интерпретировались как субгруппы «неинтегрированные», «гибкие», «интегрированные», «ригидные». Обратимся к анализу наиболее существенных результатов.

Для понимания когнитивного стиля Р/Г нам представляется значимым рассмотрение основных показателей, связанных с его измерением. Вопрос о сущности показателя соотношения времени чтения карт «Цвет» и «Слово» является наиболее дискуссионным. Традиционно он интерпретируется как «вербальность» или «вербальная доминантность». Между тем имеются факты, указывающие на некорректность подобной формулировки. По мнению М. А. Холодной, данный показатель следует рассматривать как меру интеграции (близости) двух форм познавательного опыта, проявление способности осуществлять одну из форм словесно-образного перевода. На наш взгляд, подобная трактовка смысла указанного показателя является метафоричной, но по сути своей обращенной к проблеме различных систем ментальной репрезентации. Показатель соотношения времени чтения карт «Цвет» и «Слово» следует определять как предпочтения в характере построения ментальных репрезентаций — последовательном или одновременном, тогда как величину интерференции следует рассматривать как способность «переключаться» с одного способа кодирования информации на другой, собственно когнитивную гибкость. Именно в данных смысловых координатах осуществлялся анализ полученных результатов.

«Расщепление» полюса гибкости познавательного контроля («неинтегрированные» — «гибкие») обнаружило, что субгруппа «гибкие» демонстрирует наиболее высокие показатели по шкалам толерантности к неопределенности ( $M = 94,1$ ,  $M = 103,7$ ,  $p < 0,05$ ) и готовности к риску ( $M = 2,6$ ,  $M = 4,6$ ,  $p < 0,05$ ). Это обеспечивается, на наш взгляд, одновременностью в кодировании сенсорно-перцептивных и вербальных стимулов в сочетании с когнитивной гибкостью.

Субгруппа «неинтегрированные» в отличие от субгруппы «гибкие» характеризуется последовательностью в обработке информации в сочетании с когнитивной гибкостью и убеждением в доброжелательности окружающего мира ( $M = 6,87$ ,  $M = 4,83$ ,  $p < 0,05$ ). В интеллектуальном поведении субгруппы

«неинтегрированные» можно обнаружить сходство с субгруппой «фиксированные полнезависимые». Высокие показатели толерантности к неопределенности, ее характеристик в данных субгруппах обеспечиваются, на наш взгляд, высоким когнитивным ресурсом их представителей. С учетом специфики выявленных взаимосвязей можно допустить, что когнитивный ресурс данных категорий испытуемых направлен на совладание с тревогой путем переосмысления событий в рамках сложившихся схем и убеждений, поддержания положительных установок (иллюзий) в отношении собственного «я» и окружающего мира. Результаты работ С. Байер и др. не противоречат нашей мысли. По мнению исследователей, чем больше человек переживает угрозу в отношении собственного «я», тем больше он испытывает потребность «держаться» за позитивные иллюзии [4].

Субгруппа «интегрированные» (полюс ригидности познавательного контроля) демонстрирует большую «чувствительность» к когнитивному конфликту, преодоление которого сопряжено с проявлением контролирующих реакций (медленное выполнение карты «Цветные слова»). В сравнении с субгруппами «неинтегрированные» и «гибкие» субгруппа «интегрированные» характеризуется более низкими показателями шкал толерантности к неопределенности, готовности к риску, базисных убеждений (шкала «Контроль») и высокими показателями личностной тревожности.

Таким образом, формирование механизмов произвольного интеллектуального контроля, с одной стороны, обусловлено необходимостью саморегуляции интеллектуального поведения в ситуациях неопределенности, с другой стороны — компенсацией дефицита личностно-когнитивного ресурса субъекта.

Сравнение субгруппы «ригидные» с другими стилевыми кластерами в обозначенном континууме показало их наибольшую уязвимость при восприятии и интерпретации неопределенных стимулов и ситуаций.

### Выводы

Подводя итоги эмпирического исследования, следует отметить, что первоначальные предположения получили свое подтверждение. На основании результатов проведенного исследования были сделаны следующие выводы: 1) анализ когнитивных стилей «полнезависимость/полнезависимость», «импульсивность/рефлексивность», «ригидность/гибкость» познавательного контроля, осуществленный при помощи процедуры кластерного анализа, позволил выявить различные оттенки толерантности к неопределенности; 2) выраженность аналитического компонента когнитивного стиля хотя и является преимущественной при восприятии и интерпретации неопределенных стимулов и ситуаций, связана с проявлением защитных механизмов; 3) механизмы произвольного интеллектуального контроля соотносятся с саморегуляцией интеллектуального поведения в ситуации неопределенности, а также могут выступать в качестве ресурсной составляющей в случае дефицита личностно-когнитивных возможностей субъекта, выражающегося в усилении инерционных компонентов интеллектуальной деятельности и переживании тревоги.

1. *Корнилова Т. В., Скотникова И. Г., Чудина Т. В., Шуранова О. И.* Когнитивный стиль и факторы принятия решения в ситуации неопределенности // Когнитивные стили. Таллинн, 1986.
2. *Кострикина И. С.* ИмPLICITная обучаемость как условие реальных достижений в различных видах деятельности // Психол. журн. 2008. Т. 29.
3. *Холодная М. А.* Когнитивные стили: о природе индивидуального ума. М., 2002.
4. *Bayer S., Lev-Wiesel R., Amir M.* The Relationship Between Basic Assumptions, Posttraumatic Growth, and Ambiguity Tolerance in an Israeli Sample of Young Adults: A Mediation-Moderation Model // Traumatology. 2007. Vol. 13.
5. *Frenkel-Brunswick E.* Intolerance of ambiguity as an emotional perceptual personality variable // Journal of Personality. 1948. Vol. 18.
6. *Grimley M., Dahraei H., Riding R.* The relationship between anxiety-stability, working memory and cognitive style // Educational Studies. 2008. Vol. 34.

*Статья поступила в редакцию 02.11.2010 г.*

## В ЛАБОРАТОРИИ УЧЕНОГО

УДК 316.612 + 316.77 + 316.75

П. А. Амбарова

### **КУЛЬТУРНАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ «СОЦИАЛЬНЫХ ЧАСОВ». НАЧАЛО ЖИЗНЕННОГО ПУТИ**

Обобщены и проанализированы результаты антропологических, культурологических, социологических исследований, а также обыденных наблюдений, связанных с представлениями о времени развертывания и содержании «жизненных сюжетов» детства как особого периода социализации. Показано, что культурная вариативность «социальных часов» обусловлена различными факторами — ценностным отношением к определенному возрасту, культурными традициями, типом цивилизации, уровнем социально-экономического развития общества.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** «социальные часы», социализация, межкультурные различия.

Понятие «социальных часов» определяет основные возрастные периоды в жизни человека, в которые предписывается или допускается освоение тех или иных социальных статусов и ролей, видов деятельности. Имеются в виду не только законодательно закрепленные возрастные нормы (возраст кандидата на пост президента, получения паспорта, совершеннолетие), хотя и они являются секторами «социальных часов». Речь идет о легитимности, которой наделяется стремление человека занять ту или иную позицию в социальной структуре, и ожиданиях общества относительно освоения предписанных статусов и ролей.

Сектора «социальных часов» образованы значимыми этапами социализации личности и соответствующими им социальными статусами. При этом возможно их условное разделение на несколько сфер — семейную (брачный воз-

---

АМБАРОВА Полина Анатольевна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и социальных технологий управления Уральского федерального университета им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург (e-mail: borges75@mail.ru)

© Амбарова П. А., 2011

раст, возраст родительства), профессиональную (профессиональный, должностной статусы), а также общественную (совершеннолетие, начало обучения). Сектора представлены также «жизненными сюжетами» — социокультурными условиями и обстоятельствами обретения того или иного статуса и освоения соответствующей социальной роли.

Ключом к анализу «социальных часов» служит категория социального времени. Она обозначает «длительность, сменяемость объектов, их стадий и состояний» [10, 164]. Временная картина мира является основой организации и функционирования социальных систем, она обуславливает обыденное поведение людей и их повседневные взаимодействия [11, 165]. Временное измерение человеческой жизни осуществляется «социальными часами» и заключается в представлениях о «старте» и окончании, продолжительности тех или иных «жизненных сюжетов». Временная картина мира и «социальные часы» в различных культурах имеют свою специфику, что отражается на содержании и значимости различных этапов социализации.

Особенности «социальных часов» выявляются как при диахронном, так и синхронном рассмотрении. Вариативность социального времени наблюдается в рамках одной культуры при смене исторических эпох (например, различия «социальных часов» в русской культуре XIX и XX вв. связаны с переходом от традиционного типа общества к индустриальному). При синхронном рассмотрении характер «социальных часов» определяется не только цивилизационным развитием, но и национально-культурной спецификой. Например, в западноевропейских и американском обществах, находящихся на одной ступени развития, имеются различия в оценке этапов становления личности, времени освоения социальных ролей.

Один из факторов «социальных часов», связанных с особенностями национальных культур, — ценностное отношение к различным возрастным периодам. Представления о значении и возможностях того или иного возраста нашли отражение в обыденных представлениях, философских и культурологических сочинениях, трудах антропологов и психологов [1, 5, 6, 9, 12, 15, 17, 20], художественных произведениях (картины «Три возраста женщины» Г. Бальдунга, Э. Мунка и Г. Климта, детские образы в произведениях Ч. Диккенса, М. Твена, Л. Н. Толстого).

Остановимся на ценности таких этапов, как младенчество и детство.

Определенный интерес в данном вопросе представляет «психогенная» теория истории Л. Демоза, согласно которой причины и особенности культурного развития общества определяются взаимоотношениями детей и родителей [8].

Демоз выделяет инфантицидный стиль (с древности до IV в. н. э.), характеризующийся незначительной ценностью детей, их жизни. В доказательство он приводит легитимность инфантоцида. Второй стиль — бросающий (с IV по XIII в.) — выразился в стремлении отделить детей от родителей (отдать кормилице, в монастырь) или «незаметного существования» дома. Амбивалентный стиль (с XIV по XVII в.) характеризуется вниманием к детям и детскому возрасту как «сырому материалу» и «переходному этапу», не имеющему самостоятельного значения. Четвертый стиль — навязчивый — устанавливает

тотальный контроль за поведением и внутренним миром ребенка (XVIII в.) Этот период ознаменовался появлением конфликтов отцов и детей. Следующий стиль (с XIX до сер. XX столетия) Демоз называет социализирующим, так как отношение взрослых к детям определяется задачей подготовки их к будущей жизни. Шестой стиль (с сер. XX в.) — помогающий — характеризуется признанием автономности детства и детей, «которые сами знают лучше родителей, что им надо».

