

ЖУРНАЛИСТ СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

№ 4 (32) 2018

ПЕРИОДИЧЕСКОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
издается с 2011 г.

включен в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК по отраслям науки
и группам специальностей научных работников:

22.00.00 – социологические науки; 23.00.00 – политология;

10.01.00 – литературоведение

журнал входит в систему РИНЦ

Главный редактор - А.В. Черняк, профессор, доктор исторических наук, Заслуженный работник культуры РФ (Журналистика)

Экспертный совет журнала

Богданович Галина Юрьевна – профессор, доктор филологических наук, декан факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского.

Валовая Мария Дмитриевна – профессор, доктор экономических наук, профессор, кандидат филологических наук, советник ректора Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова.

Ванев Георгий Станев – профессор, доктор политических наук, главный редактор газеты «Работнически вестник» (Республика Болгария).

Варганова Елена Леонидовна – профессор, доктор филологических наук, декан факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Гавра Дмитрий Петрович – профессор, доктор социологических наук, заведующий кафедрой связей с общественностью Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета.

Гариффулин Васил Загитович – профессор, доктор филологических наук, руководитель Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Казанского (Приволжского) федерального университета.

Дугин Евгений Яковлевич – профессор, доктор социологических наук, заведующий кафедрой тележурналистики ФБГОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Иванищева Ольга Николаевна – профессор, доктор филологических наук, заведующая кафедрой культурологии и межкультурных коммуникаций, теории языка и журналистики ФБГУ ВО Мурманского арктического университета.

Ибраева Галлия Джумсудовна – доктор филологических наук, профессор факультета журналистики Казахского национального педуниверситета имени Абая (Республика Казахстан, Астана).

Карлюкевич Александр Николаевич – министр информации Республики Беларусь.

Редакционный совет журнала

Коновалова Ольга Васильевна – профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры политологии и этнополитики Южно-Российского института-филиала РАНХ и ГС при Президенте Российской Федерации (Ростов на Дону).

Клинецвич Франц Адамович – кандидат психологических наук, первый заместитель председателя Комитета по обороне и безопасности Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации.

Лозовский Борис Николаевич – профессор, доктор филологических наук, директор департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина.

Маркин Валерий Васильевич – профессор, доктор социологических наук, руководитель Центра региональной социологии и конфликтологии ФГБУН Института социологии РАН.

Пую Анатолий Степанович – профессор, доктор социологических наук, директор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ.

Самусевич Ольга Михайловна – доцент, кандидат филологических наук, декан факультета журналистики Белорусского государственного университета.

Саринжинов Аслан Бакенович – ассоциированный профессор Школы образования «Назарбаев Университет», министр образования и науки Республики Казахстан.

Скворцов Ярослав Львович – доцент, кандидат социологических наук, декан факультета международной журналистики Московского государственного института международных отношений (университет).

Тарасов Илья Николаевич – профессор, доктор политических наук, заведующий кафедрой политики, социальных технологий и массовых коммуникаций Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта.

Усвяцов Борис Михайлович – профессор, доктор политических наук, руководитель Экспертного совета по обороне Государственной думы Российской Федерации

Чумиков Александр Николаевич – профессор, доктор политических наук, генеральный директор ЗАО «Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг».

Шабров Олег Федорович – профессор, доктор политических наук, заведующий кафедрой политологии и политического управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

Шапиро Брюс – профессор коммуникации Йельского университета (США).

Шкондин Михаил Васильевич – профессор, доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории по изучению актуальных проблем журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Шомова Светлана Андреевна – доктор политических наук, профессор Высшей школы экономики

Редакционный совет

Головко Сергей Борисович – кандидат филологических наук, доцент Учебно-научного центра экономики и социологии медиарынка Института массмедиа Российского государственного гуманитарного университета.

Дзялошинский Иосиф Михайлович – профессор, доктор филологических наук, руководитель образовательной программы Медиакоммуникации факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ «Высшая школа экономики».

Коханова Людмила Александровна – профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Мальцев Геннадий Петрович – член-корреспондент РАЕН, генеральный директор Издательского дома «Журналист».

Речицкий Леонид Антонович – доцент, кандидат исторических наук, заместитель главного редактора журнала «Журналист. Социальные коммуникации».

Тулупов Владимир Васильевич – профессор, доктор филологических наук, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

Хелемендик Виктор Сергеевич – профессор, доктор исторических наук, член-корреспондент Академии образования Российской Федерации.

Содержание

К 100-летию Союза журналистов России

<i>Речицкий Л.А.</i> В поисках формы и содержания.....	5
<i>Салимов М.Ш.</i> Десять лет из истории нашего Союза.....	17
<i>Гарифуллин В.Б., Баканов Р.П., Бик-Булатов А.Ш., Сабирова Л.Р.</i> От первых советских газет до современных холдингов.....	32
<i>Комиссаров П.П.</i> Белых пятен стало меньше.....	47
<i>Играев Б.А.</i> Тульская строка в истории Союза.....	61

Теория и практика современных СМИ

<i>Черняк А.В.</i> Дискуссии в СМИ об идеологии (статья четвертая).....	77
<i>Новиков В.В.</i> Интернет и разрыв поколений: как найти точки соприкосновения с представителями поколения Z в новой цифровой реальности?.....	99
<i>Варавва В.В.</i> Выразительные средства в освещении социальной повестки в газете «Находкинский рабочий».....	107

Медиаобразование

Программа подготовки аспирантов.....	122
Конгрессы, конференции, форумы	
<i>Голынский А.А.</i> Что день грядущий нам готовит?.....	153
<i>Сальникова А.В.</i> IV Каспийский медиафорум – территория доверия и сотрудничества.....	158
Аннотации к статьям номера (на английском языке).....	162

В поисках формы и содержания

Хорошо известна дата начала отечественной журналистики (1703 г.), знаем и имена первых журналистов и редакторов, а вот год основания Союза журналистов России вызывает вопрос

Речицкий Л.А., доцент, кандидат исторических наук; e-mail: lenor-lar@rambler.ru

В последний месяц осени сообщество журналистов страны отметило вековой юбилей создания собственной общественной организации – союза. В 1918 году в Москву на первый Всероссийский съезд приехали представители редакций газет и журналов, поддержавших советскую власть. За три дня (съезд заседал 13–15 ноября) его делегаты обсудили ряд актуальных для того времени вопросов: о задачах советской печати и построении новой системы прессы, отвечающей историческому моменту и способной проводить в жизнь «пролетарскую диктатуру»; о типологии и содержании советских газет; о критике советской власти в печати; о руководстве печатью. Сто лет назад исполнилось пожелание многих поколений пишущих для газет и журналов литераторов о единении в саморегулируемую, независимую от издателей и государства, политических партий и движений профессиональную организацию. В том далеком ноябре коллегам казалось, что становится реальностью мечта о союзе, способном отстаивать право журналистов на свободу дискуссий, открытое выражение мнений по проблемам, волнующим аудиторию. Они стремились вступить в такую организацию, стать членом союза, где им могли гарантировать правовую и социальную защиту. Автор рассматривает в ретроспективе историю зарождения сообщества журналистов России, становление и развитие корпорации. Основное внимание уделено созданию союза – высшей формы самоорганизации профессиональных журналистов. В статье определены основные этапы развития сообщества журналистов. Выявлены причины трансформации организационно-правовой формы одной из старейших и массовых общественных организаций в России.

Ключевые слова: корпорация, профессиональный союз, система общественных организаций, политическое и идеологическое давление, инструмент влияния.

Несмотря на достаточно обширную научную литературу по истории журналистики России (особенно XVIII–XIX веков), а также на значительный объем исследований отдельных изданий и творчества сотрудничавших с ними известных публицистов, работ, посвященных становлению сообщества журналистов еще недостаточно. Практически нет

публикаций, авторы которых рассматривают развитие сообщества в ретроспективе, анализируют формы организации журналистов в неформальные группы, рассматривают содержание деятельности подобных структур на каждом этапе политической и социально-экономической истории страны.

В историографии по русской журналистике можно найти научные труды о литературных кружках и салонах XVIII и XIX веков, как начальной форме самоорганизации граждан. Три года назад Государственная публичная историческая библиотека провела специализированную выставку «Литературные салоны и кружки в русской культуре первой половины XIX столетия»¹. В одном из разделов была представлена литература, увидевшая свет в двадцатые годы прошлого столетия, где анализируется феномен салонов и кружков в России и их влияние на культурный процесс. Посетители выставки могли познакомиться и с литературой, рассказывающей о людях, вокруг которых складывался кружок или салон.

Экспонаты выставки позволяли увидеть, какое влияние на общественное сознание оказали неформальные объединения творческой интеллигенции, имевшие непосредственное отношение к прессе. Завсегдатаями многих литературных салонов и кружков были издатели и журналисты. Эти собрания помогали издателям определить идейную направленность журнала – самого распространенного типа издания в XVIII и в первой половине XIX века. Свободный обмен мнениями по актуальным проблемам российской действительности помогал журналистам в выборе темы и жанра публикации. Атмосфера литературных кружков и салонов формировала личность журналиста, помогала выработать гражданскую позицию, способствовала профессиональному росту.

При дальнейшем изучении историографии научных трудов по отечественной журналистике мы обнаружим значительный пробел в исследовании журналистской корпорации в период реформ и реакции. Отсутствие публикаций о происходивших в ней трансформационных процессах под влиянием революционного подъема в начале XX века и в канун Первой мировой войны, о попытках организовать в различные неформальные структуры. В определенной мере восполняют недостаток в освещении данной темы статьи в журнале «Журналист», учредителем которого стало «Общество деятелей периодической печати и литературы». Это была попытка издания профессионального журнала для корпорации журналистов. Первый номер вышел в январе 1914 года.

Библиографический список остается неизменным на протяжении десятилетий. И лишь со середины 1990-х годов начнет понемногу пополняться. Одной из первых в списке окажется книга «Становление духа

¹ URL.: http://www.shpl.ru/exhibition/literaturnye_salony//. Дата обращения 12.11.2018.

корпорации: правила честной игры в сообществе журналистов¹, представляющая результат исследования состояния журналистского этоса в переходный период развития России.

Практически на исходе столетия Институт гуманитарных коммуникаций опубликовал материалы семинара «Роль прессы в формировании в России гражданского общества»². Интерес может вызвать выступление И.А. Яковенко, в те годы генерального секретаря Союза журналистов России «Роль Союза журналистов России в становлении гражданского общества в России». Яковенко пытается проанализировать деятельность союза на различных этапах социалистического строительства и обосновать его задачи в формировании гражданского общества в стране на срезе двух столетий. Обозначает направления трансформации самого союза³.

Завершает библиографический список монография профессора, доктора филологических наук, заведующей кафедрой истории и правового регулирования отечественных СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова О.Д. Минаевой «К 100-летию Союза журналистов России». История создания»⁴. Автор рассматривает историю создания Союза советских журналистов в 1918 году и связывает активное участие в работе съезда руководителей молодой советской республики с борьбой большевиков за утверждение своей власти и в контексте сложного этапа самоорганизации сообщества журналистов в отечественной истории.

Возможно, кто-нибудь из исследователей журналистики, её прошлого и настоящего, внесет в библиографический список еще две-три научные работы, посвященных сообществу журналистов. Речь же в данном случае идет об изучении истории корпорации и её влиянии на внутреннюю и внешнюю политику государства, на развитие национальной культуры, укрепление связей с обществом и защиту общественных интересов. Наконец, где и как зарождались традиции отечественной журналистики. В каких объединениях и спорах между кем и кем выковывалось главное кредо российских журналистов – в каждой публикации, в каждом обращении к аудитории должна быть мысль, воплощенная в яркий словесный образ. К сожалению, на сегодняшний день нам неизвестен подобный научный труд, где прослеживается трехсотлетняя

¹ Становление духа корпорации: правила честной игры в сообществе журналистов / под ред. В.И. Бакштановского, Ю. В. Казакова, А. К. Симонова, Ю. В. Сомогонова. М.: НАЧАЛА-ПРЕСС; 1995.

² Роль прессы в формировании в России гражданского общества: мат-лы семинара. М.: Институт гуманитарных коммуникаций. 1999.

³ Яковенко И. Роль Союза журналистов России в становлении гражданского общества // Роль прессы в формировании в России гражданского общества: мат-лы семинара. М.: Институт гуманитарных коммуникаций. 1999. С.152-153.

⁴ Минаева О.Д. К 100-летию Союза журналистов России. История создания. – М.: Фак-т журн. МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018.

история сообщества журналистов России. Рассматривается процесс движения к объединению в общественную организацию и превращению её в один из важнейших социальных институтов, тесно связанный с институтами государства и общества. Дан научный анализ на фоне неравномерного общественно-политического развития страны.

Для ученых и практикующих журналистов юбилейная дата проведения первого Всероссийского съезда журналистов России – повод для более глубокого изучения профессионального сообщества и деяний союза. Для описания и получения информации не по отдельным временным отрезкам истории организации, а поиск ответа на главный вопрос: почему Союз журналистов России так и не стал полноценной демократической организацией, где уважают мнение коллег, опираются на букву Закона и действуют в правовом поле. Как так случилось, что из оппонента власти союз превратился в инструмент пропаганды в её отношениях с обществом. Почему продолжает действовать в жестком каркасе советской системы партийно-государственного управления общественными организациями.

Подобное исследование ставит перед учеными и ряд других научных вопросов и задач: каковы природа и формы объединения журналистов, представителей других профессий, связанных со средствами массовой информации; цели и содержание их деятельности; восприятие журналистских общественных организаций обществом и властью; реальные возможности и эффективность общественных действий союза; место и роль союза в системе общественных организаций России.

Становление корпорации журналистов России происходило исторически. Начало процессу объединения творческих сотрудников вне рамок службы в редакции, как уже сказано, положили литературные салоны, куда приходили люди определенных, чаще близких, взглядов на общественную жизнь России.