Ряд других зарубежных исследователей (М. Мид, Р. Бенедикт, К. Дюбуа, Дж. и Б. Уайтинги), уделявших большое внимание отношению к личности ребенка в различных культурах, взаимоотношениям в системе «дети — взрослые», подтверждают, что детство как автономный мир и период жизни, обладающий самостоятельной ценностью, было осознано в европейской культуре только в конце XVIII в. Концепции Л. Демоза и М. Мид наиболее ярко отражают динамику ценностного отношения к детству в рамках европейской культуры. Кстати, само появление этнологии детства, психоаналитических и этологических концепций детства является показателем внимания к данному периоду и его признания.

Игнорирование детства как ценности характерно для традиционных обществ, хотя любовь к детям проявляется в них в той же степени, что и в цивилизованных странах. Данные этнографических и антропологических исследований свидетельствуют о том, что детство и подростковый период в традиционном обществе были и остаются чрезвычайно краткими и расцениваются как переходные состояния. Младенец считается недочеловеком, поскольку не обладает такими «человеческими» признаками, как речь, прямохождение. Этим объясняется обычай двойного имянаречения младенца: одно имя давалось на период младенчества и детства (часто оно было связано не с человеческим, а животным миром), другое (настоящее) присваивалось при вхождении во взрослый мир [16].

Таким образом, в рамках одного и того же типа общества (традиционного, индустриального или постиндустриального) наблюдается общность оценок детства: либо признание его самостоятельного значения, либо игнорирование. Тем не менее в конкретных культурах, принадлежащих к одному цивилизационному типу, не наблюдается абсолютного единства в понимании содержания, характера, результатов и факторов социализации ребенка, что выражается в разности подходов к воспитанию детей. Например, в США ребенок с рождения считается личностью со своими потребностями и желаниями, имеет право на их признание, понимание и удовлетворение в рамках допустимого. В России младенец и ребенок лишены самостоятельности. В большинстве случаев работает традиционная установка: мать сама знает потребности ребенка и способы их наилучшего удовлетворения. В соответствии с такими представлениями сформированы нормы детского поведения: американская мама стимулирует ребенка к активному освоению окружающего мира, а российская мама желает видеть свое дитя послушным, спокойным, неактивным — «маленьким взрослым».

Некоторые принципы воспитания, бытующие в восточных культурах и базирующиеся на своеобразном отношении к детям, вызывают удивление у евро-

пейцев и вряд ли могут быть заимствованы западной культурой. Для Японии и Южной Кореи характерна практика «вседозволенности», резко сменяемая системой жестких требований и социального контроля. В этих странах ребенок считается до определенного возраста особым существом (в Японии — до 5, в Корее — до 7 лет), с ним обращаются «как с королем», с 5 до 15 лет — «как с рабом», а после 15 — «как с равным». Пятнадцатилетний подросток — уже взрослый человек, четко следующий предписанным обязанностям и правилам.

Иная оценка детства сложилась в еврейской культуре: дети — высшая ценность, требующая бережного отношения и заботы независимо от возраста. Такое отношение сформировалось еще в древности: детей не убивали, не приносили в жертву, не считали имуществом, даже маленькие дети были субъектами права, нанесенный им ущерб должен был компенсироваться [8].

Приведенные примеры ценностного отношения к детству свидетельствуют о достаточно существенных межкультурных различиях. Они проявляются в самых разных аспектах социализации детей и соответственно в понимании «социальных часов».

Набор культурных навыков, усваиваемых в детстве, чрезвычайно многообразен, а возраст, в котором они должны быть усвоены, варьируется от культуры к культуре. Хотя на первый взгляд младенчество и детство не столь наполнены «жизненными сюжетами», как последующие периоды, на самом деле это самый интенсивный этап социализации, так как за два-три года ребенок усваивает такой объем социального опыта, на освоение которого в последующие периоды требуются десятилетия. Главные результаты социализации в детстве связаны с интериоризацией социальных и культурных навыков, необходимых для будущей бытовой и трудовой деятельности. Они служат основой более сложных форм социальной деятельности и взаимодействия.

Рассмотрим несколько «жизненных сюжетов», в которых межкультурные различия «социальных часов» видны особенно четко.

*Приучение детей к «туалетному поведению»* в этом случае наиболее показательно. Вопрос о том, в каком возрасте необходимо приучение ребенка к горшку, мог возникнуть только в западном индустриальном и постиндустриальном обществах. В психологической, медицинской, педагогической литературе сочинения о возрасте и методах приучения к горшку составляют весьма солидное направление и пользуются огромным спросом у родителей. В то же время в «неразвитых» странах этот вопрос не актуален и не составляет предмета специального изучения. Для традиционного общества характерна культура раннего высаживания (естественные методы гигиены ребенка), а для индустриального — приучение к горшку в позднем возрасте. Высаживание когда-то практиковалось и в западных странах, но потом было исключено из культуры родительства как пережиток «несовершенного прошлого». В западной культуре метод раннего высаживания рассматривается как элемент концепции «естественного родительства», основанной на заимствовании опыта воспитания детей в традиционных обществах.

Антропологи не случайно обратили внимание на «туалетное поведение» как явление в целом и на различия в данном вопросе в разных культурах.

Медики среди причин неврозов у детей в западных странах и возникновения на их основе соматических заболеваний и вредных привычек называют позднее насильственное приучение ребенка к горшку. В традиционных культурах приучение к туалетному поведению основано на развитии физиологических механизмов и происходит бесконфликтно, соответственно, некоторые детские заболевания имеют не психосоматическое, а физиологическое происхождение.

Кроме того, высаживание играет ключевую роль в системе методов воспитания, нацеленных на раннее взросление детей. Сформированность «туалетных» навыков у ребенка означает определенную степень самостоятельности и независимости его от родителей. Не случайно в традиционном обществе мать может рассчитывать на практическую помощь детей самого раннего возраста, даже в уходе за новорожденным. В цивилизованном обществе достаточно сложно ухаживать за двумя детьми сразу — и за новорожденным, и за подростком, так как разница в степени самостоятельности у них чрезвычайно мала [2].

В некоторых традиционных обществах высаживание начинается с первых недель жизни. Так, например, в южноафриканском племени диго, а также Пакистане детей начинают высаживать в возрасте 2–3 недель, а в 4–6 месяцев ребенок остается сухим и чистым и днем, и ночью. В африканских племенах женщина, испачканная своим малышом через неделю после родов, считается невнимательной матерью [Там же].

У других народов время «старта» сдвигается к 6 месяцам, но в любом случае оно связано с первым полугодием жизни ребенка, так как считается, что после 6 месяцев этот процесс будет протекать более сложно. Полная независимость и самостоятельность наступает тогда, когда ребенок начинает ходить, т. е. примерно к году. Вспомним, что в советское время готовность ребенка к яслям (к 1,5 годам) определялась в том числе умением управлять своими естественными потребностями. В западных культурах дети, приученные к естественной гигиене, обычно становятся полностью самостоятельными где-то в период между первым и вторым днем рождения. В менее «цивилизованных» странах этот момент наступает еще раньше.

В современной Америке знакомство с горшком начинается примерно с трех лет. В 70-е гг. американской официальной медициной были разработаны рекомендации по приучению детей к туалету. Эти инструкции авторитетно *не рекомендовали* начинать обучение высаживанию до двух лет, а до этого времени нужно пользоваться одноразовыми подгузниками. При этом прилагался список признаков готовности ребенка обучаться [Там же]. Постепенно возраст «памперсных» детей сдвигается до трех и четырех, а иногда и пяти лет (заметьте, что самый большой размер детского подгузника предназначен для детей весом в 25 кг).

Нужно отметить, что возраст приучения к туалету связан не только с социальными факторами, но и культурными традициями. Дело в том, что традиция высаживания сохранилась в индустриальную и постиндустриальную эпоху в некоторых развитых странах Европы, а также Японии, Китае, России.

Следующий «жизненный сюжет», демонстрирующий культурную вариативность «социальных часов», связан с *отделением ребенка от матери*. Имеется



в виду тот возраст, в котором начинает расширяться социальное окружение ребенка и когда мать теряет значение главного и единственного агента социализации. Отделение осуществляется в нескольких формах. Одна из них — это *раздельный сон*.

В традиционных культурах период между рождением ребенка и его отделением от матери продолжается не менее, а то и более трех лет. Кормление и совместный сон являются основой этих отношений. Так, например, в индейском племени майя (штат Юкатан, Мексика) днем дети спят в гамаках, а на ночь перебираются в кровать матери. Такая практика продолжается в течение нескольких лет после родов. После рождения следующего ребенка старшие дети переходят на кровать в той же комнате или делят кровать с другим членом семьи [14]. В Японии в первый год жизни ребенок остается как бы частью тела матери: она практикует постоянный физический контакт (носит на руках или привязанным за спиной, ночью кладет спать рядом с собой и дает грудь по требованию). Не случайно матерей в Японии называют амаэ (от глагола «амаэру» — быть избалованным, зависимым от матери) [18, 73]. У китайцев ребенок до пяти лет спит между родителями. Считается, что так он получает достаточно и материнской, и отцовской энергии, благодаря чему будет счастлив в любви и здоров.

В индустриальных обществах младенцев иногда сразу или вскоре после рождения отделяют от матери, сокращают период грудного вскармливания и стараются поместить в отдельную комнату. Раздельный сон ребенка и родителей стал практиковаться в западных странах не так давно — примерно 100 лет назад — и, безусловно, в этом большую роль сыграли фундаментальные западные ценности — независимость, индивидуализм и самостоятельность. Считается, что сон в одиночку способствует развитию уверенности в себе, независимости и самостоятельности в детстве и взрослой жизни. Так, в США дети с самого рождения спят в отдельных комнатах без родителей. В качестве утешительных предметов, предназначенных компенсировать отсутствие близких, ребенку предлагаются игрушки, маленькие подушки, предметы одежды мамы и др.

Следующая форма социализации, связанная с отделением, может быть названа «*выход из дома*». «Социальные часы» определяют, в каком возрасте к воспитанию ребенка подключаются другие агенты и институты, не относящиеся к семье.

В европейских странах этот момент определяется несколькими факторами. Во-первых, многие матери стремятся как можно быстрее вернуться к работе или учебе. Ребенок передается либо няням, либо в дошкольное учреждение. Примечательно, что к помощи близких родственников или соседей, как правило, не прибегают. Во-вторых, даже если ребенок находится дома, вне системы дошкольного образования, воспитатели все равно культивируют раннюю независимость ребенка, полагая ее обязательным условием его развития. Детям сразу дается понять, что у каждого человека есть свои интересы и желания. Немцы считают ребенка, привязанного к своей матери, испорченным [14].

«Старт» второго этапа отделения от матери в немецкой культуре наступает в среднем в 3–4 месяца, реже — в течение первых трех лет. После трех лет «неорганизованный» ребенок посещает игровую группу для общения со сверстниками.