Зачинателем одного из таких салонов в Санкт-Петербурге был государственный деятель, основатель Московского государственного университета, известный меценат Иван Иванович Шувалов. В его доме на углу Невского и Большой Садовой во второй половине пятидесятих годов XVIII-го столетия собирались известные литераторы того времени: Ломоносов, Сумароков, Костров, Богданович, Державин, Шишков, княгиня Дашкова. Судя по воспоминаниям современников, атмосфера в подобных клубах и собраниях далеко не всегда была доброжелательной. Конкуренция, борьба за подписчиков и тираж издания делали издателей и журналистов непримиримыми в спорах.

«У Шувалова собирались все литераторы того времени. В юной возниковавшей тогда журналистике происходили такие же споры, что и теперь, каждый превозносил себя, и каждое издание хотело превзойти остальные и встать во главе всех. Poleмика, зависть, даже личные, не совсем церемонные намеки так и сыпались перекрестным журнальным

огнем и при встрече пишущих»¹.

На вечерах у Шувалова гости забывали о приличиях, когда речь заходила о принципиальных вопросах.

«При встречах литераторы того времени редко церемонились, и, как рассказывал сам Шувалов Тимковскому, особенно были такими непримиримыми врагами Ломоносов с Сумароковым. «В спорах Сумароков чем более злился, тем более Ломоносов язвил его; и если оба не совсем были трезвы, то заканчивали ссору запальчивою бранью, так что я был принужден высылать их обоих, или чаще Сумарокова»².

Такая оценка деятельности первого литературного салона не принижает его роли в формировании корпорации. Гостиная в доме Шувалова, подобно иным общественным институтам, появившимся в России во второй половине XVIII столетия, стала прообразом неформальных объединений писателей и журналистов. На проходившие в ней собрания люди шли по собственной инициативе. Неформальная обстановка, гостеприимство хозяина, личное знакомство и хорошее знание друг друга располагали к откровенной беседе. Посетители делились мнениями на ситуацию в кругу их профессиональной деятельности и взглядами на общественно-политическую ситуацию в стране. С салона Ивана Ивановича Шувалова начинается и во многом драматическая история общества журналистов России.

Неформальные объединения прогрессивно мыслящих граждан XVIII – XIX веков стали прообразом и других общественных организаций – научных, творческих, культурно-просветительских; общественно-политических объединений и профессиональных союзов. Власть при Александре I благоволила развитию негосударственных структур в экономической и общественных сферах, в культуре. В годы его царствования в Москве, Санкт-Петербурге появилось немало общественных организаций, в том числе и в литературной среде. Создание различных кружков, собраний и обществ позволило интеллигенции реализовать естественное стремление к единению с единомышленниками. Наиболее распространенной формой для её сплочения на рубеже XVIII и XIX веков стали литературные общества и собрания.

В 1803 году появилось «Вольное общество любителей словесности, наук и художеств» – первая крупная литературная организация. В 1811 году – общество «Беседа любителей русского слова». Наконец, в 1815 году начал свою работу, получивший известность у писателей и поэтов литературный кружок «Арзамас», или «Арзамасское общество безвестных людей». Деятельность названных организаций позволила определить сущность отечественной журналистики и её отличие от европейской прессы.

¹ Пыляев М. И. Старый Петербург. Репринтное воспроизведение с издания А. С. Суворина. М.: СП «ИКПА», 1990. С. 170.

² Там же. С. 170.

Основатели и гости первых литературных салонов и кружков были людьми государственными, воспринявшими идеи европейского Просвещения и видевшими смысл своего служения престолу в воспитании людей образованных, способных своими знаниями приносить пользу Отечеству. Для них идеи Просвещения были увязаны с идеей самосовершенствования русского народа, что позволяло государству Российскому занять достойное место среди других государств Европы. В свободном выражении мнений по актуальным проблемам развития России члены объединений видели суть отечественной журналистики. Были уверены, что пресса может способствовать проведению социально-экономических реформ и развитию национальной культуры.

Передовая дворянская интеллигенция исходила из убеждения, что Россия нуждается в реформировании, а пресса и есть тот инструмент, который позволяет объединить все социальные слои и включить их в активную работу по преобразованию страны. Для членов обществ печать являлась мощным средством просвещения и воспитания народных масс. Газеты и журналы в их понимании были всеобщей трибуной для ведения диалога с самодержавием по волнующим аудиторию вопросам. По мнению одного из основателей Арзамаса Петра Вяземского, журналисты должны формировать общественное мнение по острым политическим вопросам. Вести борьбу с предрассудками, пороками и нелепостями.

Таким образом, в неформальных объединениях литераторов на рубеже XVIII – XIX веков вырабатывалось кредо отечественной журналистики – гражданственность. Профессия русского журналиста обязывает его служить государству и обществу, оппонировать действиям властей и защищать общественные интересы.

В дискуссиях о русском языке, типологии изданий и их тематическом содержании выстраивался каркас отечественной журналистики.

Значение первых неформальных объединений литераторов и журналистов в том, что в дискуссиях зарождались традиции, на которых формировались последующие поколения журналистов России: нравственность, честность в отношениях с аудиторией, критическое отношение к действиям власти, публицистичность выступлений.

Первый период становления журналистской корпорации укладывается во временной отрезок от литературного салона Шувалова до появления профессиональных союзов журналистов в начале XX века. Эти годы отмечены борьбой передовой части журналистского сообщества за политические свободы в стране: свободу слова, отмену цензуры, за возможность работать журналистов и издателей в правовом поле, в условиях законодательного регулирования их отношений с органами власти. Данному времени журналистика обязана рождением отечественной школы публицистики, основу которой составили актуальные по тематике, глубокие по мысли и содержанию статьи Радищева, Герцена, Белинского, Добролюбова, Писарева, Некрасова, Чернышевского, Короленко.

Тогда же определились и два направления в русской журналистике:

реформаторское и консервативное. Сформировались западническая и славянофильская идеологии, что привело к делению журналистов на либералов и консерваторов. Противоположность взглядов на цели и задачи журналистики, на её взаимоотношения с властью и обществом сохранится на многие годы. В стране будет меняться общественно-политическое устройство, вырастут новые поколения журналистов, а два крыла в сообществе так и останутся. Объединить их не смогло даже членство в союзах журналистов, созданных при активной поддержке большевиков в первые годы советской власти и при непосредственном участии партии коммунистов Советского Союза.

Хронологические рамки второго периода истории журналистского сообщества неотделимы от событий конца XIX и начала XX века. В эти годы в стране начинается общественный подъем, который и приводит к первой русской революции. В 1903 году в Москве проходит массовая забастовка печатников. В ней принимали участие более шести тысяч рабочих 63 типографий. Они вышли на улицы Первопрестольной по призыву «Союза московских типографских рабочих для борьбы за улучшение труда». Бастующие выдвигали политические и экономические требования правительству. И хотя первое профессиональное объединение полиграфистов появилось еще в 1896 году, начало профсоюзного движения в России принято отсчитывать именно с этих стачек, вдохновителем и организатором которых выступили рабочие комитеты, действовавшие в среде «аристократии пролетариата». Так называли в те годы наборщиков, печатников и корректоров, чей труд требовал специальной подготовки и квалификации.

В том же году передовая часть интеллигенции отмечала 200-летие выхода Петровской газеты «Ведомости», стоявшей у истоков русской журналистики. Юбилей вылился в дискуссию о бесправном положении журналистов и прессы. Журналы и газеты всех направлений были единодушны в оценке отношения самодержавия к печати. Известные читателям общественные деятели и журналисты писали об отсутствии права на свободу слова и свободную профессиональную деятельность, о жесткости цензуры, административных преследованиях.

Для неформальных общественных объединений в годы первой русской революции наиболее распространенной формой стали союзы. Они создавались в ответ на беспомощность правительства, невозможность решить насущные политические и экономические проблемы. Народные массы пришли в движение, и чтобы совместно с пролетариатом требовать от правительства политических и экономических свобод, оппозиционно настроенной интеллигенции необходимо было сплотиться. Такой формой для единения и стали союзы. Как писал Троцкий: «Идея объединения в профессиональные союзы зарождается независимо у двух групп: профессорской и инженерной; крайне поучительно, что именно у этих групп, из которых одна находится в непрерывном общении с самой активной частью интеллигенции, студенчеством, а

другая – с самым боевым классом общества, пролетариатом)¹. Профессорскую группу составили союзы преподавателей университетов, врачей, педагогов, адвокатов, композиторов и музыкантов. В инженерную группу входили союзы инженеров и техников разных специальностей.

Политическое развитие страны на рубеже 1904–1905 годов породило «союзное» движение в среде журналистов и писателей. Организаторами территориальных союзов нередко выступают редакции. Когда в 1905 году кризис настиг и книжную торговлю, в Петербурге при книжном магазине Н.Г. Мартынова начал выходить журнал «Книжная биржа». Среди первоочередных журнал ставил задачу создания «Союза книгопродавцов, издателей и авторов». Дважды в течение года издание поднимало эту проблему в статьях «К единению, товарищи, к единению» (передовая. 1905. Июнь) и в статье «Заботы издателей и книгопродавцов, стремление нашей редакции к организации общего союза» (1905. Декабрь)².

В начале октября 1905 года с инициативой создания Союза в защиту печати выступили журналисты газеты «Наша жизнь». В отличие от других профессиональных союзов члены Союза в защиту печати выдвигали на первый план политические требования: свободу слова, отмену цензуры.

1905 год – год общественно-политической деятельности передовой части интеллигенции, промышленных рабочих и формирования в России системы общественных организаций. По всей стране заседают съезды союзов. В Петербурге с 5 по 8 апреля проходил первый Всероссийский съезд журналистов. Ему предшествовал съезд столичных и провинциальных журналистов 3–4 марта, который вошел в историю как предварительный. Его делегаты избрали бюро для подготовки Всероссийского съезда.

Обсуждение резолюций первого Всероссийского съезда привело к расколу журналистского сообщества на умеренных и радикалов. Съезд также принял резолюцию «о содействии пролетариату в его борьбе за политическое и экономическое освобождение и стремление к обобществлению орудий производства»³. Данная резолюция – ключ к пониманию поведения делегатов первого Всероссийского съезда советских журналистов. Троцкий так оценил итог вечернего заседания всероссийского съезда 6 апреля 1905 года: «После 6 апреля 1905 г. «подавляющее большинство» русской печати стало на службу социализму»⁴.

¹ Троцкий Л.Д. Наша первая революция, Т. 2. Ч. 1. Гл. Союзы. URL: http://www.e-reading.club/chapter.php/98376/29/Trockiii_02_Tom_2 (Дата обращения 06.11.2018).

² Волкова Л.Л. Книговедческая периодика. Русские книговедческие журналы начала XX века. URL: www.hi-edu.ru/e-books/xbook053/01/part-005.htm (Дата обращения 12.11.2018).

³ Цит. по: Троцкий Л.Д. Наша первая революция, Т. 2. Ч. 1. Гл. Союзы. URL: http://www.e-reading.club/chapter.php/98376/29/Trockiii_02_Tom_2 (Дата обращения 06.11.2018).

⁴ Троцкий Л.Д. Указ. соч. URL: <http://www.e-reading.club/chapter.php/98376/29/>

О съездах союзов, их задачах и выработке стратегии и тактики широко рассказывали газеты всех направлений. По мнению С.Ю.Витте: «Все эти союзы различных оттенков, различных стремлений были единокорны в поставленной задаче – свалить существующий режим во что бы то ни стало, и для сего многие из этих союзов признали в своей тактике, что цель оправдывает средства, а потому для достижения поставленной цели не брезговали никакими приемами, в особенности же заведомо ложью, распускаемой в прессе. Пресса совсем изолгалась»¹.

Журналисты не только были втянуты в водоворот революционных событий. Им пришлось самоопределиться, осознать свою роль в борьбе за политические свободы и социально-экономические права. Витте о ситуации с прессой до выхода Манифеста 17 октября 1905 года в опубликованных в 20-х годах воспоминаниях писал: «Петербургская пресса, дававшая и поныне, хотя в меньшей степени, дающая тон всей прессе России, совершенно эмансипировалась от цензуры и составила союз, обязавшийся не подчиняться цензурным требованиям. В этом союзе участвовали почти все газеты, и в том числе консервативные, а также «Новое Время»².

Съезд Всероссийского союза журналистов проходил незадолго еще до одного важного события: в мае 1905 года был образован Союз союзов, объединивший общественные организации профессоров, журналистов, писателей, учителей, инженеров и техников, конторщиков и бухгалтеров, железнодорожных служащих, медицинского персонала³.

При создании собственного профессионального объединения журналисты учитывали опыт других союзов: научной, технической и творческой интеллигенции, но прежде всего опирались на практику профсоюза типографских рабочих в отстаивании своих прав.

Интерес к профессиональному объединению у творческих сотрудников редакций проявлялся неоднократно. Уровень правовой и социальной защищенности журналистов никогда не соответствовал той роли, какую они играли при царизме, в годы Советской власти и продолжают исполнять в сегодняшней политической и общественной жизни страны. Не адекватен тем требованиям, что предъявляют к журналистам общество и государство. Программа Всероссийского союза журналистов, принятая на съезде в апреле 1905 года, предусматривала создание профсоюза журналистов. Роль агитатора за свой профсоюз выполнял журнал «Журналист», орган Общества деятелей периодической печати и литературы. В первом номере за 1914 год в передовой статье «Наши

Троцкий_02_Том_2 (Дата обращения 06.11.2018).

¹ Витте С.Ю. Воспоминания. Царствование Николая II. Том 1, 2-е издание. Государственное издательство. Ленинград, 1924. С. 450.

² Витте С.Ю. Воспоминания. Царствование Николая II. С.449.

³ Ильина И.Н. Общественные организации России в 1920-е годы. Архивы российской академии наук. Страница № 10. URL: <http://arfan.ru/?q=ru/i10/> (Дата обращения 11.01.2012).

задачи» говорилось: «Трудно указать в настоящее время другую общественную группу, материальное и социальное положение которой было так шатко, так плохо обеспечено»¹.