Во Франции ребенок почти с рождения весь день проводит сначала в яслях, потом в детском саду, потом в школе [13].

Контраст немецкой и французской практикам составляют японские традиции, которые предписывают матерям самостоятельно воспитывать малышей дома как можно дольше. В Японии есть ясли и детские сады, но воспитание в них не приветствуется. «Если женщина отдает ребенка в ясли, а сама идет работать, то ее поведение часто рассматривается как эгоистическое. О таких женщинах говорят, что они недостаточно преданы семье и ставят на первое место свои личные интересы. А в японской морали общественное всегда преобладает над личным» [19, 21]. Такая практика обусловлена описанным выше ценностным отношением к детям и сохранением традиционных гендерных ролей: в Японии большинство женщин по-прежнему ориентированы на семью и «женские обязанности».

«Выход из дома», безусловно, связан с социально-экономическими и социокультурными факторами. Возраст отделения от матери снижается в тех обществах, в которых женская работа является вынужденной, так как составляет значительную долю в общем семейном доходе, или когда меняются содержание гендерных ролей и функции семьи по выхаживанию и воспитанию детей. В традиционных культурах в основном сохраняется установка на пролонгирование тесных отношений матери и ребенка, а если это невозможно, то мать заменяют близкие родственники или соплеменники, которые рассматриваются как члены большой семьи-племени. Не случайно у некоторых народов существует обычай временной передачи ребенка на воспитание в другую семью или кормление детей «по кругу», когда все кормящие матери по очереди прикладывают к груди детей своих соплеменниц. Известен еще один способ поддержания тесной связи матери и ребенка в условиях экономической необходимости женского труда, когда матери берут детей на работу, привязывая их к себе или находясь на расстоянии видимости. Так поступают цыганки, решая проблему присмотра за детьми и используя их в качестве орудия труда.

В индустриальных и постиндустриальных странах раннее расставание с ребенком и выход на работу обусловлены не только экономическими соображениями, но и ценностными ориентациями, в структуре которых женский труд и профессиональная карьера занимают не последнее место, конкурирующее с семьей и деторождением.

Вариативность «социальных часов» наблюдается в такой форме социализации, как *обучение детей* в рамках института образования. Она предполагает дальнейшее отделение ребенка от родителей и расширение социального окружения.

Содержание и время обучения зависят от представлений о качествах, необходимых взрослому человеку. В одних культурах обучение связано с приобретением трудовых навыков, в других — общетеоретических и общекультурных знаний, служащих базой профессионального обучения, которое по времени сдвигается на более поздние сроки.

В европейских странах общеобразовательная подготовка начинается довольно рано. Например, в Бельгии — с 2,5 и продолжается до 16 лет (в вечерних

школах — до 18). В Великобритании школу начинают посещать с 4 лет. Российские дети поступают в школу в возрасте 6–7 лет. К тому же в нашей стране практикуется раннее обучение в дошкольном учреждении, которое обеспечивает ребенка, поступающего в школу, не только умением учиться, но и навыками чтения и письма, иностранной речи.

Среди восточных стран специфична южнокорейская культура, в которой большое значение имеют конфуцианские ценности. Корейские дети довольно рано начинают школьную жизнь, поскольку образование является эффективным «лифтом» восходящей социальной мобильности. Корейская система воспитания нацелена на раннее формирование чувства ответственности за свои поступки, в том числе за учебу. Поэтому юные корейцы уделяют школьным и внешкольным занятиям намного больше времени и сил, чем дети в других странах [4].

Анализ содержания европейских образовательных программ показывает, что школьное обучение детей раннего возраста в целом учитывает специфику их психического, интеллектуального и социального развития, однако нацелено на стимулирование раннего интеллектуального развития. Кроме того, увеличение продолжительности школьного дня за счет учебных и внеучебных занятий приводит к длительному пребыванию вне семьи. Таким образом, нормы западной культуры предписывают раннее отделение ребенка от ближайшего окружения, раннее и продолжительное общеобразовательное обучение с акцентом на интеллектуальное развитие и отнесение профессионального обучения на поздние сроки.

В традиционных культурах практикуется раннее обучение трудовым навыкам, общеобразовательная же подготовка либо сокращена, либо идет параллельно с профобучением, либо вообще отсутствует (в зависимости от уровня культурного и социально-экономического развития страны, законодательства, содержания гендерных ролей и т. п.). Вообще *обучение трудовым навыкам и приучение к труду, включение в самостоятельную трудовую деятельность* в детском возрасте можно рассматривать как важнейшие этапы социализации и, соответственно, отдельные «жизненные сюжеты».

Некоторые культурантропологические исследования были специально посвящены связи между типами труда и предпочитаемыми детьми моделями взаимодействия друг с другом, мотивам трудовой деятельности, соотношению игры и труда, структуре и видам детского труда [см.: 3]. Эти исследования также фиксируют межкультурные различия данного сектора «социальных часов».

Во всех культурах, независимо от их типа, детский труд первоначально вплетен в игру, принимает ее форму, хотя уже в раннем детстве можно выделить элементы трудовой активности в чистом виде (прежде всего это домашний труд и самообслуживание). Достаточно сильно варьируется возраст, с которого труд становится сначала равнозначным игре, а затем и ведущей деятельностью.

В традиционных обществах ребенок включается в данную сферу деятельности раньше, чем в индустриальных и постиндустриальных. Исследование, проведенное Р. Г. и Р. Л. Монро, Г. С. Шиммин «Труд в четырех культурах:

детерминанты и следствия» (1984), показало, что в три года различные обязанности занимают у детей из традиционного общества до десяти процентов времени, а к девяти годам они затрачивают на это до трети своего внешкольного времени, в жизни детей современного постиндустриального общества от трех до девяти лет труду отводится минимальная роль [3].

Таким образом, дети работают там, где имеют экономическую ценность. В традиционных обществах посильный детский труд — общепринятая практика, проверенная веками и закреплённая традициями. В развитых странах характер детского труда и возраст вовлечения в него определяются особенностями социального положения. Дети из депривированных социальных слоев начинают работать рано (в 5–6 лет), и труд этот имеет вынужденный характер и негативные последствия для физического, психического, социального здоровья. Западное общество рассматривает вынужденный ранний детский труд как асоциальное явление, антиценность и стремится противодействовать этому в теории и практике законодательства, социальной защиты, педагогики. За норму принимается подростковый труд, общественно либо лично значимый, не опасный для жизни и здоровья. Тем не менее в рамках западной культуры могут наблюдаться некоторые различия. Так, в одних странах принято серьёзно относиться к детскому труду: в Бельгии подростки систематически подрабатывают с 15, в Великобритании — с 16 лет. В России труд детей и подростков рассматривается не только и не столько как способ заработать на карманные расходы, сколько как игра во взрослую жизнь, иногда как пустая трата времени.

Представленные «жизненные сюжеты» детства не исчерпывают всего многообразия содержания данного периода социализации и его временной вариативности. Выбор сюжетов обусловлен в первую очередь их ключевой ролью в формировании типа личности, свойственного той или иной культуре. Кроме того, кросскультурный анализ данных «сюжетов» позволяет обратить внимание на специфику явлений культуры, «спрятанную» в повседневной жизни ребенка.

- 
1. Ариес Ф. Возрасты жизни // *Философия и методология истории*. М., 1977.
  2. Бауэр И. Жизнь без подгузников. М., 2009.
  3. Белик А. Культурология. Антропологические теории культур. М., 1999.
  4. Воспитание в Южной Корее [Электронный ресурс]. URL: <http://nansysan.narod.ru/index481.html>.
  5. Выготский Л. С. Проблема культурного развития ребенка (1928) // *Вестн. Моск. ун-та*. 1991. Сер. 14 : Психология. № 4.
  6. Гидденс Э. Социология. М., 1999.
  7. Горелик М. Дорога короткая, но длинная [Электронный ресурс]. URL: [www.judaicaru.org/menu/3\\_klali.html](http://www.judaicaru.org/menu/3_klali.html).
  8. Демоз Л. Психоистория. Ростов н/Д, 2000.
  9. Законы Ману. М., 1960.
  10. Кемеров В. Е. Время и пространство // *Современный философский словарь*. Лондон ; Франкфурт-на-Майне ; Париж ; Люксембург ; Москва ; Минск, 1998.
  11. Кемеров В. Е. Время социальное и пространство социальное // *Современный философский словарь*.

12. Кон И. С. Ребенок и общество. М., 2003.
13. Лебедь Н. Воспитание по-французски // Мама и малыш. 2005. № 9.
14. Мацумото Д. Психология и культура. СПб., 2003.
15. Мид М. Культура и мир детства. М., 1988.
16. Панченко А. Отношение к детям в русской традиционной культуре [Электронный ресурс] // Отечественные записки. 2004. № 3. URL: [www.strana-oz.ru/?numid=18&article=862](http://www.strana-oz.ru/?numid=18&article=862).
17. Руссо Ж. Ж. Эмиль, или О воспитании // Руссо Ж. Ж. Педагогические сочинения: в 2 т. М., 1981. Т. 2.
18. Степанюшина А. И. Воспитание детей в Японии // Путь Востока. Проблема методов: материалы IV науч. конф. по проблемам философии, культуры, религии Востока. Сер. Simposium; вып. 10. СПб., 2001.
19. Тимофеева Т. Японское воспитание // Мама и малыш. 2005. № 3.
20. Шопенгауэр А. Афоризмы для усвоения житейской мудрости. М., 2009.

*Статья поступила в редакцию 15.01.2011 г.*

УДК 82–9(059) + 808.1

**Ю. Б. Балашова**

### **ПОЭТИКА АЛЬМАНАХА-КАЛЕНДАРЯ КАК ИЗДАНИЯ УНИВЕРСАЛЬНОГО ТИПА**

Анализируется поэтика альманаха с точки зрения реализации маркирующего данный тип аспекта календарности. Привлекается как исторический, так и современный альманашный материал. В центре внимания — литературные сборники, сохраняющие эксплицированную зависимость от календарного прототипа.

**Ключевые слова:** альманах, календарь, поэтика, «Круг чтения», продолжающееся издание, массовая литература.

В переходные эпохи — в ситуации смены картины мира — наряду с демонстративным разрывом с традициями на уровне коллективного сознания обостряется потребность в освященных традицией ценностях, поддерживаемых ритуально-обрядовой стороной жизни и мифологическими моделями. С древнейших времен гарантом и хранителем архаичной модели мира служил сакральный по своей сути календарь. С конца Средних веков, когда огромной популярностью пользовались альманахи-календари, содержавшие различные астрологические предсказания, и вплоть до настоящего времени альманах неизменно остается календарем. Альманах — это литературный сборник, предлагающий «круг чтения» на определенный отрезок времени. Календарная первооснова альманаха реализует себя в календарной (праздничной) семантике и прагматике явления, его энциклопедичности, наконец, интенции обозреть состояние словесности за отчетный временной промежуток (реже — сезонно, чаще — на год).

---

БАЛАШОВА Юлия Борисовна — кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-культурных технологий Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов (e-mail: [u\\_balashova@mail.ru](mailto:u_balashova@mail.ru)).

© Балашова Ю. Б., 2011

Литературный альманах (а именно литературная разновидность альманаха доминирует на русской почве) как универсальный тип издания — карманный «календарь муз» — сформировался в пушкинскую эпоху. К календарному литературному сборнику можно, прежде всего, отнести книгу для народного чтения «Сельское чтение» (изд. В. Ф. Одоевский и А. П. Заблоцкий. СПб., 1843–1848 Кн. 1–4.). А. П. Заблоцкий-Десятовский являлся крупным министерским чиновником, занимался подготовкой крестьянской и земельной реформ; просветительскую задачу решала также его «Ручная книжка для грамотного крестьянина» (СПб., 1854). Выпускавшееся тридцатитысячным тиражом «Сельское чтение» имело огромный успех и многократно переиздавалось. С альманахом на постоянной основе сотрудничал В. И. Даль и эпизодически — А. Ф. Вельтман, М. Н. Загоскин, В. А. Соллогуб и др. По словам Б. Я. Бухштаба, «это издание весьма целенаправленное и продуманное» [1, 24]. Действительно, ведущую позицию в нем занимали популярные статьи на специальные темы (аграрные, животноводческие и пр.). Применительно к потребностям крестьянской жизни излагались календарные сведения. Целый ряд альманахов середины — второй половины XIX в. составляли «проза и стихи для народного чтения» — аналог лубочных изданий, а с последней трети XIX в. — сборники писателей из народа (например: Весна: Сборник рассказов, стихов и статей. С полезными сведениями в общедоступном изложении. М. : тип. И. Д. Сытина, 1894).

В этом же ряду изданий, предназначавшихся, прежде всего, для народного чтения, находится альманах Л. Н. Толстого «Круг чтения: избранные, собранные и расположенные на каждый день Львом Толстым мысли многих писателей об истине, жизни и поведении» (впервые был издан в 1906 г.). Как и положено альманаху-календарю, толстовский сборник вводил в культурный оборот разнообразное чтение на год, причем единицей композиционного членения выступала неделя — «недельные чтения». «Круг чтения», состоящий из чрезвычайно широких по своему диапазону, в основном афористических текстов (избранных произведений современников Толстого — А. Чехова, Ф. Достоевского, И. Тургенева, Л. Авиловой, текстов самого Толстого, зарубежных писателей и философов, античных авторов, восточной мудрости, выдержек из Библии), находится на пересечении светской и церковной традиции. Примечательно, что рационалист Паскаль и иррационалист Шопенгауэр свободно уживаются под альманашной обложкой. По сути дела, Толстой, со свойственным ему жанровым чутьем, актуализировал потенциал альманаха, в том числе его комбинаторные возможности, создав альманах-антологию, хрестоматию и календарь одновременно. В этом смысле толстовский сборник можно считать моделью альманаха как издания переходного типа.

Сама формула «круг чтения» воспринимается в качестве наименования альманашного типа. Именно ее взяли на вооружение редакторы известного альманаха конца 1980-х — первой половины 1990-х гг., первый выпуск которого содержал прямое указание на календарную природу и одновременно — функциональное назначение альманаха: «Круг чтения' 90. Календарь» (М. : Изд-во полит. лит., [1989]). В редколлегию этого альманаха-календаря входили ведущие литературоведы и писатели; достаточно упомянуть имена С. С. Аверинцева,

А. Г. Битова, М. Л. Гаспарова, Ф. А. Искандера, Д. С. Лихачева. В редакционном вступлении они писали: «Когда-то “Кругом чтения” назвал Лев Толстой издание, носившее явно просветительский характер. “Кругом чтения” было решено назвать и календарь-ежегодник, начавший выходить в Политиздате» [2].

Астрологический альманашный прообраз актуализирован в получивших значительное распространение в советское время и вполне популярных и сегодня альманахах фантастики. Но если в СССР речь шла об издававшихся многотысячными тиражами альманахах научной фантастики, например «Альманах научной фантастики» (М.: Знание, 1964–1992), то в постмодернистской культуре популярнейший жанр фэнтези воплощает идею отсутствующей реальности. Так, с 2005 г. раз в два месяца небольшим тиражом выходит альманах современной русскоязычной фантастики, печатающий как «маститых», так и начинающих писателей-фантастов, — «Безымянная звезда». Издательство «Вокруг света» выпускает альманах отечественной фантастики «Полдень. XXI век» (он издается именно как альманах с 2007 г.), его главным редактором является Борис Стругацкий. Действенной остается особая магическая, сакральная семантика альманаха-календаря: «Альманах современной магии» (Н. Новгород; Москва; Форштадт, 1996. Вып. 1). Выходивший на радиостанции «Эхо Москвы» «Книжный гороскоп», содержащий советы книжного астролога, со сравнительно-исторической точки зрения восходит к средневековым альманахам-календарям с различными предсказаниями. Основываясь на собственно типологических позициях, можно говорить и о том, что средневековая книга как таковая, представлявшая собой не что иное, как сборник, снабженный иллюстрациями, маргиналиями и со временем получивший деление на главы, фактически тождественна альманашу.

Альманах как повременное издание отличает то важнейшее обстоятельство, что ему свойственна цикличность, заложенная на уровне типологической модели сезонность (ежеквартальность) издания. Выход литературного альманаха не только непосредственно предшествует Новому году или же следует вскоре после его наступления — этот срок исторически маркирован и нередко оказывается окончательным, но и шире — связан с временами года, сезонными календарными праздниками. Поскольку, с одной стороны, альманах не зависит от жестких издательских сроков, а с другой — репрезентирует новые произведения, то серия сезонных его выпусков, как правило, печатается не вполне последовательно и не укладывается в календарный год как таковой. В результате сезонных нестыковок происходит либо пропуск определенной части годового цикла, либо же распространение издания на следующий год — такой перенос имел место в случае «Мнемозины, собрания сочинений в стихах и прозе, издаваемого кн. В. Одоевским и В. Кюхельбекером» (М., 1824–1825. Ч. 1–4). Альманашный тип отличает свободные сроки выхода в свет, иными словами, он занимает пограничное положение между периодическими и непериодическими изданиями, относится к разряду продолжающихся изданий.

«Отображаемый» альманашом временной интервал иногда получает специальную фиксацию, например: «Красный воин. 1917 — 25 октября 1919» (Б/м., 1919). Такое фиксированное цифровое обозначение вызвано юбилейными

в широком смысле задачами издания, включая обусловленность текущими конкретными мероприятиями — праздничными «днями»/«декадами». Последние достаточно последовательно проводились в советское время как внутри страны, так и за ее пределами представителями русской эмиграции. С 1956 г. в Москве начал издаваться осенний альманах-ежегодник «**День поэзии**». Его материал формировался на основе «живых» выступлений поэтов, в сборнике действовал принцип сменяемости редколлегии. «День поэзии» предоставлял путевку в литературную жизнь молодым поэтам-шестидесятникам, а также возвращал читателям совсем еще недавно находившихся под строжайшим запретом поэтов (М. Цветаева, О. Мандельштам и др.). В общественном сознании «День поэзии», как и «Новый мир», стали символами хрущевской «оттепели», что является одним из свидетельств значения альманаха как медийного продукта и способности данного типа формировать альтернативную культурную среду.

На уровне поэтики альманаха с календарем корреспондирует не только календарный принцип охвата материала, сроки выхода в свет, тематика сборников, сформированная их календарной прагматикой, но и образный строй, лейтмотивы и даже хронотоп.

В условиях домашней доверительной атмосферы, присущей альманаху-календарю, вполне обоснованы развернутые авторские датировки, приуроченные ко времени выхода сборника. Так, в первой книжке альманаха середины 1920-х гг. «Пролетарий» повесть Б. Пильняка «Старый дом» сопровождает небольшой авторский комментарий: «Сторожка в Шихановском лесничестве на Волге, 8 июля 1924 года» [4, 202]. Датировка М. Кузминым трех своих стихотворений: май, сентябрь, апрель 1921 г. — позволяет им образовать за счет архитектурной упорядоченности небольшой цикл. Данный цикл был опубликован в послереволюционном альманахе издательства «Шиповник»: ««Шиповник»: Сборники литературы и искусства» (под ред. Ф. Степуна. М., 1922. № 1). Этот по своей структуре типично модернистский, разнообразный в жанровом отношении сборник, включающий три характерных отдела: «Поэзия и беллетристика», «Философия и искусство», «Критика, обзоры, библиография», непосредственно продолжал серию дореволюционных альманахов «Шиповник», что подчеркивалось кавычками в заглавии, сохранившимися от полного названия издания (Литературно-художественные альманахи издательства «Шиповник». СПб., 1907–1916. Кн. 1–26).

Совпадение места написания, особенно в более широком контексте, нежели обособленный авторский цикл, также имеет в альманахе знаковый характер — выступает в роли лейтмотива, дополнительно скрепляющего сборник.

Выходившие в течение девяти лет (1920-е — самое начало 1930-х), со средней периодичностью два-три раза в год, двадцать книг сборника «Недра» представляли читателю как новые произведения современных авторов, так и неизвестные тексты классиков. В одной из начальных книжек указанных серийных сборников срединная подгруппа стихов (три сонета В. Кемецкого, «Ветер» Ал. Гингера и три стихотворных текста Б. Божнева) объединена именно на основе того обстоятельства, что все они были написаны в Париже в 1922–1923 гг. [3, 133–142]. Аналогичным образом прозаические тексты во второй



книжке альманаха «Пролетарий» (Харьков, 1927) — основная для данного сборника повесть Б. Лавренева «Мир в стеклышке» и «Пятерка» В. Шишкова даже чисто внешне связаны вследствие того, что помечены как созданные в едином локальном культурном пространстве — Детском Селе.

Альманах прочно «консервирует» астрологические заглавия, унаследованные от средневекового предка, — «Ковш» (Л., 1925–1926. Кн. 1–4), «Стрелец» (Сб. 3-й и последний. СПб., 1922). Календарная семантика, маркирующая «имя» альманаха, отражается в таких заглавиях, как «Горизонт» (Сб. прозы. М., 1936), «Часы» (Час первый. Пб., 1922), «Чет и нечет», «Числа» ([Сб. литературы, искусства и философии]. Париж, 1930–1934. № 1–10). Машинописный альманах 1965 г. группы поэтов «Малая Садовая» (по названию петербургской улицы, где был установлен один из первых кофеварочных аппаратов) носил поэтическое «цветочное» название, вполне в альманахном духе, — «Fioretti».