Эти строки звучали актуально в начале прошлого столетия, не потеряли остроты к середине 90-х годов. Остаются столь же злободневными для журналистского сообщества и сегодня.

Читая в научной и учебной литературе об общественной жизни в России на изломе XIX и XX столетий, о нарастающей гражданской активности различных социальных групп населения и появлении неформальных объединений граждан – предшественников институтов гражданского общества, задаешься вопросом: почему опубликовано так мало исследований о профессиональных объединениях журналистов и их деятельности в годы революционного подъема и последовавшей после поражения Первой русской революции реакции? Или для историков отечественной журналистики не представляет научного интереса общественная, вне редакционная деятельность журналистов. В негосударственных структурах, на собраниях и в дискуссиях формировалась их гражданская позиция и активность, социальная ответственность. В те годы у многих эти качества проявлялись в объективном освещении происходящих в стране событий и в стремлении к самоорганизации, созданию в собственной профессиональной среде общественных организаций. Цель объединения – привлечь внимание структур власти к социально-экономическим проблемам «тружеников пера».

Практически нет научных работ о том же Всероссийском съезде журналистов 1905 года. А ведь именно этот съезд имеет принципиальное значение для дальнейшего выбора направлений развития сообщества. Впервые удалось собрать и провести столь представительное собрание журналистов из редакций газет и журналов столицы и губерний. Объединить коллег из изданий разной идейно-тематической направленности и выработать совместную программу для России, вступающую (так казалось) на путь политического и экономического обновления страны. Принятая съездом программа обозначила фундамент, на котором и должна была проходить профессиональная деятельность журналистов. Съезд призывал коллег, словом и делом, отстаивать социалистические идеи в проведении реформ, по существу, выступать в роли агитаторов и пропагандистов за социалистическое переустройство России. Делегаты практически подготовили политическую платформу для будущего съезда, который пройдет осенью 1918 года.

Созыв съезда и принятые на нем резолюции фактически подводили своеобразную и окончательную черту под первым этапом истории сообщества журналистов, продемонстрировав, что время салонно-кружковых собраний издателей и журналистов, на которых обсуждались чисто профессиональные вопросы, прошло. Пришла пора соотносить

¹ Наши задачи // Журналист. 1914. № 1. С.3.

свою профессиональную деятельность с собственным социальным положением, с оценкой своего труда издателем. Из множества стоящих перед сообществом проблем первоочередной становится борьба за свои права, а для победы в ней требуется иная форма самоорганизации.

Всероссийский съезд указал и путь к переходу на более высокую ступень общественной организации.

Со Всероссийского съезда 1905 года начинается переходный период в деятельности корпорации: от дворянских салонов и кружков – к общественно-политическим объединениям и к созданию профессионального союза журналистов, по целям и задачам аналогичного профсоюзу типографских рабочих.

В начале статьи мы упоминали о праздновании журналистами страны столетия первого Всероссийского съезда журналистов. Как и съезд 1905 года, съезд 1918 года собрал вместе журналистов столичных и провинциальных изданий. В этом, пожалуй, их единственное сходство. Главное различие в том, что съезд 1905 года собирал делегатов без оглядки на их убеждения и идейные предпочтения издателей и организовал широкую дискуссию по актуальной для тех лет повестке дня. О своем видении развития реформ в стране говорили монархисты, либералы, консерваторы, левые и правые. Естественно, на съезде не было представителей бюрократии.

На съезд 1918 года также приехали делегаты из провинции, но только от тех изданий, чьи коллективы поддержали советскую власть¹. Официальное название он получил – Первый Всероссийский съезд советских журналистов.

Вторая половина 80-х годов прошлого столетия нивелировала идеологические и профессиональные разногласия, но только на время создания Союза журналистов РСФСР – предшественника Союза журналистов России. Последующая деятельность союза показала отсутствие единства в самом руководстве организации и доминирование либерального крыла. На XII съезде СЖР в ноябре 2017 года власть перешла к консерваторам.

Празднование столетия в который раз продемонстрировало, насколько неуважительно мы относимся к истории. Почти тридцать лет, как нет советской власти, а мы отмечаем юбилей организации, созданной большевиками, и поставившими себе на службу журналистов. А съезд 1905 года «вне закона»? Однако – это факт в истории отечественной журналистики и игнорировать его невозможно.

Литература:

- *Витте С.Ю.* Избранные воспоминания. 1849 – 1911 гг. М.: Мысль, 1991.
- *Минаева О.Д.* К 100-летию Союза журналистов России. История

¹ Минаева О.Д. К 100-летию Союза журналистов России. С. 27.

- создания. М.: Фак-т журн. МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018.
- *Есин Б.И., Кузнецов И.В.* Триста лет отечественной журналистики (1702 – 2002). М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002.
 - *Ильина И.Н.* Общественные организации России в 1920-е годы. Архивы российской академии наук. Страница № 10. URL: <http://arhiv.ru/?q=ru/i10/>
 - *Пыляев М. И.* Старый Петербург. Репринтное воспроизведение с издания А. С. Суворина. М.: СП «ИКПА», 1990. С. 170.
 - Становление духа корпорации: правила честной игры в сообществе журналистов. / под ред. В.И. Бакштановского, Ю. В. Казакова, А. К. Симонова, Ю. В. Сомогонова. М.: НАЧАЛА-ПРЕСС, 1995.
 - *Троцкий Л.Д.* Наша первая революция. Т. 2. Ч. 1. Гл. Союзы. URL: http://www.e-reading.club/chapter.php/98376/29/Trockiii_02_Tom_2_
 - *Черняк А.В.* Власть и журналистика: монография. В 2 ч. М.: Академия медиаиндустрии, 2015.

Десять лет из истории нашего Союза (Опыт деятельности творческой организации журналистов Башкортостана в конце XX – начале XXI века)

Салимов М.Ш.¹, председатель совета Объединения ветеранов журналистики Республики Башкортостан, marsalim@yandex.ru

Ключевые слова: башкирская журналистика, Объединение ветеранов журналистики Республики Башкортостан, СМИ Башкортостана, Союз журналистов Республики Башкортостан, съезды СЖ РБ.

История начинается не с белого листа

Первые ростки журналистских организаций в России появились ещё в пушкинские времена. Именно А.С. Пушкин поднял вопрос о журналистах как особом общественном слое: «Сословие журналистов есть рассадник людей государственных...». Организационно-творческие объединения пишущих людей вокруг российских изданий были предвестниками будущих журналистских организаций. Одна из таких – Русское литературное общество – была представлена на I Всемирном конгрессе журналистов в 1894 году. А созданное в начале XX века Общество деятелей периодической печати и литературы защищает профессиональные интересы журналистов в годы первой мировой войны и революций.

В ноябре 1918 года состоялся I Всероссийский съезд советских журналистов. Но уже в конце 20-х годов ликвидируются журналистские организации в связи с их «аполитичностью», после чего в стране почти 30 лет не было журналистского сообщества.

Только в марте 1956 года ЦК КПСС принимает решение о создании Союза журналистов СССР. С этой целью на местах – в республиках, краях и областях – организуются журналистские объединения.

В декабре 1957 года в Уфе состоялась учредительная конференция, на которой был избран руководящий орган Башкирского отделения Союза журналистов СССР.

¹ Марсель Шайнурович Салимов (Мар. Салим) – писатель-сатирик, поэт и публицист. Главный редактор башкирского сатирического журнала «Хэнэк» («Вилы») в 1980–2010 годах. С 1996 по 2006 год был председателем Союза журналистов Башкортостана на общественных началах. В 1996–2017 годах избирался членом Федеративного совета СЖР. Делегат учредительного съезда Союза журналистов РСФСР и всех съездов СЖР. Заслуженный работник культуры РФ и БССР. Награждён орденом Дружбы. Лауреат премии «Золотое перо России». Автор более 40 книг.

Первые членские билеты были вручены 35 профессиональным работникам средств массовой информации. Среди них: участники Великой Отечественной войны Зиннат Аминев, Тагир Ахунзянов, Хамит Гареев, Файзи Гумеров, Зиннат Ишмаев, Рамазан Кутушев, Фаик Мухаметзянов, Ахмет Насыров, Михаил Новиков, а также молодые ещё в то время журналисты Ремель Дашкин, Анатолий Краснов, Марган Мерзабеков, Закий Фаттахов, Марат Халилов и другие.

Первым председателем Союза журналистов республики стал редактор газеты «Совет Башкортостаны», видный башкирский поэт Гилемдар Рамазанов. После него Союз возглавляли известные журналисты и писатели Абдулла Исмагилов (1966–1969), Ремель Дашкин (1969–1976), Вилляр Даутов (1976–1980), Талгат Сагитов (1980–1986), Динис Буляков (1986–1990), Ризван Хажиев (1990–1996), Марсель Салимов (1996–2006), Фарит Ахмадиев (2006–2010), Артур Давлетбаков (с 2010).

Существенный вклад в укрепление журналистской организации внёс Давид Гальперин, который в течение 20 лет бессменно занимал пост ответственного секретаря. После него в аппарате СЖ работали заместители председателя – ответственные секретари Виль Максютов, Фарида Рафикова, Валентина Назарова, Алмас Шаммасов, а в настоящее время – Фаниль Кудакаев.

Союз держится в руках настоящих журналистов

Республиканское журналистское объединение имеет шестидесятилетнюю историю. За 45 лет членства в Союзе какие только обязанности ни пришлось мне выполнять: избирался секретарём «первички», членом правления, президиума и исполкома, заместителем председателя и более десяти лет был председателем Союза журналистов Башкортостана. Как непосредственный участник событий в нашем журналистском сообществе, могу рассказать многое о недалёком прошлом. Если человек может, то, как заведено, он и обязан сделать это.

Летопись журналистской организации Башкортостана писалась напряжённым и кропотливым трудом многих мастеров пера республики. Судьба распорядилась так, что обязанности заместителя, а потом и председателя Союза журналистов Башкортостана мне, на общественных началах, пришлось выполнять именно в лихие девяностые и затем в нулевые годы нового века.

Перебирая в памяти события тех лет, я с гордостью вспоминаю своих друзей и коллег, с которыми вместе отстаивали законные интересы журналистов, налаживали нормальные деловые отношения между работниками СМИ и чиновниками. Обо всех надёжных и верных товарищах невозможно рассказать в небольшой статье, но об одном человеке – буду...

Многие российские журналисты восьмидесятых-девяностых годов прошлого столетия помнят пламенного башкирского публициста Ризвана Хажиева по его смелым выступлениям и поступкам. Из-за крутого

характера коллеги прозвали его башкирским «Чапаем».

Он родился 30 сентября 1939 года в деревне Сулейман Мечетлинского района. Служил в армии, работал в районной газете. В 1964 году поступил учиться на филологический факультет Башкирского государственного университета, который окончил с отличием.

Примерный студент главного вуза республики, Ризван активно участвовал в общественной работе. Именно тогда мы познакомились, подружился и остались друзьями на всю жизнь. Он был вторым секретарём комитета комсомола и начальником штаба трудового семестра студентов вуза, а я – комсоргом лучшей группы в университете и членом комбюро факультета. Вместе мы организовали различные молодёжные мероприятия.

После окончания университета Ризван Закирханович работал у себя на родине директором школы, заведующим отделом культуры исполкома райсовета, заместителем редактора районной газеты. Но уже с 1974 года он становится собственным корреспондентом республиканской газеты «Совет Башкортостан», а в 1981 году его назначают заведующим отделом партийной жизни. Он переезжает в Уфу. И снова пересеклись наши пути творческие – мы вместе стали работать в Доме печати.

После смерти опытного ответственного секретаря Союза журналистов Башкортостана Давида Гальперина, я, как член президиума и правления Союза, предложил на его место Ризвана Хажиева. И в декабре 1987 года он был избран ответственным секретарём. А когда руководитель СЖ республики на общественных началах Динис Буляков пересел в кресло главы Союза писателей, мы избрали Ризвана председателем Союза журналистов Башкортостана. Так в 1990 году он стал первым освобождённым председателем СЖ республики. Теперь уже мы с ним работали не только в одном здании, но и на одном этаже. Офис Союза и мой кабинет – главного редактора сатирического журнала «Хэнэк» («Вилы») – были рядом. И мы с Ризваном несколько раз в день встречались по журналистским делам.

В те демократические времена быстро развивались события. Вскоре творческие союзы Башкирии объединились в ассоциацию, и её президентом был избран Хажиев. А земляки Ризвана избрали его народным депутатом Верховного Совета республики. И он перебрался в центр столицы, ближе к началству. Вот тогда-то он просил меня быть своим «замом».

Не сразу я согласился:

– Во-первых, в Уставе нет такой должности. И, во-вторых, вряд ли мы сработаемся. Ведь ты же Чапай!..

Он улыбнулся и сказал:

– А ты будешь Фурмановым!

– Ну, если так...

Президиум одобрил его предложение, и правление избрало меня заместителем председателя Союза журналистов на общественных началах.

В течение шести лет мы с ним работали, как говорится, засучив рукава. А годы-то какие были! Ризван, хоть джигит и горячий и временами проявлялись у него «чапайские» замашки, никогда не пренебрегал дельными советами коллег, особенно, как сам любил повторять, своего «боевого зама». Не всегда и не всё получалось так, как мы хотели. Но главное у нас получилось: мы сумели сохранить наш творческий Союз, не допустили его разрушения и, несмотря на то что были «опьянены» суверенитетом, не откололись от большого Союза – СЖР. Мы хорошо понимали, что сила нашего большого Союза – в единстве всех малых союзов и сознательно не стали «независимыми», как это сделали журналистские организации Москвы, Ленинграда и Татарстана.

Помню, как сейчас, на учредительном съезде Союза журналистов РСФСР председателя СЖ Башкортостана Ризвана Хажиева избрали в президиум, и он даже был председательствующим. Некоторые выступающие делегаты из регионов, критикуя «суверенных», почему-то нас подозревали в намерении отделиться от российского союза. Вот тогда я поднялся на трибуну и громогласно заявил:

– Мы никуда не уходим. А если и уйдём, то Россию обязательно возьмём с собой!

В перерыве Ризван пожал мне руку:

– Молодец, кустым!

Хоть и был он на десять лет старше меня, я не называл его «агай» («старший брат»), а он меня – «кустым» («младший брат»). Этот случай был, пожалуй, единственным...

Будучи народным депутатом, Ризван Закирханович активно участвовал в разработке Законов и Кодексов в области печати, культуры, науки и образования.

А каким он был публицистом и мастером очерка! Каждое его выступление в печати становилось событием. Им изданы книги очерков и документальных повестей «Беркут из высоких Татр», «Если я гореть не буду», «Тревожные горы Афганистана» и другие. Настольными книгами молодых журналистов стали его «Уроки журналистского мастерства» и «Остаюсь журналистом».

В 1996 году кандидат филологических наук Ризван Хажиев, передав мне «по наследству» председательский портфель на целое десятилетие, переходит на работу в Башкирский государственный университет. Но там он долго не задерживается. В октябре 1997 года его приглашают в редакцию журнала «Ватандаш» на должность заместителя главного редактора, и работает он здесь до мая 2001 года, до ухода на пенсию.

В последние годы Ризван Закирханович жил в селе Месягутово, где активно продолжал творческую деятельность. Об этом свидетельствуют его новые книги «Кто ты, Сабир Вагапов?», «Есть такая земля – Мечетлинская» и краткая энциклопедия «Мечетлинский район Республики Башкортостан».

Ризван Хажиев был награждён Почётной грамотой Республики Баш-

кортостан, ему присвоено звание «Заслуженный работник культуры Республики Башкортостан», присуждена премия Кабинета Министров РБ имени Шагита Худайбердина. Он гордо носил звание Почётного гражданина своей родной деревни. И... навсегда остался там. Его могила – среди белых берёз на тихом кладбище небольшой башкирской деревни Сулейман, одна из улиц которой носит теперь имя журналиста Ризвана Хажиева. А светлая память о нём – в сердцах друзей, коллег, земляков.

Свою главную книгу он назвал «Остаюсь журналистом». Так и случилось: до последних дней своей жизни Ризван Закирханович Хажиев остался журналистом. Настоящим!

В единстве – сила

У каждого этапа нашей истории – свои неповторимые особенности. В первые годы Союз журналистов республики взял курс на активизацию деятельности газет и журналов, особо уделяя внимание подготовке квалифицированных кадров. При редакциях газет работали школы рабселькоров, нештатные отделы. Я сам с 12 лет являлся юнкором детской газеты «Башкортостан пионеры» («Пионер Башкирии»), учкором районной газеты «Алга» («Вперёд») и селькором республиканской газеты «Кызыл тан» («Красная заря»). Большую пользу принесли секции очерка, фельетона, перевода и фотожурналистики при Союзе журналистов. Этот опыт не утратил своей ценности до сих пор.

Летопись журналистики в Башкортостане полна самых разнообразных и интересных событий, фактов. Уже никому не секрет, что наша республика является самым читающим регионом в стране. В 1997 году в республике издаются 11 республиканских, 11 городских, 45 районных и 14 объединённых газет, 9 журналов. Притом они выходят не только на русском, башкирском, татарском, но и на удмуртском, марийском, чувашском, украинском, даже на английском языках.

Ни в одной другой республике России нет такого разнообразия в журналистике. С одной стороны, а с другой, это свидетельствует о том, что в Башкортостане твёрдо и неуклонно проводится политика интернационализма, политика дружбы и взаимоуважения между проживающими здесь народами, что является ещё одним ярким подтверждением не только социально-экономической, но и прежде всего политической стабильности в республике. Без ложной скромности могу сегодня сказать, что в сохранение стабильности в те непростые годы внесли свою лепту и журналисты.

Развал СССР и экономические неурядицы в стране отрицательно сказались на положении журналистского корпуса в начале девяностых годов. С 1990 по 1996 год численность СЖ России сократилась на 6 тысяч, т.е. на 12 процентов. Несмотря на ряд новшеств в господдержке СМИ, заработная плата, например, корреспондентов районных (городских) газет была самой низкой среди всех других категорий работа-

ющих. До предела ухудшилось материальное положение журналистских союзов. Прекращены производившиеся многие годы отчисления в Журфонд за использование произведений членов СЖ. Всё это привело к тому, что целый ряд республиканских и областных журналистских организаций России оказался на грани финансового банкротства, некоторые были вынуждены ограничить свою деятельность или даже полностью свернуть её. Материально-финансовая база и нашего союза была серьёзно подорвана. Единственным источником средств для оказания материальной помощи остро нуждающимся журналистам, ветеранам были членские взносы. Однако их поступление резко сократилось. Начался отток членов Союза.

Несмотря на все эти трудности, Союз журналистов Башкортостана сумел сохранить единство своих рядов. Уже в середине 90-х годов наметился некоторый рост. В Союз были приняты: в 1995 году 12, в 1996 – 33, а в 1997 – 51 журналист.

Учились мы работать по-новому. И заменили старую символику. По моему эскизу художественный редактор журнала «Хэнэк» («Вилы») Халил Ахтямов изготовил нагрудный значок члена СЖ РБ. Значок исполнен в форме флага республики, на котором написано: «БАШКОРТОСТАН ЖУРНАЛИСТАР СОЮЗЫ». Цветок курая, изображённый на пере, имеет семь соцветий. Он символизирует семь межрайонных творческих объединений, которые входят в состав СЖ РБ. Наш значок стал первым в новой России официальным символом журналистской организации. И на VI съезде СЖР (1998), на котором Башкортостан был назван «культурным центром России», я торжественно вручил его председателю СЖР Всеволоду Богданову.

Особое внимание в тех условиях уделялось организационно-творческой работе Союза журналистов. Возрождён Журфонд республики, учреждены Региональная коллегия по РБ Большого жюри СЖР. Разработаны и утверждены Кодекс профессиональной этики журналиста Башкортостана, Устав Журфонда, Положения о межрайонных творческих объединениях и первичных журналистских организациях и другие документы. В 1996 году правительственный статус приобрела журналистская премия имени Шагита Худайбердина. И с этого года начали проводить церемонии её вручения на малой родине выдающегося государственного деятеля – в деревне Худайбердино Кугарчинского района. Указами Президента РБ было учреждено почётное звание «Заслуженный работник печати и массовой информации Республики Башкортостан», а 14 июня – объявлен Днём работников печати и информации Республики Башкортостан.

Союз созидателей

В 1997 году состоялся XIV съезд Союза журналистов Башкортостана, который подвёл итоги работы нашей творческой организации не только между съездами, но и в определённой степени за 40 лет. Была утверж-

дена комплексная программа юбилейных мероприятий. Их целью явилось организационное укрепление Союза журналистов, его материально-финансовой базы и на этой основе дальнейший подъём творческой работы, повышение роли Союза в обустройстве рынка СМИ, активизация деятельности по социальной и правовой защите журналистов, рост рядов СЖ за счёт молодого поколения.

В рамках юбилейных мероприятий были проведены семинары в межрайонных творческих объединениях журналистов по теме «От выживания – к развитию»; организованы встречи, вечера в первичных организациях; журналистам-ветеранам оказана материальная помощь. В газетах опубликованы материалы, посвящённые 40-летию СЖ. С целью оживления работы «первичек», выявления и распространения положительного опыта был проведён смотр-конкурс.

К юбилею издан спецвыпуск «Журналист Башкортостана» тиражом 1500 экземпляров, учредителем которого стало правление СЖ РБ. Фактически он и есть 1-й номер нашей журналистской газеты под таким же названием. В разные годы в составе редколлегии были: Г. Карпусь, А. Касымов, В. Максютков, В. Назарова, Л. Савенко, М. Салимов, А. Скворцов, Л. Стрижева, Я. Хусаинов, Р. Шакурова, А. Шаммасов, М. Якупова.

Переход экономики Российской Федерации на рыночные отношения, разрыв многолетних связей между республиками бывшего СССР привели к подрыву экономической и правовой базы деятельности российских СМИ. Провозглашённое в Конституции РФ и гарантированное в заявлениях Президента РФ право граждан «свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию» не всегда соблюдается. Практически не реализуется положение Закона РФ «О средствах массовой информации» о том, что «государство гарантирует журналисту в связи с осуществлением им профессиональной деятельности защиту его чести, достоинства, здоровья, жизни и имущества как лицу, выполняющему общественный долг». Массовый характер в российских СМИ приняли факты злоупотребления свободой слова, нарушений этики, зависимости журналистов, целых редакций от властных, коммерческих и иных, в том числе мафиозных, структур, подкупа работников средств массовой информации.

От имени журналистов суверенного Башкортостана, сплочённых в единый союз, съезд громогласно заявил о незыблемости права гражданина свободно говорить и быть услышанным. Это право гарантировано и Конституциями России и Башкортостана.

Защита прав и свобод является святой обязанностью и прессы, и государственной власти, и общества в целом. Однако очень часто в публикациях даются такие характеристики и оценки, которые способны опорочить любого человека, либо распространяется информация, не подтверждённая документально. «Именно поэтому, – говорится в отчётном докладе правления Союза к XIV съезду, – усилия по защите сво-

боды печати и массовой информации не дают желаемый результат. Это объясняется как правовой неосведомлённостью самих журналистов, так и позицией местных правоохранительных органов, государственной власти, не всегда заинтересованных или не понимающих важность обеспечения должного равновесия при использовании конституционных прав юридических и физических лиц на защиту чести и достоинства, деловой репутации, с одной стороны, и свободу слова – с другой. Как правило, в основе части конфликтов лежат неприятие отдельными работниками властных структур принципа свободы массовой информации, нежелание, а подчас и неумение работать в атмосфере гласности и открытости, обязательного учёта и осмысления критических замечаний прессы».

После XIV съезда создано 26 новых первичных организаций, принято в Союзы журналистов Башкортостана и России 210 молодых профессиональных журналистов. Наш союз стал самым многочисленным творческим объединением в республике и одним из крупных в России.

В 1999 году состоялась учредительная конференция по созданию Объединения ветеранов журналистики Башкортостана в составе Всероссийского объединения ветеранов журналистики.

Наряду с правовой и социальной защитой интересов журналистов, их чести и достоинства одним из приоритетных направлений в деятельности Союза журналистов в те годы являлось повышение профессиональной подготовки журналистов.

Ежегодно организовывались творческие встречи в межрайонных объединениях журналистов, в которых участвовали работники редакций 74 районных и городских газет и муниципального телевидения. На рубеже веков прошли семинары по теме: «Журналист XXI века: профессионализм, честность, ответственность». Программы однодневных творческих встреч журналистов были обширными. Участники с большим интересом прослушали выступления руководителей Союза журналистов, Министерства печати и массовой информации и глав местных администраций. По ходу семинаров проводились и секционные занятия по интересам, т.е. свободный обмен опытом работы и конкурсы по конкретным темам. Их итоги объявлялись в конце семинаров, победителям были вручены дипломы и памятные подарки.

В эти годы в Уфе особенно активно проводились всероссийские и межрегиональные журналистские мероприятия. В организации различных форумов, семинаров большую помощь нам оказывали наши московские коллеги и друзья: председатель Союза журналистов России Всеволод Богданов, секретари СЖР Павел Гутионтов и Леонид Речицкий, главный редактор журнала «Журналист» Геннадий Мальцев, известные учёные Иосиф Дзялошинский и Владимир Скробогатько, которые неоднократно встречались с башкирскими журналистами.

Одной из действенных мер повышения мастерства является проведение различных конкурсов журналистских работ республиканского и

всероссийского масштабов. Только в 1999 году в трёх Всероссийских конкурсах на лучшее журналистское произведение лауреатами стали 6 журналистов нашей республики. Комментатор Башкирского радио Римма Сарварова победила в двух конкурсах. В конкурсе «Экология России» она стала обладателем журналистской «Золотой Ники». Активизировалось участие журналистов в ежегодно проводимых республиканских конкурсах «Экология Башкортостана» имени Гадия Арсланова, «Я молодой», «Уфа в XXI веке», по освещению проблем развития предпринимательства в СМИ Республики Башкортостан.

Журналисты Башкортостана ежегодно принимали активное участие во Всероссийском фестивале «Вся Россия». Во время фестиваля «Вся Россия – 2000» в Казани выставка «Пресса Башкортостана–2000» вызвала большой интерес у жителей города и участников фестиваля. В конкурсе фестиваля в номинации «Районная газета» победителем стала объединенная газета «Янаульские зори», а в номинации «Экономика и бизнес» – Башкирское радио. Не менее успешным было участие башкирских журналистов в VI Фестивале средств массовой информации «Вся Россия–2001» в Санкт-Петербурге. Несмотря на малочисленность делегации, журналисты Башкортостана стали победителями в четырёх конкурсах.

Наши усилия по укреплению Союза журналистов позволили добиться плодотворного взаимодействия с журналистским корпусом, редакционными коллективами, послужили улучшению информационного обеспечения населения. Этому способствовали праздники печати, которые мы ежегодно проводили в День работников печати и информации на главных площадях столицы республики. С приглашением знаменитых гостей – не только начальников и чиновников, но и народных поэтов, артистов, музыкантов, ветеранов печати, поистине заслуженных творческих людей. И с привлечением широких народных масс. На площадках или в юртах редакции организовали выставки, встречи-дискуссии с читателями, пропагандировали свои издания, помогали здесь же оформить подписку на любимую газету и журнал. Конечно, эти праздники в центре города проходили без костров и шашлыков, тем более без горячительных... Но кумыс был всегда. И праздник – для всех!

Поддерживая разумную государственную политику в области СМИ, наш Союз твёрдо проводил курс на сохранение политической, экономической и социальной стабильности в республике. Журналисты Башкортостана сделали всё возможное для реализации данного курса. СЖРБ являлся в этом консолидирующей силой. Он был и остаётся союзом созидателей.