На протяжении своей истории альманах сохраняет — не столько функционально, сколько семантически — подарочный характер: «Тамаре Платоновне Карсавиной “Бродячая собака”. 26 марта 1914 г.» ([СПб.], 1914. 26 марта); «Красивой девушке. Стихи» (М., 1927). В неизбежно редуцированном варианте в альманахе воспроизводятся характерные элементы дизайна издания (карманный формат, иллюстрации и заставки к текстам). Таким образом, по ряду формально-функциональных параметров (приуроченность к праздничному календарю, карманный формат, установка на изобразительную составляющую) альманах все в большей степени сближается с массовой литературой. Он не просто относится к качественной прессе, но и формирует литературный уровень, выражает «стиль эпохи» (так, в Австрии выходит альманах «Новая русская литература» с подзаголовком «Бронзовый век»).

Ниша праздничных изданий в современном медиапространстве оказывается не вполне занятой. Художественные альбомы, календари, соответствующая книжная и периодическая продукция разведены по разным сегментам рынка. Если основываться на синкретической и одновременно литературоцентристской альманашной традиции, то издания, связанные с праздником (приуроченные, по крайней мере, к центральному общенациональному празднику — Новому году), должны содержать иллюстративный ряд и включать литературные элементы. Думается, что латентный спрос на подобную продукцию определяется культурной памятью и поддается экспликации. Эту лакуну стремится заполнить, к примеру, построенная как альманах-антология «Праздничная книга» (СПб., 2009) Макса Фрая (псевдоним С. Мартынчик, И. Степина, составивших целый ряд антологий). В ней освещается разнородный ряд праздников и обрядов (Новый год, Масленица, Всемирный день поэзии, Первое мая, инициация, день рождения, Курбан-байрам) сквозь призму тематически связанных с ними литературных календарных текстов.

Целостная структура праздника, отвечающая универсальным потребностям человека, в плоскости литературно-журналистского процесса воссоздается изданиями, подобными альманаху и скрепленными с праздником в плане поэтики.

---

1. Бухштаб Б. Я. Некрасов и петербургские филантропы: (К истории стихотворения «Филантроп») // Бухштаб Б. Н. А. Некрасов: проблемы творчества. Л., 1989.
2. Круг чтения : лит. альманах. [Б. м., 1992].
3. Литературно-художественные сборник «Недра». М., 1924. Кн. 3.
4. Пролетарий. Харьков, 1926. [Кн. 1].

*Статья поступила в редакцию 01.02.2011 г.*

УДК 327(470) + 327(510) + 327.7

**Р. С. Мухаметов,  
А. В. Лямзин**

### **ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ РФ И КНР В СТРАНАХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ ЕВРАЗИИ**

Рассматривается энергетическая дипломатия КНР, связанная с компенсацией нехватки собственных ресурсов и уменьшением энергетической зависимости от морских поставок. Авторы приходят к выводу, что внешняя энергетическая политика КНР в Каспийском регионе не отвечает национальным интересам РФ, стратегическая цель которой заключается в прямых поставках каспийских углеводородов через территорию страны.

**Ключевые слова:** энергетическая безопасность, внешняя энергетическая политика, национальные интересы России, Каспийский регион, энергетическая дипломатия КНР.

С начала 90-х гг. XX в. Центральная Евразия привлекает к себе все большее внимание мирового сообщества. Стратегическая значимость этого региона определяется его географическим положением: это своего рода мост между Европой и Азией, перекресток трансконтинентальных транспортных коммуникаций в направлении «восток — запад» и «север — юг». То, что данный регион стал объектом активной внешнеполитической деятельности многих государств, связано и с наличием здесь запасов углеводородов. Государства Южного Кавказа и Центральной Азии располагают 3–4 % мировых запасов нефти и 6–7 % мировых запасов природного газа [12].

Привлекательность каспийских запасов углеводородов обусловливается, во-первых, их сравнительно удачным географическим положением. Ценность Каспия как одного из центров добычи углеводородов только увеличивается в свя-

---

МУХАМЕТОВ Руслан Салихович — кандидат политических наук, ассистент кафедры теории и истории политической науки Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: muhametov.ru@mail.ru).

ЛЯМЗИН Андрей Валерьевич — кандидат исторических наук, доцент кафедры регионоведения России и стран СНГ Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: lyamzin@mail.ru).

© Мухаметов Р. С., Лямзин А. В., 2011

зи с перманентной нестабильностью в регионе Персидского залива. Кроме того, у каспийских стран есть еще одно серьезное преимущество по сравнению с другими нефтеносными районами. Все они обладают малым уровнем потребления углеводородов в связи с небольшой численностью населения, что позволяет говорить об их жесткой ориентации на экспорт [8, 22].

Геоэнергетическим приоритетам России отвечает транспортировка каспийской нефти на мировой рынок через ее территорию. Согласно утвержденной Правительством РФ в ноябре 2009 г. «Энергетической стратегии России на период до 2030 года», одним из важнейших стратегических направлений внешнеэкономической активности нефтяного комплекса РФ является транзит нефти сопредельных государств через российскую территорию [11]. В настоящее время по магистральным нефтепроводам России в транзитном режиме транспортируется нефть двух государств Центральной Евразии — Азербайджана и Казахстана. Так, транзит казахстанского «черного золота» происходит по российской территории как через старые советские нефтепроводы (Атырау — Самара, Махачкала — Тихорецк — Новороссийск), так и через систему Каспийского трубопроводного консорциума (КТК). По системе КТК (Тенгиз — Новороссийск) в 2007 г. транзит нефти, добытой в Казахстане, составил более 25 млн т. Транспортировка казахстанского «черного золота» через территорию России осуществляется на основании долгосрочного межправительственного соглашения от 7 июня 2002 г.: по нефтепроводу Атырау — Самара — не менее 15,5 млн т в год, по системе нефтепроводов Махачкала — Тихорецк — Новороссийск — до 5,5 млн т в год [10]. Что касается закавказской республики, то в соответствии с условиями договора между Россией и Азербайджаном о транзите нефти через территорию Российской Федерации от 18 января 1996 г. азербайджанская сторона осуществляет транспортировку нефти по маршруту Баку — Новороссийск. В 2007 г. в связи с вводом в эксплуатацию маршрута транспортировки нефти Баку — Тбилиси — Джейхан и перераспределением экспортных потоков азербайджанской нефти в систему Транснефти было подано лишь 2,083 млн т нефти, хотя по существующему договору от 1996 г. должно прокачиваться не менее 5 млн т в год. За 11 месяцев 2008 г. поставлено только 1,114 млн т азербайджанской нефти [9].

Для России транспортировка казахстанского и азербайджанского «черного золота» на мировой рынок по так называемому «северному» маршруту является выгодной, так как в этом случае тарифы за прокачку нефти поступают в российскую казну, а не в бюджеты сопредельных государств. Особую значимость сохранение и увеличение транзита каспийской нефти имеет для обеспечения не только экономических, но и геополитических интересов.

Геоэнергетическим интересам России отвечает возможность полного контроля экспорта каспийского газа. Так, в 2008 г. Газпром приобрел 66,1 млрд м<sup>3</sup> центральноазиатского газа, в том числе 42,3 млрд м<sup>3</sup> в Туркменистане, 14,2 млрд м<sup>3</sup> в Узбекистане и 9,6 млрд м<sup>3</sup> в Казахстане [7]. Таким образом, природный газ Центральной Азии является важным элементом формирования общей ресурсной базы ОАО «Газпром», обеспечивающей потребности внутреннего рынка России, стран СНГ и дальнего зарубежья.

По вышеназванным причинам Москва стала инициатором сооружения прикаспийского газопровода. 12 мая 2007 г. президентами России, Казахстана и Туркменистана была подписана совместная декларация о его строительстве. Формальная договоренность была достигнута 20 декабря 2007 г., когда было заключено трехстороннее межправительственное соглашение о сотрудничестве в строительстве прикаспийского газопровода. Целью сооружения данного трубопровода является транспортировка природного газа с месторождений Каспийского моря и других месторождений на территориях Туркменистана и Казахстана на территорию Российской Федерации. Новый трубопровод ежегодной мощностью в 20 млрд м<sup>3</sup> «голубого топлива» пойдет в обход Каспийского моря, вдоль его восточного побережья. Трубу решено проложить от компрессорной станции «Белек» в окрестностях Туркменбаши до газоизмерительной станции «Александров гай», что на казахстанско-российской границе, где она соединится с газопроводной системой России. Одновременно была достигнута договоренность между Россией, Казахстаном, Туркменистаном и Узбекистаном о расширении построенной еще в советское время трубопроводной системы Средняя Азия – Центр (САЦ).

Что касается Азербайджана, то 14 октября 2009 г. был подписан контракт купли-продажи природного газа между ОАО «Газпром» и Государственной нефтяной компанией Азербайджанской Республики (ГНКАР). По контракту первоначальные объемы покупки газа Газпромом составят 500 млн м<sup>3</sup>, в дальнейшем объемы закупок будут возрастать в соответствии с экспортными возможностями азербайджанской стороны. Поставки начались с января 2010 г. [5]. 3 сентября 2010 г. Газпром и ГНКАР подписали дополнение к действующему контракту купли-продажи азербайджанского природного газа, согласно которому с 2011 г. объемы закупок возрастут до 2 млрд м<sup>3</sup> в год и в 2012 г. составят свыше 2 млрд м<sup>3</sup> [4].

Понятно, почему Азербайджан отдает приоритет наращиванию объемов своего экспорта именно в Россию. Территориальная близость, отсутствие транзитных зон и наличие уже существующей газотранспортной инфраструктуры делает расширение сотрудничества по газу между закавказской республикой и Россией наиболее коммерчески выгодным вариантом для обоих партнеров.

Доступ к «голубому топливу» очень важен для России по ряду причин. Главным аргументом в пользу закупок азербайджанского газа являются политические соображения: Россия пытается «перехватить» голубое топливо, которое может быть направлено в газопровод Nabucco, который предусматривает поставки природного газа в Европу в обход России и напрямую конкурирует с российским южным потоком.

Хотя Россия и располагает развитой сетью трубопроводов в Центральной Евразии, но она не обладает монопольным правом на транспортировку углеводородного сырья на мировой рынок. Россия действительно является крупнейшим «игроком» на каспийском топливно-энергетическом рынке, но отнюдь не единственным.

Интерес к каспийским энергоносителям проявляет и Китай, который в последние годы заметно усилил здесь свои позиции. Привлекательность данного

направления для КНР определяется следующими обстоятельствами: оно позволяет уменьшить зависимость от производителей Персидского залива и избежать «малаккской дилеммы», поскольку транспортировка из этих стран относительно безопасна, коротка и осуществляется по наземным трубопроводам.