«Друзья, прекрасен наш союз!»

Накануне 450-летия добровольного вхождения Башкирии в состав России состоялся очередной XVI съезд Союза журналистов республики, собравший делегатов от 126 первичных журналистских органи-

заций редакций республиканских, городских, районных газет и журналов, теле- и радиокompаний, а также отраслевых, корпоративных и многотиражных изданий. Этот форум стал трибуной для осмысления процессов развития медиасообщества, реализации права читателя на получение достоверной информации, консолидации сил профессионалов в сфере массовых коммуникаций.

Прошедшие с XV съезда годы были насыщены важнейшими событиями в жизни республики и, следовательно, творческих коллективов СМИ. Состоялось немало крупных мероприятий и кампаний, произошло много нового в развитии экономики, социальной сферы, науки, образования, и культуры. И всюду – городах и сёлах – мы видели повседневную, будничную, но очень ответственную работу журналистов. Развитие печати, радио и телевидения стало неотъемлемой частью достижений Башкортостана. Социально-экономические преобразования оказали существенное влияние на изменение информационного обеспечения населения. Появились новые газеты и журналы, стремящиеся завоевать свой сегмент рынка. На информационном поле республики насчитывается 750 зарегистрированных изданий, из них регулярно выходит в свет практически лишь половина. Треть имеет статус республиканский, треть – федеральный, треть – городской и районный. Газеты и журналы печатаются на 6 языках народов республики. Только в 2006 году появилось более 10 приложений на башкирском языке. 5,1 % изданий выходят в свет только на башкирском, 3,1 % – только на татарском, около 12 % периодики издаются на двух и более языках. Ситуация с доступностью информации на родном языке значительно улучшилась.

По насыщенности прессой на тысячу человек населения Башкортостан прочно удерживает лидирующие позиции в Российской Федерации. Проводимая республикой политика взаимоотношений государства и СМИ позволила в кризисные годы не только сохранить региональные издания, но и укрепить их позиции в городах и районах. Можно сказать, что курс, определенный XV съездом Союза журналистов РБ по сохранению существующей системы средств массовой информации, их развитию в условиях крупномасштабных демократических преобразований, соответствовал реалиям сегодняшнего дня.

Безусловно, рыночные реформы многое изменили в жизни массмедиа. Но они не отменяют проверенные временем нравственные понятия, такие как честь, совесть, патриотизм. Особенно для журналистов, обладающих мощным оружием – словом. К сожалению, случались прецеденты и на нашем газетном пространстве, когда игнорировались принципы внутрицеховой солидарности, соблюдения нравственных основ журналистики, главной традиции российских газетчиков – вносить свой вклад в созидательную работу власти и общества, способствуя формированию его гражданских основ. К чести нашей прессы, она не скатилась до желтизны, оголтелого критиканства, желания любой ценой привлечь читателя пропагандой порнографии, насилия

и игромании. Но достаточно ли умело мы оказываем воздействие на нравственное оздоровление нации, насколько эффективно сохраняем доверие людей к печатному слову? На эту животрепещущую для прессы тему шёл конструктивный разговор на научно-практической конференции «Государство и СМИ: традиции и современность. К 100-летию газеты «Республика Башкортостан».

Нынешние россияне тратят всего 15–17 минут в сутки на чтение газет. При увеличении числа изданий падают тиражи. Ушёл со страниц прессы образ простого человека, его нужды и чаяния. Всё больше под видом прямой и скрытой рекламы появляются заказные материалы, которые интересны разве что заказчику. Казалось бы, сошлись две взаимоисключающие цели: выжить в конкурентной борьбе за газетное пространство и быть необходимым широким слоям читателей. Так всё же, что приоритетнее – деньги или власть над умами и сердцами? Точкой пересечения, скорее всего, является качество прессы. В качественной журналистике нуждаются все: и читатели, и власть, и рекламодатели. Профессионализм и ещё раз профессионализм! Ошибки прессы слишком дорого обходятся обществу.

Основными направлениями в работе нашего Союза были консолидированная солидарность, сохранение профессиональной журналистской среды и ощущение принадлежности к цеху газетчиков, радио- и тележурналистов. Это, пожалуй, для творческой, подчас опасной, профессии журналиста – немаловажный фактор.

О том, что в республиканском медиапространстве набирают силу объединительные начала, свидетельствует рост рядов Союза журналистов, особенно заметный в новом веке. С 2002 по 2006 годы в ряды СЖ РБ приняты 249 человек. Самый большой приток оказался в 2006 году – 101 человек. К 2008 году на учёте в СЖ РБ состояло 1032 члена. В Союз в основном вступали молодые, талантливые журналисты с высшим образованием. Многие из них были победителями различных творческих конкурсов.

Однако проблема качества журналистики, в первую очередь – кадров для прессы, становилась всё более и более актуальной. На первый взгляд, картина складывалась благополучная: 97 процентов членов Союза имеют высшее образование, но высшее журналистское – лишь 12 процентов. Конечно, далеко не всегда диплом по профилю гарантирует журналистский талант. Нередко из инженеров, агрономов, учителей, врачей получают классные журналисты. В любом случае им необходимо «повариться» в редакционном «котле», понять специфику журналистского труда. Учить на ходу бывает трудно и просто некогда. Особенно остро необходимость комплектования качественными кадрами стояла перед редакциями районных газет.

Большую роль в том, чтобы перо не тупилось, чтобы был повод для признания, играли творческие конкурсы. Ежегодно их число достигало до полутора десятков, тематика – самая разнообразная и социально зна-

чимая. Для начинающих свой путь в журналистику очень важна оценка их труда со стороны коллег и общественное признание. Союзом специально для подрастающей журналистской смены ежегодно организованы два конкурса: «Я – молодой» и «Проба пера». В первом участвовали школьники и довольно успешно. Некоторые номинанты прошлых лет стали студентами журфаков. Трижды по инициативе Ассоциации молодых журналистов при Союзе журналистов РБ проводилось такое масштабное запоминающееся мероприятие, как Фестиваль молодых журналистов. Каждый из них отличала насыщенная программа. Последний собрал под своими знамёнами представителей практически всех районных, городских и республиканских СМИ. В конференц-зале Дома печати за «круглым столом» молодые журналисты совместно с представителями министерств обсуждали тему реализации приоритетных национальных проектов. Образовательная программа продолжилась на теплоходе «Мулланур Вахитов». В трёх творческих клубах, которые молодёжь выбирала по собственному усмотрению, состоялись встречи с профессионалами – журналистами не только республиканских, но и центральных газет, дискуссии на волнующие темы, были организованы тренинги.

То, что в наши ряды влилась молодёжь, – заслуга и подобных акций. Но если оценивать результаты работы с молодыми критически, то вывод пока напрашивается не слишком оптимистический. Журналистика становится всё менее популярной профессией у молодых. Надо искать неординарные формы и методы, формирующие вкус к профессии.

Из множества событий, запомнившихся медиасообществу республики за те «нулевые» годы, можно выделить три самых больших, получивших резонанс в журналистских кругах. Первое по значимости – ветеранский «Огонёк» 5 мая 2005 года, в памятный для советской журналистики день. Он был посвящён 60-летию Великой Победы. Организаторам «Огонька» – Управлению по делам печати, издательства и полиграфии при Правительстве РБ и Союзу журналистов Башкортостана – удалось собрать 55 ветеранов войны и пера. Многие из них не виделись друг с другом по многу лет. Эти люди закладывали традиции и развивали башкирскую журналистику, внесли огромный вклад в становление самых авторитетных изданий. На память о событии осталась фотография. К великому сожалению, для троих ветеранов этот снимок оказался последним в их жизни. Ветеранам, которые по причине слабого здоровья не смогли приехать, подарки развезли по домам.

Ещё одно яркое событие – профессиональный праздник перед Домом печати, который впервые в 2005 году проводился собственными силами и талантами наших журналистов и, в общем-то, получился. На него удалось пригласить гостей – наших читателей, устроить выставку своих изданий. В конце концов, можно было просто пообщаться коллегам по журналистскому цеху, что тоже не всегда удаётся в силу специфики профессии.

Возможность оценить профессиональный уровень давало участие в различных журналистских мероприятиях всероссийского масштаба. В фестивалях прессы «Вся Россия» ежегодно присутствовали более двух десятков журналистов Башкортостана. Свидетельством большой подготовительной работы к столь масштабному форуму стал Диплом лауреата X фестиваля «За оригинальную презентацию СМИ своего региона на выставке фестиваля», которым Союз журналистов России наградил Союз журналистов Башкортостана. Дипломов фестиваля в разные годы удостоились «Молодёжная газета», ГТРК «Башкортостан», журналы «Хэнэк» и «Башкортостан кызы».

В 14-й раз Москва принимала участников Международной профессиональной выставки «Пресса-2007». Это не только смотр достижений СМИ, но и школа мастерства. Наша делегация активно участвовала в «круглых столах», симпозиумах, презентациях. В МГУ состоялся мастер-класс для журналистов Башкортостана. Легендарный декан журфака Ясен Засурский, выступив перед ними, заметил, что высоко ценит традиции башкирской журналистики. Подтверждением этому стало внесение в «Золотой фонд прессы» 31 издание Башкортостана.

Самой престижной журналистской наградой в республике является премия Правительства Республики Башкортостан имени Ш. Худайбердина, видного государственного и общественного деятеля, талантливого башкирского писателя и публициста. Правительственным планом по подготовке к празднованию 110-летия со дня рождения Шагита Худайбердина был предусмотрен целый ряд мероприятий, в том числе встреча лауреатов премии всех лет, начиная с 1989-го года. Более 40 лауреатов приняли участие в торжественной церемонии вручения премии на гостеприимной кугарчинской земле, родине Ш. Худайбердина.

Выступая на Всемирном форуме информационных агентств, президент Российской Федерации В.В. Путин сравнил свободу прессы с окном.

– Знаете, есть такая русская поговорка, – сказал он. – Откроешь окно – шумно, закроешь – душно.

Союз журналистов Башкортостана свою задачу видит в развитии профессионализма и сохранении свободы печати, которая ни в коей мере не

равноценна вседозволенности, попирающей основы общества. В республике созданы условия для развития качественной прессы, и журналистика направлена не на разрушение, а на созидание. И это самый позитивный итог развития медиапространства республики за прошедшее десятилетие.

Конечно, нелёгким был этот путь длиной в десять лет. Как сейчас помню, в апреле 1996 года, когда мне передали портфель председателя СЖ, дела в нашей творческой организации были далеко не блестящи. Тогда многие сомневались: а нужен ли вообще союз? Некоторые даже старались сделать так, чтобы его не было. В ответ им я сказал твёрдо:

– Союзу журналистов быть!

И спустя десять лет, в декабре 2006 года, в своём третьем по счёту отчётном докладе я с удовлетворением отметил, что мы не только сумели сохранить наш творческий союз, но и укрепили его, как могли. А смогли мы немало.

«Своим повседневным трудом, – отметил в приветственном письме съезду Президент Республики Башкортостан М. Рахимов, – мастера журналистики способствуют развитию экономики, реализации приоритетных национальных проектов, социальному благополучию и удовлетворению духовно-культурных потребностей людей».

В приветствии председателя Союза журналистов России В. Богданова участникам и гостям XVI съезда дана такая оценка: «Деятельность Союза журналистов Республики Башкортостан – одного из активных журналистских союзов России – всегда была направлена на консолидацию журналистского сообщества. Вы эффективно работаете над такими важными для всех проблемами, как обустройство рынка прессы, упорядочение отношений СМИ и власти, усиление правовой и социальной защиты журналистов, совершенствование саморегуляции журналистского сообщества».

Вот теперь-то, думаю, можно мне со спокойной душой передать председательский портфель молодым. Такой Союз уже и Горбачёв с Ельциным не смогут развалить!

Когда я заявил о своём решении съезду, это явилось неожиданностью для многих делегатов. Некоторые приняли моё заявление за шутку. Пришлось мне ещё раз им напомнить:

– В истории нашего союза не было такого прецедента, чтобы кто-либо занимал пост председателя в течение целого десятилетия. Вижу, коллеги, вы забыли мои стихи: «А когда настанет час, я уйду, друзья, от вас...» – И с улыбкой передал портфель председателю молодому коллеге – главному редактору журнала «Ватандаш» Фариту Ахмадиеву.

Позже «Вечерняя Уфа» написала: «Марсель Салимов, заявивший о сложении полномочий, простился с прошлым весело, как и подобает юмористу».

А как же иначе? Ведь путь длиною в десять лет, пройденный творческой организацией, да и вся наша журналистская жизнь была весёлой, гораздо веселее, чем в отчётных или ещё каких-либо докладах.

После съезда по привычке продолжали обращаться ко мне со своими личными (да и не только) вопросами рядовые журналисты, особенно ветераны. Бывших журналистов не бывает, пишущих (притом хорошо пишущих!) ветеранов у нас много. Среди них нужно особо отметить общественников, которые активно участвуют в деятельности Союза журналистов – совершенно бесплатно, бескорыстно, за счёт личного времени. Я всегда смотрю на них с восхищением. Одним из таких был видный государственный и общественный деятель Вилляр Даутов. И его мы избрали первым председателем совета Объединения ветеранов

журналистики (ОВЖ) Башкортостана. Когда Вилляр Юмагулович ушёл от нас, а я покинул пост председателя СЖ, старшие коллеги избрали меня на его должность. Не стал я отнекиваться, сказал лишь полшутя:

– Я ведь ещё не пенсионер.

На что аксакалы журналистики отреагировали серьёзно:

– Но уже кандидат в пенсионеры.

– Ну, тогда под вашим строгим оком буду отрабатывать свой кандидатский стаж. – И так, с улыбкой, взвалил новую, ой как тяжёлую, ношу на свой старый горб...

ОВЖ входит в Союз журналистов РБ и Объединение ветеранов (пенсионеров) журналистики России, которые являются структурными подразделениями СЖР. Одновременно наше объединение является отраслевой организацией республиканского совета ветеранов и осуществляет свою деятельность на основании его Устава. Основными задачами ОВЖ являются: организационное укрепление ветеранского движения журналистов республики, оказание материальной и моральной поддержки ветеранам-журналистам, защита их прав, чести и достоинства, помощь в реализации творческих возможностей, вовлечение в посильную трудовую и общественно-полезную деятельность. Членами ОВЖ являются пенсионеры – члены Союза журналистов, проживающие в Башкортостане. Каждый журналист после выхода на пенсию автоматически становится членом Объединения. В настоящее время в ОВЖ насчитывается более 600 членов СЖ, т.е. сорок процентов от количественного состава Союза журналистов Башкортостана.

Оглядываясь назад, уверенно могу сказать, что профессиональные журналисты республики всегда трудились честно, самоотверженно, чему немало способствовал наш творческий союз. Думаю, не зря я всегда и повсюду повторял провидческие слова нашего великого собрата по перу А.С. Пушкина: «Друзья, прекрасен наш союз!» Этим всё сказано. Добавить нечего.

Литература:

- *Кузбеков Ф.Т.* Башкирская журналистика как явление этнической культуры. Уфа: Китап, 2006.
- *Салимов М.Ш.* Союз созидателей // Блокнот журналиста / редкол.: В. Максютов, М. Салимов, Р. Шакуров. Уфа: Тип. им. Ф.Э. Держинского, 2001. С. 5–7.
- *Салимов М.Ш.* Прекрасен наш Союз! // Слово останется: Посвящается 50-летию Союза журналистов Башкортостана / сост.: М.М. Якупова. Уфа: Информреклама, 2007. С. 27–30.
- *Салимов М.Ш.* Путь длиною в десять лет // Белым по чёрному. Уфа: Китап, 2009. С. 626–637.

От первых советских газет до современных медиахолдингов (навстречу столетию Союза журналистов Республики Татарстан)

Гарифуллин В.З., заведующий кафедрой национальных и глобальных медиа Казанского (Приволжского) федерального университета, профессор;

Баканов Р.П., доцент кафедры национальных и глобальных медиа Казанского (Приволжского) федерального университета;

Бик-Булатов А.Ш., доцент кафедры национальных и глобальных медиа Казанского (Приволжского) федерального университета;

Сабирова Л.Р., доцент кафедры национальных и глобальных медиа Казанского (Приволжского) федерального университета.

Статья посвящена столетнему юбилею профессиональной организации журналистов Республики Татарстан. В связи с этим авторы подвергли анализу деятельность журналистского сообщества республики в советский и постсоветский период. Авторами прослеживаются наиболее важные исторические события, повлиявшие на зарождение и развитие периодической печати данного региона. В статье также проанализирована динамика численности средств массовой информации на русском и татарском языках в разные исторические периоды. В качестве наиболее положительных изменений в сфере региональной журналистики, происходящих под влиянием глобализации и цифровизации, авторами отмечается их активное позиционирование в сети интернет, интеграция с наиболее популярными социальными сетями. Наблюдается также активное развитие конвергентной журналистики, смелые шаги гражданской журналистики в системе региональных СМИ. В статье также освещаются наиболее острые проблемы на пути дальнейшего развития региональных СМИ, среди которых снижение численности аудитории, тематическая ограниченность, недостаточная оперативность. Выдвигается тезис о необходимости маркетинговых исследований в целях выявления необходимых видов и типов изданий, их тематики, а также форм и средств подачи материалов на татарском и русском языке, которые могли бы поспособствовать прогрессу общественного сознания и развитию региона.

Ключевые слова: Республика Татарстан, союз журналистов, газета, журнал, медиа, конвергенция, журналистика, редакция, медиарынок.

Красная Татария и ее периодика

26 декабря 2018 г. исполняется 100 лет со дня образования Союза журналистов Татарстана – одного из старейших творческих общественных объединений в России. Он является и крупнейшим творческим союзом в регионе. Согласно архивным документам, в конце декабря 1918 г. в Казани состоялось собрание журналистов города, на котором был образован Казанский профессиональный союз советских журналистов¹. Затем в большинстве уездов Казанской губернии стали создаваться небольшие творческие объединения работников местных газет. Лишь в 1957 г. татарстанское объединение журналистов было воссоздано в качестве местного отделения Союза журналистов СССР. После распада Советского Союза творческие организации объединились в Международную конфедерацию журналистских союзов. В эту конфедерацию наравне с Союзом журналистов Российской Федерации вошел и Союз журналистов Татарстана. Последние десятилетия татарстанский союз позиционировался как ассоциированный член Союза журналистов Российской Федерации.

1918 год – важнейший в истории профессионализации журналистики в России. 26 февраля в Петрограде была открыта первая в стране школа журнализма, основанная П.М. Пильским. В школе было 42 предмета. Из профессоров участвовали Зелинский, Браун, Ильинский, Венгеров и другие. Из писателей – Амфитеатров, Блок, Дорошевич, Куприн. А уже в конце года, 13 ноября, во время первого съезда журналистов была основана профессиональная независимая общественная организация работников средств массовой информации – Союз журналистов России. Как сообщает сайт Союза журналистов России, «организатором и первым председателем Союза журналистов России стал прозаик и публицист М.А. Осоргин (Ильин). В число его ближайших сподвижников по созданию творческого журналистского союза входили поэт В. Ходасевич и литературовед и историк М. Гершензон. Среди первых членов Союза – Н. Бухарин, Н. Крупская, А. Луначарский, С. Есенин»².

К 1918 г. татарстанской печатью был накоплен уже значительный опыт журналистской работы. Само утверждение периодической прессы в провинциальной России связано с Казанью. Несмотря на то, что известны первые журналы, издававшиеся в Ярославле («Уединённый пешехонец», 1786) и Тобольске («Иртыш, превращающийся в Иппокрену», 1789), а также газета «Гамбовские известия», издававшаяся Г.Р. Державиным в 1788, и остававшаяся мало известной, именно газете «Казанские известия», по справедливому замечанию К.Н. Куранова, суждено было открыть «новую страницу в культурной жизни российской провинции. Это уже не «ежемесячные сочинения» и «еженедель-

¹ Навстречу юбилею Союза журналистов Республики Татарстан. URL.: <http://sj-rt.ru/>

² Союз журналистов России: история создания. URL.: http://ruj.ru/about_organization/history/

ные материалы) с короткой жизнью, а настоящее периодическое издание, выходявшее непрерывно в течение десяти лет». Газета имела разработанную программу, свое направление. К.Н. Куранов дополняет: «Большинство исследователей в своих работах вообще ни словом не упоминают тамбовское издание и безоговорочно отдают первенство «Казанским известиям» появившимся в 1811 г. Это в первую очередь авторы основных трудов последних лет по истории русской журналистики – учебника под редакцией А.В. Западава и справочника «Русская периодическая печать». В апреле 1911 г. исполнилось 100 лет «Казанским известиям». Печать России довольно дружно отметила эту дату как юбилей первой провинциальной газеты («Русское слово» № 88; «Речь» № 110, «Русская жизнь» (М.) № 16, «Киевская мысль» № 113, «Камско-Волжская речь» № 84 и др.)»¹.

Многие сведения о первой газете – количество вышедших номеров, состав редакции, географию («сохранились многие заявки подписчиков. Более чем в 20 губерниях читали «Казанские известия»), программу, рубрики издания – можно найти в указанной статье К. Куранова. Подробный разбор газеты ещё в 1859 г. предпринял также Н.А. Попов (см.: Попов Н.А. «Общество любителей отечественной словесности» и периодическая литература в Казани с 1805 по 1834 г. // Русский вестник, 1859. Т. 23, сент., с. 52-98). Мы же со своей стороны особо отметим социальную и благотворительную направленность первой казанской газеты, являвшейся часто площадкой для сбора средств и пожертвований на благие дела (например, для помощи погорельцам или на открытие новых учебных заведений), инициировавшей подобные кампании. И, во-вторых, на тесную связь газеты с университетом. Казань с 1804 года – университетский город, и именно университет стал главным центром не только просвещения, но и формирования публичной сферы, вообще: публики Казани.

Региональный профессиональный союз журналистов с первых лет создания был многонациональным по своему составу и в то непростое время обладал огромным творческим потенциалом. В издании периодической печати принимали участие мусульманский, чувашский, марийский, кряшенский отделы Наркомнаца, Центральное бюро коммунистических организаций народов Востока при ЦК ОКП (б), политотделы Восточного фронта. После октябрьской революции не только в Казани, но и в губернии издавались газеты и журналы более чем на десяти языках народов Поволжья, выходили и издания на иностранных языках. Так, на татарском языке в 1917-1918 гг. выходило 66 газет различных политических партий, появились армейские, уездные и другие типы изданий. В начале своего правления большевистская партия под-

¹ Куранов К.Н. Рождение русской провинциальной прессы. Газета «Казанские известия» и её роль в общественной жизни. URL.: https://libweb.kpfu.ru/z3950/orrk/paper_r/ki/article/kuranov2.htm

писывала резолюции о необходимости укрепления и развития печати на тюркских языках. Например, в связи со специальным пунктом в резолюции XII съезда большевиков появляются новые центральные издания на татарском языке в Москве¹.

Однако в скором времени большевистское правительство повело линию на сужение поля деятельности татарской периодики. Постепенно прекращалось издание небольшевистской печати, оставались лишь идеологизированные газеты и журналы. В результате к 1927 г. на татарском языке выходило около 20 газет и журналов. Это самый низкий после революции 1917 г. показатель и результат первой волны массовых сталинских репрессий по периодической печати. В июле 1919 г. профессиональный союз региональных журналистов был переименован в Коммунистический союз журналистов Казани и Казанской губернии. Вскоре союз был ликвидирован, а его лидеры репрессированы.

Главной газетой вновь образованной автономной республики стала «Красная Татария», она обеспечивала информационные потребности населения не только в новостях местных, но и всего Советского Союза! Конечно, задачи региональной прессы на современном этапе изменились, но данные первичного проведённого нами сравнительного анализа первых полос номеров газеты «Красная Татария» за 1924 г. и современной его правопреемницы «Республики Татарстан» в 2017 г. весьма красноречивы. Сравнивались наугад выбранный выпуск от 9 мая 1924 г. с современным номером газеты от 5 октября 2017 г. В 2017 г. количество материалов на полосе: полных – 1; начал материалов, с продолжением в номере – 1; анонсов материалов – 6. Итого: 8 сюжетов, с которыми читатель знакомится на первой полосе. В 1924 г. количество материалов на полосе 36! Теперь посмотрим географию новостей. 2017 г.: все материалы первой полосы относятся к повестке Татарстана (по меньшей мере, 7 из 8 материалов); 1924 г.: Татария – 1; СССР – 19; международные новости – 16. Всё это говорит о больших изменениях в типологии региональных изданий, произошедших за это время.

В начале 1930-х гг., в период индустриализации и коллективизации, создания районов, колхозов, совхозов, машинно-тракторных станций, стали возникать новые типы изданий на татарском языке: районные, многотиражные газеты. Но вместе с тем закрывались центральные, краевые и областные. Шаг за шагом разваливалась возникшая в середине 1920-х гг. целостная система татарской периодики. Закрываются общероссийские национальные газеты, издаваемые в Москве. Перестают существовать газеты в Пензе, Свердловске, Куйбышеве. В этот период происходит ещё более сильная идеологизация газет и журналов. Они занимаются в основном восхвалением политики партии и поиском «врагов» и «шпионов».

¹ Гарифуллин В.З., Зайни Р.Л. Концептуальные основы исследования истории татарской журналистики // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2013. Т. 155. Кн. 6. С. 127.

Важным этапом в истории татарской журналистики является Великая Отечественная война. В этот период многие газеты и журналы прекратили существование. Большинство журналистов переоделись в военные шинели. Многие из них продолжали творить пером, благодаря чему на фронтах на татарском языке издавалось 16 армейских газет. В них сотрудничали известные писатели и журналисты. Фронтная печать сыграла важную роль в мобилизации и поднятии патриотического духа солдат и офицеров. В это же время на другой стороне фронта, в Германии, для военнопленных на татарском языке издавались газеты «Идель-Урал» и «Вестник немецких татар». 1946 г. стал своего рода кульминацией роста численности татарской периодики после войны: издавалось более 120 газет и журналов. Затем, когда перестали выходить фронтовые издания, а закрытые в начале войны газеты были возобновлены только в некоторых городах, их численность существенно сократилась.

Национальная пресса на татарском языке, как и вся газетная периодика страны, находилась под идеологическим прессингом. Начиная с 1920-х и вплоть до 1990-х гг., печать отличалась тематическим однообразием, ограниченным кругом освещаемых проблем, политической однобокостью и идеологической окрашенностью. На страницах изданий преобладали материалы об успехах экономики, о ходе социалистического соревнования, о выполнении решений коммунистической партии, о борьбе против империализма и капитализма. Новости и события общесоюзного и международного плана освещались только через переводы текстов центральной прессы и информационных агентств. Как и вся журналистика страны, татарская печать в основном работала не для развития нации, а для сохранения существующих порядков и их восхваления.

В начале 60-х гг. XX века, в связи с созданием в СССР территориально-производственных управлений, в татарской национальной печати снова произошло некоторое оживление. Открылись новые газеты в Горьковской, Ульяновской, Куйбышевской областях. Но все это продолжается довольно короткое время, потому что в годы «застоя» 1970-1980 гг. количество газет и журналов снова уменьшается и составляет около 80 наименований, при этом большинство из них относится к районной печати директивного характера.