Росту объемов торговли Китая с Центральной Азией способствует реализация двух энерготранспортных проектов, полностью разрушающих российскую монополию на транспортировку ресурсов региона и меняющих всю геоэкономическую ситуацию в регионе.

15 декабря 2005 г. был сдан в эксплуатацию нефтепровод Атасу — Алашанькоу общей протяженностью 988 км. Проектная пропускная способность трубопровода составит 20 млн т в год, в том числе первая очередь — 10 млн т в год. Транспортировка нефти в Китай по нему началась с середины 2006 г. Атасу — Алашанькоу — вторая часть межгосударственного проекта строительства нефтепровода из Казахстана в КНР. Первой его частью является введенный весной 2003 г. трубопровод Кенкияк — Атырау протяженностью 448,8 км, с пропускной способностью первой очереди в 6 млн т нефти в год. Нефтепровод Кенкияк — Кумколь протяженностью 761 км является третьим этапом проекта строительства нефтепровода Казахстан — Китай. Проект позволит соединить нефтепровод Кенкияк — Атырау с нефтепроводом Кумколь — Атасу.

Нефтепровод стал основным каналом экспорта казахской нефти в Китай. В 2008 г. через него прошло 5,37 млн т, что составило 94 % всех поставок нефти в Китай и 8,4 % всей экспортной нефти Казахстана [6, 94]. Всего по нефтепроводу Казахстан — Китай поставлено к началу 2009 г. более 10 млн т нефти [1, 14].

Достоинствами казахстанско-китайского трубопровода является то, что: во-первых, осуществляются прямые поставки нефти из Казахстана в Китай; во-вторых, не нужно осуществлять транспортировку нефти через третьи страны; в-третьих, он позволит освободиться от уязвимого снабжения по морю, наконец, повышается степень безопасности транспортировки «черного золота».

Вторым энергетическим проектом Пекина в Центральной Азии является газопровод из Туркменистана в Китай через Узбекистан и Казахстан, соглашение по которому было достигнуто в апреле 2006 г. Церемония открытия первой очереди данного газопровода с участием лидеров этих стран состоялась 14 декабря 2009 г. на участке Самандепе на северо-востоке Туркмении. Протяженность газопровода составляет 7 тыс. км, при этом по территории Туркмении проложено 188 км, Узбекистана — 525, Казахстана — 1293, Китая — 4860 км. На проектную мощность (40 млрд м<sup>3</sup>) трубу планируется вывести только в 2012 г.

Необходимо отметить, что усилия по обеспечению энергетической безопасности Китай предпринимает с 1993 г. До этого Китай полностью обеспечивал себя собственной нефтью. В настоящее время КНР является одним из мировых лидеров по величине импорта нефти. В 2009 г. в стране было добыто 189 млн т нефти, а ввезено из-за рубежа приблизительно 200 млн т. Потребление нефти в Китае в 2010 г. достигнет 400 млн т, 210 млн из них будет импортироваться из-за рубежа. Зависимость КНР от импорта нефти превысит 50 % [3].

Рост зависимости от импорта углеводородов обусловлен беспрецедентным по своим масштабам процессом урбанизации в Поднебесной. Так, к концу 2007 г. уровень урбанизации в Китае достиг 44,9 %, увеличившись на 27 % по сравнению с 1978 г. [2]. Такая перспектива (зависимости) вызывает у китайского правительства беспокойство, так как существует хроническая нестабильность в регионах, экспортирующих энергоносители. Устойчивый и гарантированный импорт нефти и газа рассматривается правительством Китая как жизненно важное условие обеспечения дальнейшего развития страны. Власти КНР осознают, что решение проблемы снабжения углеводородами из надежных источников является необходимым условием сохранения высоких темпов экономического роста (в 2009 г. ВВП Китая увеличился на 9,1 %, в 2008 г. — на 9,6 %, в 2007 г. — 13 %, в 2006 г. — на 10,7 %), а следовательно, гарантией социально-экономической и политической стабильности страны. Таким образом, почти три десятилетия стремительного развития национальной экономики Китая привели к тому, что потребление энергоносителей в стране значительно превысило объемы внутреннего предложения. В дальнейшем зависимость страны от внешних поставок будет только увеличиваться. Согласно прогнозам Международного энергетического агентства (базовый сценарий), в 2015 г. спрос и производство будут составлять соответственно 11,1 и 4,0 млн баррелей в день соответственно, а в 2030 — 16,5 и 3,4 [13]. Поэтому неудивительно, что для руководства КНР одной из основополагающих задач является проблема обеспечения энергетической безопасности страны.

В условиях нарастающей зависимости Китая от импорта нефти и газа программа по обеспечению энергетической независимости КНР включает меры по увеличению поставок углеводородного сырья за счет диверсификации импорта, т. е. обеспечение надежных и стабильных поставок из альтернативных источников — стран и регионов по всему миру. Ввиду резкого увеличения объемов потребления энергоносителей в стране, вызванного высокими темпами экономического роста, и углубления процессов индустриализации в Китае взят курс на поддержку проектов, направленных на географическую и ресурсную диверсификацию источников, поставщиков и маршрутов транспортировки углеводородов.

В настоящее время главным источником энергоносителей для Китая является регион Персидского залива, страны которого обеспечивают до 44 % всех импортных поставок в Поднебесную. Сильная зависимость от ближневосточной нефти вызывает обеспокоенность в Пекине, и причины этого очевидны. Во-первых, транспортировка ближневосточной нефти в Китай осуществляется только через Малаккский пролив, соединяющий Индийский океан и Южно-Китайское море, который характеризуется самым высоким уровнем пиратства. Во-вторых, перманентная напряженность вокруг Ирана означает наличие постоянного риска прекращения поставок из региона Персидского залива.

Африка является вторым крупным поставщиком нефти в Китай, обеспечивая 32 % всего нефтяного импорта страны. При этом необходимо отметить, что «африканский вектор» энергетической политики КНР не уменьшает удельный вес морских поставок углеводородов. Таким образом, география поставок тако-

ва, что практически вся транспортировка нефти от стран-производителей в Китай осуществляется по морю на танкерах. Иными словами, «малаккская дилемма» представляет собой огромную угрозу для энергетической безопасности КНР. В связи с этим Китай взял курс на развитие внутриконтинентальных поставок нефтегазового сырья из России и государств Центральной Азии.

Таким образом, Китай более новое и крайне перспективное направление поставок углеводородных ресурсов из Каспийского региона. Заключение с государствами Центральной Евразии соглашений о поставках энергоресурсов в Китай и строительство экспортных трубопроводов создают качественно новую геополитическую ситуацию в этом регионе. В частности, трубопровод Туркменистан — Китай стал первым крупным газопроводом, перекачивающим топливо из региона в обход российской территории. Последующее наращивание загрузки и выход трубы на проектную мощность будет фактически означать конец эры российской монополии на центральноазиатском газовом рынке. Более того, китайское вовлечение на газовый рынок Центральной Азии наносит определенный удар по конкурентам в лице России и Запада, заинтересованным в продвижении собственных трубопроводных проектов (европейский Nabucco и российский прикаспийский газопровод). Строительство нефтепровода Казахстан — Китай ознаменовало прекращение монополии России на транзит энергоресурсов из региона. По причине возникновения альтернативной сети транзита нефти Россия неизбежно понесет экономический ущерб от сокращения объемов транспортируемых с Каспия природного газа и нефти, а также потеряет часть политического влияния в регионе. Препятствовать этому процессу Россия уже не в состоянии, так как энергетические интересы Китая отвечают запросам центральноазиатских республик, заинтересованных в новых рынках сбыта.

Текущая динамика процессов диверсификации экспорта центральноазиатской нефти и газа свидетельствует об усилении «восточного вектора» во внешнеторговом курсе ведущих поставщиков углеводородов региона Центральной Евразии, что значительно снижает возможности осуществления западных проектов и одновременно укрепляет позиции конкурирующих проектов, направленных на долгосрочную привязку центральноазиатского газа к азиатскому (китайскому) рынку.

Таким образом, проблема выбора маршрутов транспортировки каспийских углеводородов превратилась в главный геополитический и геоэкономический фактор в данном регионе. Собственно, решение этой задачи и составляет ныне главное содержание противоборства РФ и КНР в рассматриваемом регионе. Это обусловлено тем, что география поставок углеводородов, а также маршруты их транспортировки имеют исключительное значение для геополитических и геоэкономических интересов мировых держав.

---

1. Быстрова А. К. Проблемы транспортной инфраструктуры и экологии в Каспийском регионе (добыча и экспортные перевозки углеводородов). М., 2009.

2. В Китае коэффициент урбанизации за 30 лет поднялся на 27 % [Электронный ресурс]. URL: <http://russian.people.com.cn/31516/6541971.html> (дата обращения: 3.09.2010).

3. В Китае ожидается продолжительный рост импорта энергоносителей в 2010 году [Электронный ресурс]. URL: <http://russian.people.com.cn/31518/6927000.html> (дата обращения: 3.09.2010).
4. «Газпром» и ГНКАР подписали дополнение к контракту купли-продажи азербайджанского газа [Электронный ресурс]. URL: <http://gazprom.ru> (дата обращения: 12.09.2010)
5. «Газпром» и ГНКАР подписали контракт купли-продажи азербайджанского газа [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gazprom.ru/press/news/2009/october/article69255/> (дата обращения: 3.09.2010).
6. Жуков С. В., Резникова О. Б. Центральная Азия и Китай: экономическое взаимодействие в условиях глобализации. М., 2009.
7. Закупки газа в Средней Азии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gazprom.ru/production/central-asia/> (дата обращения: 3.09.2010).
8. Муханов В. Состояние энергоносителей в Каспийском регионе и роль России в их транспортировке на мировой рынок // Внутренние и внешние факторы в динамике современного развития Кавказа: Аналитические записки (М.). 2008. № 6.
9. Российско-азербайджанские отношения: (Справка МИД РФ от 18.02.2009) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mid.ru> (дата обращения: 3.09.2010).
10. Российско-казахстанские торгово-экономические связи (справочная информация МИД РФ от 26.05.2008) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mid.ru> (дата обращения: 3.09.2010).
11. Энергетическая стратегия России на период до 2030 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.energystrategy.ru> (дата обращения: 3.09.2010).
12. BP Statistical Review of World Energy June 2010 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bp.com> (дата обращения: 3.09.2010).
13. World Energy Outlook 2007. China and India Insights [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iea.org> (дата обращения: 3.09.2010).