Современный медиарынок Республики Татарстан

В настоящее время Республика Татарстан (далее РТ) – один из самых развитых по экономическому потенциалу и медийно насыщенных российских регионов. В его информационном пространстве действуют все виды СМИ: печать, радио, телевидение, информационные агентства. Быстро развивается online-журналистика. Основными медийными центрами помимо Казани являются города Набережные Челны, Альметьевск и Нижнекамск. Подписные кампании на периодические издания

год от года пока еще имеют достаточно неплохие показатели, однако тиражи печатных СМИ снижаются. В Конституции РТ указано, что в данном регионе статус государственного имеют два языка: татарский и русский. Соответственно, практически все зарегистрированные на территории РТ СМИ «говорят» на одном или сразу двух языках.

Демократические преобразования в России в конце XX века в целом благотворно повлияли на развитие татарской журналистики. Появились новые газеты и журналы, FM-радиостанции, интернет-издания, спутниковые телерадиокомпания «Татарстан – Новый Век» и телеканал «ТНВ-Планета». В настоящее время в Республике Татарстан сложилась стабильная система татароязычных СМИ, учитывающая интересы различных групп населения.

В докладе руководителя Республиканского агентства по печати и массовым коммуникациям А.Р. Зарипова «Итоги работы отрасли СМИ за 2017 г. и задачи на 2018 г.», сделанном на итоговой коллегии ведомства 29.01.2018 г., говорится, что за минувший год в Татарстане было зарегистрировано 96 печатных и электронных СМИ и 154 издания прекратили существование. Всего по состоянию на конец января 2018 г. в РТ зарегистрировано 963 СМИ¹. А еще 5-7 лет назад их было примерно на триста больше. Впрочем, указанные данные характеризуют рынок лишь теоретически, ведь речь идет о тех СМИ, редакциям которых выданы лицензии на издательскую деятельность или вещание. Важно, сколько из них действительно работают. Такие данные выяснить гораздо сложнее.

По информации, представленной на официальном сайте АО «Татмедиа», в середине 2000-х годов на каждую тысячу жителей республики по подписке приходилось по 515 экземпляров периодических печатных изданий (средний показатель по Российской Федерации тогда равнялся 219 экземплярам)². К 2009 г. этот показатель снизился до 440 экземпляров на 1000 граждан – мировой финансовый кризис сократил расходы населения на подписку. В 2018 г. насыщенность периодической печатью в РТ составляла 302 экземпляра на тысячу человек населения и, по словам А.Р. Зарипова, «скорость снижения объемов подписки в Татарстане ниже, чем в большинстве регионов страны»³.

С 2003 года координатором функционирования СМИ в регионе являлось Агентство по печати и массовой коммуникации РТ «Татмедиа». Указом президента РТ М.Ш. Шаймиева от 15.05.2009 г. «О Республиканском агентстве по печати и массовой коммуникации «Татмедиа» оно преобразовано в республиканское Агентство по печати и массо-

¹ URL: <http://www.tatmedia.com/rus/docs/32>

² Саримова Л., Сафаров А. Правоохранительные органы сейчас могут определить авторов особо одиозных криптоканалов // Реальное время. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/88141-itogovaya-kollegiya-tatmedia-o-sostoyanii-rynka-smi-v-rt>

³ Зарубин А. Средства массовой информации Республики Татарстан // Posredi.ru. URL: <http://posredi.ru/sredstva-massovoj-informacii-respubliki-tatarstan.html>

вым коммуникациям. По Положению, утвержденному Постановлением Кабинета Министров РТ от 21.09.2009 г., данное агентство является исполнительным органом Республики Татарстан специальной компетенции (ведомством), осуществляющим полномочия по вопросам государственного управления в сфере печати и массовых коммуникаций¹. Через данную организацию сейчас происходит государственное финансирование медиаотрасли.

Периодическая печать в настоящее время составляет большинство общей численности СМИ Республики Татарстан. Имеются как газеты и журналы, освещающие разные стороны жизни республики (массовая пресса), так и отраслевые, и корпоративные, и рекламные издания. Выпускаются государственные и частные издания. По данным Республиканского агентства по печати и массовым коммуникациям, из общего количества зарегистрированных в 2018 г. печатных СМИ государственными являются только две газеты: «Республика Татарстан» (на русском языке) и татароязычная «Ватаным Татарстан». Их учредителями являются Государственный Совет РТ и Кабинет министров РТ. Коллектив редакций этих газет подчиняется республиканскому Агентству по печати и массовым коммуникациям. Все остальные газеты и журналы якобы не государственные. Однако в регионе есть много редакций печатных и электронных массмедиа, которые таковыми значатся только на бумаге. Дело в том, что с принятием Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» органам местного самоуправления и муниципальной власти запретили издавать СМИ. В этом случае получалось, что ряд изданий и телерадиокомпаний (в особенности районных) оставался бы без финансирования со стороны издателя. Проще говоря, федеральная власть заставила редакции самостоятельно зарабатывать себе деньги. Смогут ли в современных условиях издания и телерадиокомпании городского и районного уровней обеспечить себя финансово? Вряд ли. Получалось так, что они (а среди них много известных СМИ, таких как газеты «Казанские ведомости», «Шахри Казан», журналы «Казань», «Татарстан», «Идель» и другие) должны были прекратить существование?

В Республике Татарстан была внедрена в жизнь модель, согласно которой учредителем бывших муниципальных СМИ стала крупнейшая региональная медиакомпания в Республике Татарстан «Татмедиа» (с сентября 2009 года – «ОАО «Татмедиа», далее АО «Татмедиа»). В свою очередь, каждая редакция официально стала называться «филиалом АО «Татмедиа»», а в выходных данных печатных СМИ теперь записано: «Издатель АО «Татмедиа»». На редакционных печатях также есть логотип АО «Татмедиа». Таким образом, правительством республики

¹ Постановление Кабинета Министров РТ «О вопросах Республиканского агентства по печати и массовым коммуникациям «Татмедиа» от 21.09.2009 г. № 655 // URL: http://prav.tatar.ru/docs/post/post1.htm?page=14&pub_id=43914

был найден приемлемый вариант, позволяющий как печатным, так и электронным СМИ получать государственное финансирование на издание (выход в эфир) и развитие. Позже эту практику стали применять и в других регионах страны.

На сайте АО «Татмедиа» есть информация, что его учредителем «является Республка Татарстан в лице Министерства земельных и имущественных отношений РТ. Сто процентов акций АО “Татмедиа” находится в государственной собственности Республики Татарстан» [16]. В состав данной медиакомпании сейчас входят 70 филиалов – редакции республиканских, городских и районных печатных СМИ, телерадиокомпании, информационное агентство «Татар-Информ», а также крупнейший в Поволжье полиграфическо-издательский комплекс «Идел-Пресс». Медиакомпания АО «Татмедиа» это: «98 городских, районных и республиканских газет, 14 журналов, 17 телеканалов, 10 радиоканалов, 72 сайта в сети Интернет, информационное агентство «Татар-Информ». Телерадиовещание осуществляется на двух государственных языках Республики Татарстан. Газеты АО «Татмедиа» издаются на татарском, русском, чувашском и удмуртском языках. 43 газеты выходят на русском, 49 – на татарском, 5 – на чувашском и одна на удмуртском языке. Совокупный печатный тираж изданий медиакомпании по состоянию на июль 2018 г. составлял 200510 экземпляров.

В журнальную группу изданий медиакомпании входят 14 журналов, из которых один издается на русском языке (журнал «Казань»), 10 – на татарском, 3 журнала («Чаян», «Идель» и «Татарстан») выходят как на русском, так и на татарском языках. Совокупный тираж журналов медиакомпании в июле 2018 г. составил 50486 экземпляров.

Суммарная посещаемость сайтов всех СМИ АО «Татмедиа» в 2017 г. составила более 48,5 миллионов уникальных посетителей. Общее количество подписчиков на официальных страницах филиалов в социальных сетях в июле 2018 г. составляло 1200 000», – говорится на сайте АО «Татмедиа».

Акционерами телерадиокомпании «Татарстан – Новый Век» (ТНВ), вещающей не только на Татарстан, но и через спутник на все места компактного проживания татар в мире, являются группа компаний АО «ТАИФ» (название расшифровывается как «Татаро-американские инвестиции и финансы») (51,58 % уставного капитала ТНВ) и Министерство земельных и имущественных отношений Татарстана (48,42 %). Значительную часть выручки АО «Телерадиокомпания Новый век» ежегодно составляют госзаказы от АО «Татмедиа»¹.

В РТ также существуют несколько частных медийных групп, которыми владеют бизнесмены.

Группа компаний АО «ТАИФ» – крупный российский холдинг, кон-

¹ Османов В. Как ТАИФ состриг купоны с Ильшата Аминова // БИЗНЕС Online. URL: <http://business-gazeta.ru/article/131782/>

тролирующий подавляющую часть химической, нефтехимической и нефтегазоперерабатывающей отраслей Республики Татарстан. Основан в 1995 г. Генеральный директор – А. Шигабутдинов. Известно, что частью акций холдинга владеет сын первого президента РТ М. Шаймиева Р. Шаймиев. Медийные активы, контролируемые напрямую АО «ТАИФ»:

– АО «Телерадиокомпания «Новый век» (в ее составе эфирный телеканал «ТНВ-Татарстан», спутниковый телеканал «ТНВ-Планета», радиостанция «Болгар радиосы» (на татарском языке), татарский музыкальный неэфирный телеканал «Майдан» (51% акций) [18] и начавший вещание с 12 ноября 2018 г. татароязычный детский телеканал «Шаян ТВ»);

– электронная деловая газета «Реальное время».

Медийные активы, контролируемые ООО «Фонд прямых инвестиций» во главе с сыном гендиректора АО «ТАИФ» Р. Шигабутдиновым – журналы «Светский» и «Эксперт-Татарстан».

Медийный холдинг «Эфир» – группа СМИ, собранная на базе ООО «Телекомпания Эфир». Председателем совета директоров телекомпании является А. Григорьев. В данную медиагруппу входят следующие масс-медиа:

– *телекомпании*: эфирная «Эфир-Казань» и кабельная «Эфир-24»;

– *радиостанции*: «Эхо Москвы» в Казани», «DFM-Казань», «Шансон-Казань», «Вести FM – Казань», «Искатель», «Love Radio Казань» и «Милицейская волна в Нижнекамске»¹.

Все СМИ, входящие в медиакомпанию АО «Татмедиа», АО «ТАИФ» или «Эфир», лояльны к действующей в республике и в России власти и не рискуют давать много эфирного времени представителям оппозиции.

В последние годы все большую активность проявляют частные издания. Первое из них – газета «Юлдаш» («Спутник») на татарском языке – появилась еще в 1992 г. Газета имеет характер дайджеста. В первые годы тираж газеты постоянно рос и достиг 100 тысяч экземпляров. Сегодня он упал до 17 тысяч экземпляров, так как редакция стала заниматься другими видами более выгодной коммерческой деятельности.

В группе частных изданий усилилась конкуренция, на первый план выдвинулись другие лидеры, тиражи которых неизменно растут. Если сегодня главная государственная татароязычная газета республики «Ватаным Татарстан» («Моя Родина Татарстан») распространяется тиражом около 15 тысяч экземпляров, то частная общественно-политическая газета «Ирек майданы» («Площадь Свободы») имеет в Татарстане 32203 подписчика, в регионах России – 3303, около 1400 экземпляров приходится на заказы киосков. От 17 до 35 тысяч подписчиков ежегодно набирают газеты частных владельцев «Акчарлак» («Чайка»), «Без-

¹ Баканов Р.П., Симкачева М.В., Туманов Д.В. Журналистика для начинающих. М.: Аспект пресс, 2017. С. 160-161.

нен гэжит» («Наша газета»), «Юлдаш» («Спутник»). Активно развивается дайджест-портал «Матбугат.ру» («Пресса»).

На процесс функционирования татароязычных изданий повлияли и экономические трудности. «Кризис не остановил процесс превращения газетно-журнальной индустрии России в эффективный бизнес, начавшийся в начале века, но существенно замедлил его»¹. Известно, что печать не может существовать только за счет национальных идей. Ведь в условиях рыночной экономики печать превращается в товар. Для повышения тиража журналисты становятся инициаторами таблоидизации региональной печати. Этот процесс начался в России еще в 1990-е гг. Основная особенность таблоида в том, что в его основе лежит инфотейнмент (от англ. entertainment) – стремление к развлечению через информацию. Про такие издания пишут, что они «решающим образом влияют на мировоззрение и мироощущение российской публики, формируют новый стиль потребления прессы. ...Издатели качественных газет не могут игнорировать эту тенденцию»².

В этих изданиях нет аналитики, небольшие материалы представлены так, что не дают пищу для человеческого разума; основное внимание отводится ярким, крупным фотоизображениям, действующим на эмоциональную сторону человеческой природы. В то же время в последние годы активно начал наблюдаться обратный процесс – появление квалоидов. Квалоид – производное из слов «quails» и «tabloid», означает качественный таблоид. Это возможная балансировка между качественной и бульварной прессой. В татароязычной прессе множество изданий соответствуют характеристикам квалоидов: в них аналитические материалы об экономическом состоянии Республики Татарстан соседствуют с низкопробными анекдотами и чтивом о потустороннем мире. Эти издания внешне очень схожи с таблоидами – тот же формат, крупные фотографии, язык и стиль больше народные, нежели литературные. Но в то же время новаторская, оригинальная верстка, креативное мышление достойны интереса. На страницах таких изданий глубоко рассматриваются социальные проблемы нашей действительности, публикуются материалы о разных сферах жизнедеятельности человека. Квалоид не стремится к специализации, он пишет обо всем, становится универсальным изданием; стремится стать ближе к своей аудитории, в этих целях организовывая встречи, «круглые столы», разыгрывает лотереи, раздает анкеты, охотно принимает звонки в редакцию.

В современных условиях нарастает конфликт интересов в сфере фи-

¹ Веденева Н.В. Проблемы и перспективы развития рынка печатных СМИ // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. 2010. №16. URL: http://budgetrf.ru/Publications/Magazines/VestnikSF/2010/VSF_NEW201008051902/VSF_NEW201008051902_p_005.htm

² Киришин Б.Н. Региональная пресса: актуальные тенденции национального медиарынка // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 17 (155). Филология. Искусствоведение. Вып. 32. С. 43.