*Статья поступила в редакцию 10.11.2010 г.*



## MEMORIA

### **ЛЕОНИД МИХАЙЛОВИЧ МАКУШИН** (1949–2011)



Умер Леонид Михайлович Макушин. Уверены, что это известие потрясет сотни выпускников журфака УрГУ, журналистов-практиков. Тяжелая болезнь забрала его на творческом подъеме — только что пришло из ВАКа сообщение об утверждении его докторской диссертации по филологии; в папке журналов «Известия Уральского государственного университета» и «ФАКС», которые он редактировал много лет, ждут выхода статьи с его вдумчивой правкой; студенты до сих пор в расписании лекций по социологии журналистики видят фамилию любимого преподавателя...

Вся жизнь нашего коллеги, начиная с семнадцатилетнего возраста, была связана с журналистикой. Работая в печатных изданиях Таборов, Ирбита, Богдановича, Каменска-Уральского и в ряде других городских и районных газет, он не только приобрел профессиональный опыт, но и завоевал устойчивый авторитет у читателей, сформировался как неординарная творческая личность, что и послужило основанием для приглашения его на факультет журналистики УрГУ. За годы работы в университете Л. М. Макушин проявил себя как глубокий исследователь и неординарный педагог. Много времени он уделял и организаторской деятельности как методист-куратор тренингов и мастер-классов для журналистов Уральского федерального округа. Это была воистину общественно-просветительская деятельность — об этом скажет любой участник тренингов. И не случайно именно Леонида Михайловича в течение последних десяти лет неоднократно приглашали в качестве председателя жюри различных творческих конкурсов и областных фестивалей прессы. Справедливым было и признание: в 2007 г. Л. М. Макушин стал лауреатом премии Правительства России в области печатных СМИ.

Профессорско-преподавательский коллектив факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького, редакция журнала «Известия Уральского государственного университета», студенты и выпускники разных лет выражают искреннее соболезнование родным и близким Л. М. Макушина. Скорбим вместе с вами!

## SUMMARY

### 75 YEARS OF JOURNALISTIC EDUCATION IN URALS

- Lozovsky B. N.* Russian Mass Media: brief-case of orders for modernization ..... 7  
There are considered the theoretical and practical problems of transformation of Russian mass media during the changes of social, political, economical conditions and their influence on journalism education.  
Key words: media business, media management, order, informative collaboration, compensated journalism, professional ethics.
- Kozaleva M. M.* Journalism as a Myth ..... 13  
This article explores a contemporary state of scientific investigations in the field of journalism. In author's view, this state can be envisaged as myth-making, i.e. the stage of studies preceeding a research analysis on the basis of terminology which relates to the above trend of mass and information activity.  
Key words: methology, myth-making, jorunalism as a scientific notion, information.
- Malaheev I. V.* «While not considering the word as type of goods...» ..... 18  
The author reflects on the current state of Russian journalism, of the moral and professional principles that need to train and educate young zhurnalistov.  
Key words: Journalism, Russia, history, mission, society, science.
- Oleshko V. F.* Checking by classics ..... 28  
Article is devoted questions of formation of professional culture of the person of students-journalists, a problem of «interface» of humanitarian and professional disciplines in the course of training. The author, representing fragments of the essay, the written student in a year of 150-year-old anniversary to A.P. Chekhov, reflects on the traditions connecting the classical literature and journalism, about «moral imperatives» which are set by it for modern generation of publicists.  
Key words: a trade, the literature, the journalist, journalism, A.P. Chekhov, culture, information revolution, the Internet.
- Popova M. F.* How to grow from young correspondents journalists: principles and technology of pre-university journalism education ..... 38  
The experience of pre-university preparation of novice journalists for teaching at the department and for the future professional activity is generalized in the article.  
Key words: school, young correspondents, an applicant, pre-university education, professional guidance, mediaeducation, sensitivity, components of education.

- Domozhurov V. I.* The young correspondents' case of «Carabela» squadron ..... 46  
 In this article we summarize experience of press-centre work of «Carabela» squadron during last 50 years. Its technologies of work with young correspondents, professional orientation and mediaeducation of graduates.  
 Key words: young correspondents, press-centre, mediaeducation, all-aged union, wall newspaper, professional guidance, squadron.
- Strovskey D. L.* Information politics of the editorial staff: creating an understanding of a theoretical basis ..... 53  
 This article investigates information politics concerning an editorial staff, which is understood as being fundamental for determining the role of a mass medium as a widely consumed source of public reflections about the surrounding world. The author highlights key principles of the above notion, and intends to prove that their practical use can shape stable social trust towards mass media activity.  
 Key words: mass communications, mass information, journalistic information, participatory media model.
- Burmistrov G. V.* Alumnus of the ural state university journalism faculty in the politics ..... 61  
 The article deals with the problem of education – training faculty in Journalism USU. The author tries to trace the fate patterns in the careers of graduates of the Faculty of Journalism USU directly related to the activities of the political sphere.  
 Key words: policies, political actors, journalism, journalists, politics, careers, media
- Myasnikova M. A.* Television syncretism as scientific and pedagogical problem ..... 70  
 According to the author's conception, based on the TV determination as syncretism, i.e. different standard content and form elements unit, the modern broadcasting television is observed. This idea serves to the TV essence deeper comprehension and demonstration both in scientific and pedagogical aspects on the one hand and practical operational aspect on the other.  
 Key words: TV syncretism; syncretism; synthesis; TV program; carnival; TV essence identification; TV morphology analysis.
- Chepkina E. V., Enina L. V.* Journalistic discourse: practices analysis ..... 77  
 Annotation. A methodology of discourse analysis, based on discursive practices exposure and description, is proposed in the article. On proposed methodological base the analysis of journalistic discourse, its leading practices constructing message authenticity, discursive objects and concepts, subjective position of a journalist, is being implemented.  
 Key words: media stylistic, media discourse, discursive practices.
- Amirov V. M.* Journalism of first line ..... 86  
 In article it is told about practice of training of students to receptions of gathering and check of the information in the conditions of operations.  
 Key words: journalism, war, conflict, war correspondent.
- Oleshko E. V.* Journalism and culture: interaction and realization models ..... 92  
 In article various models of information interaction in a modern society, a role mass media in the given processes are investigated, various approaches to definition of information culture are presented. The special attention addresses on factors of practical realization of models of information interaction of mass media and audience.  
 Key words: the information, information culture, the Internet, mass media, audience, web, interactivity.
- Chemyakin Yu. V.* Problems of studying and teaching the modern Russian corporate press ... 99  
 This article examines main theoretical and practical issues relating to the study of the Russian

corporate press and teaching disciplines at higher educational schools being focused on the above media types. Some options of resolving theoretical problems are put on the agenda.

**Key words:** Corporate press, corporate media, main issues, research, theoretical reflection, teaching

*Lebedeva S. V.* The school amateur press: experiment of type-logical analysis ..... 106

The article contain type-logical analysis of school amateur editions Russia of three periods. There are the new type-logical signs for the school press last years.

**Key words:** type-logical, type-logical signs, school amateur editions, newspapers and magazines of pupil, child's audience.

*Bulatova E. V.* The discourse types and the methods of the discourse analysis..... 112

The article deals with the some problems of the discourse analysis. Special attention is given to the discourse structure and types. The author points out the possible methods of the discourse analysis.

**Key words:** discourse, discourse analysis.

*Ilina O. V.* The prototypical scheme as a way of structurization of the stereotypic content in mass-media ..... 118

In the paper by analyzing language semantics of words rich, poor (in dictionaries) author finds out the prototypical scheme: a sign «rich»/«poor», the subject-carrier of a sign «rich»/«poor», object of possession, degree of manifestation of a sign. Stereotypes «rich person» and «poor person» in newspapers are considered depending on speech realization of the sites of the prototypical scheme. On the basis of last two sites of the scheme style of rich and poor life come to light. The author reveals locus of dwelling poor and rich persons, time characteristics of riches and poverty.

**Key words:** stereotype, prototypical scheme, poor person, rich person.

*Golousova E. S.* Analyzing foreign journalists' creative activity. Specifics of local (Russian) events coverage by the foreign correspondents in 2010 ..... 128

The problem of local events coverage by the foreign correspondents is being examined in this article. Mass media reaction is being analyzed based on the coverage of certain political and social issues: Moscow mayor being dismissed, spy scandal "Russia vs. USA", protests marches in Moscow in December 2010. It is being concluded that foreign media are demonstrating rather high level of professional work however, certain national stereotypes could be found in some published materials.

**Key words:** mass media, foreign correspondents, Russian events in 2010, Moscow mayor's dismissal, spy scandal "Russia vs. USA", protests marches on Manezhnaya square in Moscow.

*Kablukov E. V.* The specificity of editing of bills in a parliamentary discourse ..... 134

The specific character of editing of bills at modern Russian parliamentary discourse is shown at this article on the material of shorthand records of plenary sessions of the State Duma of Russian Federation. It is revealed that confirmation of changes of the text of the bill is specific form of interaction between deputies (editors) and the text within its public discussion. For the first time typological description of editorial activity at parliamentary discourse is realized by such three criteria as object of editing, quality of changes which are made and informativness of editing.

**Key words:** editing, literary editing, parliamentary discourse, derivative text.

*Soynova A. A.* The methods of characterization of political subjects at journalist radio programs ..... 144

This article is devoted to methods of characterization of political subjects which are presented at journalist radio programs as first or third person and to methods of characterization of generalized and collective subjects. The author considers resent materials and differentiates methods used to characterization of political subjects of first and second types and methods used to characterization of both distinguished types of political subjects.

**Key words:** radio journalism, text of mass media, political subjects, characterization of subject.

*Astashova O. I.* «Governor's dairy» with Nikita Belyh: experience of speech portraiture ..... 152

Abstract: The article presents an experience of speech portraiture of governor Nikita Belyh. Linguoideological characteristics of the regional politician's speech are investigated taking into account peculiarities of radio program «Governor's dairy» on «Echo of Moscow».

Key words: speech portrait, linguistic peculiarities, regional politician, political discourse.

*Purgin Y. P.* Transformation of regional mass media in the context of mass media communication paradigm changes ..... 159

The objective of this article is to substantiate the necessity for transformation of traditional regional printed mass media and to present new possibilities for their development on the basis of generalization of the author's practical experience in change management obtained at Publishing House ALTAPRESS where the concept of creation of more complete relations with the local community (3C Concept-Complete Community Connection Concept) is being implemented on the base of the company's consolidated convergent newsroom.

Key words: Communication paradigm, mass information, regional mass media, multimedia, media convergence, 3C Concept.

*Iskhakov R. L. Y. J.* Bagreev as the founder the ural school of thought of journalism ..... 165

Article is devoted to the founder of modern Ural school of journalism of Y. J. Bagreev. At first article presented the appearance of the Journalism theory on the Urals. The journalism faculty of the Urals State University was stand as a researching center.

Key words: Journalism theory, theory and practice of the journalism, synergetic.

## PSYCHOLOGY

*Vopneruk E. A., Minaeva N. S.* Attitudes for conservation and variation as a basis for personality typology construction ..... 173

The suggested article discusses personality attitudes for conservation and variation as a basis for personality typology construction, the interrelation between attitudinal mechanisms and individual and motivational features, personality typology in accordance with the criterion discussed.

Key words: personality, attitudes to conservation and variation, typology.

*Koshkarov V. S., Trochunin A. V.* Evaluation of emotional, volitional and behavioral, qualities of Emergency Situation Ministry of Russia in stressful and extremal situations ..... 180

The article presents data that were derived from observation and research activities of firefighters and cadets of EMERCOM of Russia. The basic differences in the characteristics of the personnel of the territorial subdivisions of fire service and cadets of the Ural State Fire Service Institute of EMERCOM of Russia, which cause different reactions to extreme situations, are allocated.

Key words: extreme situations, stress, fire service, anxiety.

*Kuzmina O. V.* Development and standardization of technique «time competence of the person» ..... 186

There are presented results of standardization and validity of the author's technique, allowing to define levels of expressiveness of components of time competence of the person. There are carried standardization of technique, defined substantial, construct, criterial, prognostic, divergent kinds of validity, an internal coordination of statements in a questionnaire, retest reliability. Results of the spent procedures allow to conclude that the technique is validity, is reliable and can be used as in the research purposes, and practical work.

Key words: time competence of the person, construct, substantial, prognostic validity, retest reliability, an internal coordination of statements.

- Mashkova A. S.* Building a competency model for the middle level managers on the basis of experimental work ..... 197  
 The given article is about the procedure of adaptation of competency model for middle level managers. There is a model of stage-by-stage technique of adaptation of competence model for administrative employers and managers (middle level managers). The article is about experimental researches based on big enough amount of samples analysis ( 170 personnel) made with the use of the method of mathematical statistic (the one-factorial dispersive analysis).  
 Key words: a competency model, middle level managers.
- Strijova E. N., Lupandin V. I.* Love images by the different age men and women. Does a conflict between the generations exist? ..... 207  
 In accordance to the J. A. Lee «Styles of loving» conception we have examined the preference of different love relation styles by teenage boys and girls (16–17-year) and adults men and women older 30. It was revealed that despite of some gender and age differences, the general profile of preferring and rejecting love styles was invariable to the age.  
 Key words: loving relations styles, age, gender, differences, preferences.
- Yurtaeva M. N.* Effects of cognitive styles on personality characteristics of tolerance for ambiguity ..... 214  
*Abstract:* There are the results of study on the relationship of cognitive styles and personality characteristics of tolerance for ambiguity. The results obtained are discussed in terms of representations of the nonlinear structure of the stylistic dimensions. Found compensatory and regulatory effects of cognitive style on the manifestation of personality characteristics of tolerance for ambiguity.  
 Key words: tolerance for ambiguity, cognitive style, information processing, intelligent control of involuntary.

## AT THE SCHOLAR'S LABORATORY

- Ambarova P. A.* Cultural variability of the «social watch». Start of road in life ..... 220  
 This paper summarizes and analyzes results of anthropological, cultural and sociological research, as well as everyday observations, concerning the notions of temporal development and the essence of «life plots» of childhood as a particular period in one's socialization. The paper argues that cultural variability of the 'social watch' depends on a number of factors, namely value relation towards certain age, cultural traditions, civilization type and level of society's social and economic development.  
 Key words: «social watch», socialization, intercultural differences.
- Balashova J. B.* Almanacs poetics is analyzed from the calendar point of view. Historical and contemporary material is investigated. The most attention is paid to the literary miscellany keeping explication dependence from the calendar prototype. .... 229  
 Key words: almanac, calendar, poetics, «Circle of Reading», continued edition, mass literature.
- Muhametov R., Lyamzin A.* Energy projects of Russia and China in the Central Eurasia ..... 234  
 The article dwells upon energy diplomacy of China. The aim of PRC is to compensate for its own lack of resources and over-dependence on sea deliveries. The author comes to a conclusion that China's enhances to cooperation with the Caspian region in the energy sphere to run counter to national interests of Russia. The strategic purpose of Russia is to direct share of the Caspian oil and gas on the world markets through own territory.  
 Key words: Energy security, foreign energy policy, the Caspian region, energy diplomacy of People's Republic of China, national interests of Russia.

## MEMORIA

- Leonid Mikhailovich Makushin ..... 241

ИЗВЕСТИЯ  
УРАЛЬСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА  
Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры  
2011  
№ 2 (89)

Редактор и корректор *Н. В. Чапаева*  
Компьютерная верстка *Л. А. Хухаревой*

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-23103.  
Учредитель — Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Уральский государственный университет им. А. М. Горького».  
620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51.

Подписано в печать 23.03.2010. Формат 70 × 100 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Уч.-изд. л. 19,4. Усл.-печ. л. 20,0. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman.  
Печать офсетная. Тираж 300 экз. Заказ

Издательство Уральского университета  
620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51.

Отпечатано в типографии ИПЦ «Издательство УрГУ»  
620000, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.



## К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ

### О порядке предоставления рукописей

1. Автор высылает в редакцию по электронной почте (izvestia\_1@usu.ru) **текст статьи** (см. ниже требования к оригиналу), **анкету статьи** (см. на сайте журнала <http://proceedings.usu.ru>) и отсканированную **внешнюю рецензию** (внешнюю рецензию дает специалист соответствующей отрасли знаний, не работающий в одном вузе или на одном факультете, или на одной кафедре с автором статьи). Официально заверенный оригинал внешней рецензии автор предоставляет в редакцию по почте или лично. Статьи без анкеты и внешней рецензии не рассматриваются.

2. По электронной почте редакция уведомляет автора о том, принят или не принят материал к рассмотрению, и, если принят, сообщает автору замечания по содержанию и оформлению рукописи, которые необходимо устранить до передачи текста на рецензирование.

3. Автор пересылает исправленный текст в редакцию по электронной почте.

4. При одобрении рукописи рецензентами и редколлегией издательство сообщает автору, не состоящему в штате УрГУ, реквизиты УрГУ для частичного возмещения расходов на рецензирование, научное, литературное, техническое редактирование и тиражирование материала, пересылку авторского экземпляра по почте и т. д.

*Примечание.* Статьи аспирантов печатаются бесплатно.

5. Редакция согласует с автором все исправления, дополнения и т. п., которые необходимо внести в статью по рекомендации рецензентов.

### Требования к авторскому оригиналу

1. Авторский оригинал должен иметь следующую структуру:

а) сведения об авторе: фамилия, имя, отчество — полностью, ученые степень и звание, должность, место работы, телефоны, в т. ч. сотовые, e-mail (обязательно!), домашний почтовый адрес.

Аспирантам и докторантам необходимо указать, в сфере каких наук — филологических, педагогических, психологических, искусствоведения — они выступают соискателями ученого звания;

б) инициалы и фамилия автора на русском языке;

в) заголовок статьи на русском языке;

г) краткая, 5–7 строк, аннотация (включает характеристику основной темы, проблемы, объекта, цели работы и ее результаты, указывает, что нового несет в себе данная статья в сравнении с другими, родственными по тематике и целевому назначению; ее рекомендуется писать простыми предложениями, без сложных синтаксических конструкций) к статье на русском языке (по ГОСТу 7.9.–95);

д) ключевые слова по исследуемой проблеме;

е) инициалы и фамилия автора, заголовок статьи, аннотация к статье, ключевые слова на английском языке;

ж) основной текст статьи с отсылками на затекстовые библиографические ссылки;

з) список затекстовых библиографических ссылок в алфавитном порядке (см. образцы оформления).

## 2. Оформление библиографического аппарата.

После написания статьи автор оформляет библиографические ссылки в соответствии с требованиями ГОСТа Р 7.0.5–2008 «Библиографические ссылки. Общие требования и правила составления»:

а) цитируемые литература и другие источники располагаются в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или первой букве названия других источников. Литература и источники на иностранных языках располагаются в конце затекстового списка по латинскому алфавиту. Затем весь затекстовый список пронумеровывается по порядку. Например:

1. *Бернштам Т. А.* Приходская жизнь русской деревни. СПб., 2005.
2. Выступление Президента на сборе руководящего состава Вооруженных сил от 16.11.2006 г. URL: <http://www.kremlin.ru>
3. *Герцен А. И.* С того берега // Соч.: в 9 т. М., 1956. Т. 3.
- ...
9. *Коробкин М.* Уральское хозяйство и внешний рынок // Хоз-во Урала. 1925. № 27.
10. *Куропаткин А. Н.* Отчет генерал-адъютанта Куропаткина: в 4 т. Санкт-Петербург; Варшава, 1906–1907. Т. 1.
11. *Николаев И. А., Марушкина Е. В.* Бедность в России [Электронный ресурс] // Экономический анализ. М., 2005. URL: <http://www.fbk.ru>
- ...

21. *Шацлло К. Ф.* Консерватизм на рубеже XIX–XX вв. // Русский консерватизм XIX столетия. Идеология и практика / под ред. В. Я. Гросула. М., 2000;

б) внутритекстовые ссылки обозначаются цифрами в квадратных скобках следующим образом:

- [1] – общее указание на книгу или другой источник по теме исследования;  
[1, 23] – первая цифра указывает на источник прямого или косвенного цитирования согласно алфавитному списку источников, вторая (курсивом) – на страницу.

*Примечание.* При ссылке на электронный ресурс страницы не указываются.

в) отсылки на архивные документы в тексте оформляются аналогично: в квадратных скобках, элементы отсылки через запятую. Ссылки на архивный источник за текстом – по правилам оформления затекстовых ссылок. Название архива, если оно не является общепринятым, расшифровывают:

[ГАСО (Гос. арх. Свердлов. обл.). Ф. 773, оп. 1, д. 27, л. 14–14 об.]

[РГИА. Ф. 773, оп. 1, д. 27, л. 14–14 об.].

3. Работы докторантов (до 0,5 а. л., 20 000 знаков с пробелами) и аспирантов (до 0,4 а. л., 16 000 знаков с пробелами) должны содержать основные совокупные, а не фрагментарные результаты проведенного научного исследования.

4. Текст не должен содержать сложных таблиц, графиков и рисунков.

Почтовый адрес редакции: 620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51. Редакция журнала «Известия УрГУ. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры».

Главному редактору Макушину Леониду Михайловичу.

Рукописи принимаются в ИПЦ «Издательство УрГУ»: ул. Тургенева, 4, приемная или отдел допечатной подготовки (для Ларисы Александровны Хухаревой).

Тел. для справок: (343) 350-59-68 в рабочие дни.

Электронный адрес журнала: [izvestia\\_1@usu.ru](mailto:izvestia_1@usu.ru)