нансирования разных типов СМИ. Издания, входящие в медиакорпорацию АО «Татмедиа», регулярно дотируются из республиканского бюджета, частные издания не имеют такого источника доходов. Например, в 2016 г. газета «Ватаным Татарстан» получила от государства 21,6 млн рублей, а в 2017 г. рост господдержки достиг до 22 млн рублей. Господдержка оправдывается необходимостью поддержки национальной культуры, языка. К тому же государственное издание получает федеральную поддержку в виде льготы до 30 % на оплату услуг распространения тиража через «Почту России».

Вместе с тем негосударственные печатные СМИ, распространяющиеся на большую аудиторию и, следовательно, оказывающие большее влияние на умы масс, не имеют поддержки в виде дотаций и льгот. Такое несправедливое отношение со стороны государства беспокоит не только редакторов и издателей, но и рядовых налогоплательщиков

Несправедливый, по мнению учредителей частных изданий, подход наблюдается и при организации подписной кампании на печатные издания. У большинства государственных изданий часть тиража обеспечивается за счет административного ресурса, а частные издания вынуждены быть в постоянном поиске новых форм и методов работы с аудиторией. В результате они более динамично развиваются. Например, издательством «Акчарлак» кроме основной газеты публикуются дополнительно 5 ежемесячных изданий, выходящих отдельным тиражом: «Ашыгыч ярдэм» («Скорая помощь»), «Уртак хислэр» («Общие чувства»), «Авырмас очен 101 кинэш» (101 совет от болезней), «Акчарлак сканворды» («Сканворд от «Акчарлак»), «Татар хатыны» («Женщина-татарка»). Активно развивается книгоиздательская деятельность.

Издания частных учредителей освещают более острые темы, касающиеся, в первую очередь, жизни и быта простых людей. Например, большой резонанс в Татарстане имели журналистские расследования газеты «Сиражи сузе» («Слово Сиражи»), посвященные проблемам присвоения паевых земель инвесторами в Дрожжановском и Буинском районах республики, а также о проблемах татарстанских фермеров, вызванных продажей своей продукции из-за их «крышевания» криминальными структурами. По следам выступлений газеты возбуждались уголовные дела на нерадивых чиновников¹.

Если перейти к количественным характеристикам, то из 65 газет, издающихся на татарском языке, сегодня лишь 18 являются негосударственными, что составляет 27,6 %. Из 17 татароязычных журналов негосударственных только 4 (23 % от общего числа). Однако по общему тиражу изданий и действенности материалов негосударственные издания имеют преимущество.

Большинство телекомпаний и радиостанций на этнических языках в Татарстане принадлежат частным владельцам, крупным холдингам,

¹[ТатвандалолигархпромURL://http://www.suz.bar/online/video/tatvandaloligarhprom-810/](http://www.suz.bar/online/video/tatvandaloligarhprom-810/)

либо лишь частично аффилированы с государственными структурами. Исключение составляет только филиал ГТРК «Россия», принадлежащий полностью государству и имеющий телеканал «Татарстан» и «Радио Татарстана», вещающие на русском и татарском языках, а также небольшие местные телерадиокомпании, входящие в состав АО «Тат-медиа».

В рейтинге татароязычных радиостанций «Радио Татарстана» всегда занимает лидирующие позиции после популярной радиостанции «Татар радиосы». До развала СССР «Радио Татарстана» оставался единственным радиоканалом, вещающим на татарском языке. У «Радио Татарстана» работает отдельный сайт с удобным и простым интерфейсом, где каждый может найти интересующие программы, прослушать и скачать их себе. Но статистика посещений показывает, что в день к сайту радио обращается всего 50-70 человек.

Радиостанции «Татар радиосы» («Татарское радио»), «Курай», телеканал ТМТV, а также Интернет-телевидение «Gong-TV», вещающие только на татарском языке, имеют чисто развлекательное направление, учреждены и полностью финансируются частными лицами.

Что касается степени влияния в сфере телерадиовещания, здесь наблюдается обратное явление по сравнению со сферой печатных изданий: государственные телерадиокомпании имеют наибольшую аудиторию и весомое влияние на зрителей и слушателей, так как владеют всеми преимуществами вещания в кабельных сетях, в спутниковом формате и FM-диапазоне. Негосударственные каналы имеют к тому же только развлекательный характер, они не вмешиваются в общественно-политическую тематику.

В функционировании негосударственных аудиовизуальных СМИ имеются свои специфические проблемы. Например, частные теле- и радиокомпании не имеют бесплатного доступа к музыкальным фондам и к архивам телевизионных записей советского периода, монополизированным в свое время государственной телерадиокомпанией в лице АО ГТРК «Татарстан – Новый век» (ТНВ). Есть также проблемы, касающиеся аккредитации журналистов частных редакций на мероприятия, организуемые государственными учреждениями, стимулирования работников пера за выдающиеся заслуги (присуждение государственных наград, званий и т.п.), неравномерного распределения наград по итогам профессиональных конкурсов и т.п. На наш взгляд, необходимо добиться равномерной и справедливой поддержки всех типов СМИ со стороны государства, что приведет к взаимовыгодному конструктивному партнерству власти и массмедиа в интересах всего общества.

Из положительных изменений в сфере национальной журналистики, происходящих под влиянием всеобщей глобализации и цифровизации, необходимо отметить их активное позиционирование в сети Интернет. Например, некоторые сайты радиостанций Татарстана представлены в

Топ-100 по количеству посетителей. Радио «Кунел» («Душа») (г. Набережные Челны) вошло в число наиболее посещаемых сайтов Приволжского Федерального округа по данным счетчика Rambler Top 100¹.

Актуальной задачей в развитии современных СМИ является их продвижение в Сети посредством мультимедизации и конвертации контента для разных видов носителей. Особенно интересно наблюдать тенденцию диджитализации традиционных СМИ в системе национальных изданий. Среди наиболее активно используемых форм выхода татароязычных изданий в диджитал можно выделить следующие: электронная подписка на печатные издания, которая подразумевает подписку через сеть с доставкой печатного издания на дом либо подписку на электронную версию издания (такой вид распространения практикует, например, журналы «Идел» («Волга») и «Казан утлары» («Огни Казани»)); перенос контента в социальные сети в первоизданном виде; переупаковка контента (это может практиковаться в виде переноса контента на сайт, следом за которым идет распространение по социальным сетям с указанием ссылки); создание различных контентов для сети и печатной версии (Этот способ является наиболее эффективным. Например, отдельно взятые материалы газеты «Ватаным Татарстан» («Моя Родина Татарстан») могут выходить в качестве заправки в краткой версии в газете, а в полной – на сайте. Такой способ выбран исходя из экономических соображений. Зачастую это интересные истории от самих читателей, имеющие незначительную роль в повестке дня).

Редакции традиционных изданий на татарском языке пока не в полной мере используют преимущества социальных сетей и достаточно слабо работают над привлечением читателей в свои онлайн-версии. Однако жизнь диктует, чтобы редакции взяли в дальнейшем курс на конвертацию материалов в разные форматы в зависимости от платформы, а не только распространение публикаций в сети методом «копи-паста».

В татароязычном медиапространстве функционируют сегодня и новые медиа, которые успешно конкурируют с традиционными СМИ. Пример нового татароязычного медиа – «Радио Азатлык» («Радио Свобода» на татарском языке) с контентом помимо сайта на семи платформах социальных сетей, а также ресурсы информационных агентств «Татар-информ» и «Интертат». Они учитывают специфику изменения медиапотребления, которая заключается в том, что аудитория из года в год все больше потребляет медиапродукты за счет их быстрой усвояемости, вследствие чего издания ориентируются на выпуск материалов, которые удобно читать в любое время, даже на бегу, – онлайн. На примере деятельности данных ресурсов можно предположить, что мы стоим на пороге массового распространения новых конвергентных редакций в системе национальных СМИ с видоизмененными подходами к организации работы, реализации контента и даже языково-

¹ *Арсентьева Г.Л.* Радиостанции Татарстана в интернете: промоушн или новая форма вещания // Филологические науки. 2016. Октябрь. URL: [https:// research-journal.org/languages/radiostancii-tatarstana-v-internete-promoushn-ili-novaya-forma-veshhaniya/](https://research-journal.org/languages/radiostancii-tatarstana-v-internete-promoushn-ili-novaya-forma-veshhaniya/)

го оформления материалов.

СМИ на татарском языке вносили и вносят большой вклад в развитие национальной культуры и сохранение идентичности татарского народа, являются важным фактором его самоутверждения. Не будет лишним провести социологические и маркетинговые исследования в целях выявления необходимых видов и типов изданий, их тематики, а также форм и средств подачи материалов, которые могли бы поспособствовать усовершенствованию контента регионального медиапространства.

Большой вклад в развитие региональной и национальной журналистики вносит Союз журналистов республики. На сегодняшний день он насчитывает в своих рядах более 1200 членов. В Казани и муниципальных районах активно действуют 50 крупных территориальных отделений и журналистских организаций Союза. Число членов неуклонно растет, что свидетельствует о высоком авторитете творческого объединения среди представителей печатных, электронных и Интернет-СМИ республики. Заметно выросли журналистские организации Казани, Набережных Челнов, Альметьевска, Мензелинска, Нурлата, Менделеевска, Заинска и других муниципальных районов. О своей готовности влиться в наши ряды все чаще заявляют профессиональные коллеги из дальних регионов компактного проживания татар. В последние годы идет заметное омоложение творческого союза за счет наиболее одаренных и инициативных журналистов в возрасте 25-35 лет»¹ [24, С.127]. Республиканский Союз журналистов постоянно организует разные творческие проекты (например, серия книг «Вспоминают дети войны», приуроченная к 70-летию Победы в Великой Отечественной войне) и конкурс профессионального мастерства «Бэллур калэм – Хрустальное перо».

В мае 2014 года в Доме журналистов открылся музей татарстанской журналистики – социальный проект, реализованный за счет гранта правительства РТ и при финансовой поддержке республиканского Агентства по печати и массовым коммуникациям. Автор проекта заместитель председателя Союза журналистов РТ Р. Фатхутдинова рассказала, что подготовительные работы шли почти два года. Фото, текстовые документы, предметы собирались у ветеранов журналистики, в редакциях СМИ. Была проведена акция «День дарителя», по результатам которой фонд будущего музея пополнился 500 исторически ценными экспонатами. «В результате в экспозицию пошли материалы, рассказывающие об истории развития журналистики нашего края, начиная с XIX в.», – говорит Раляя Шагитовна². В связи с большим юбилеем журналистского сообщества музей увеличил количество своих экспонатов.

¹ Сайт Союза журналистов Республики Татарстан // URL: <http://.sj-rt.ru/o-soyuze/istoriya-soyuza-zhurnalistov-respubliki-tatarstan/>. С. 127.

² Фатхутдинова Р.Ш. Декада дней татарстанской журналистики завершилась церемонией.

Литература:

- Куранов К.Н. Рождение русской провинциальной прессы. Газета «Казанские известия» и её роль в общественной жизни // https://libweb.kpfu.ru/z3950/orrk/paper_r/ki/article/kuranov2.htm.
- Гарифуллин В.З., Зайни Р.Л. Концептуальные основы исследования истории татарской журналистики // Учен. зап. Казан ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2013. Т. 155, кн. 6. – С. 125-135.
- Насыров Т.М. Репрессии против небольшевистской татарской прессы в 1917–1919 годах // Отечественная история. 2000. № 4. – С. 170-179.
- Хайрутдинов С.К. Печать Татарии в годы Великой Отечественной войны (1941–1945): дис. ... канд. ист. наук. Казань, 1989.
- Айнутдинов А.К. Летопись подвига: Исторический очерк по страницам фронтовых газет. Казань: Таткнигоиздат, 1984. 112 с.
- Насыров Т.М. Татарская эмигрантская пресса // Гасырлар авазы (Эхо веков). 2004. № 2. – С. 117-128.
- Галямутдинов А.И. Журнал «Милли юл» (1928-1939 гг.) в системе татарской эмигрантской прессы: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2012. 24 с.
- Баканов Р.П., Симкачева М.В., Туманов Д.В. Журналистика для начинающих. М.: Аспект пресс, 2017.
- Киришин Б.Н. Региональная пресса: актуальные тенденции национального медиарынка // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 17 (155). Филология. Искусствоведение. Вып. 32. – С. 42–45.

Белых пятен стало меньше

Комиссаров В.П., председатель Союза журналистов Чувашской Республики, sjchr@mail.ru

Союзу журналистов Чувашской Республики исполнилось 95 лет. Отмечая эту дату, мы подтверждаем историческую связь и преемственность нашей республиканской организации и Союза писателей и журналистов «Канаиш», созданного в Чебоксарах в июле 1923 года.

Историки утверждают, что журналистика в чувашском крае зародилась в конце XVIII века. Профессор Чувашского государственного университета им. И.Н. Ульянова И. Тенюшев (1923–2015) посвятил этой тематике десятки научных работ и убедительно показал, что основоположниками чувашской журналистики были публицисты Охадер Томеев, Еремей Рожанский, Спиридон Михайлов, Николай Золотницкий, Иван Яковлев, Алексей Рекеев, Никифор Охотников, Иван Юркин и другие. При отсутствии в стране периодических изданий на чувашском языке они печатали свои статьи в столичных и губернских газетах на русском языке.

Пионером чувашской публицистики называют Охадера Томеева, общественно-политического деятеля середины XVIII века. В своих письмах к светским и церковным властям он защищал сограждан от произвола чиновников, местных богатеев и духовных лиц. В начале 1740-х гг. он возглавил в Чебоксарском уезде борьбу против принудительной христианизации населения, в 1744 году подал в Синод прошение, в котором требовал запрета насильственного крещения, установления в уезде, взамен воеводского, автономного органа управления для сбора податей, защиты крестьян от обид и налогов. Яркими образцами эпистолярной публицистики Томеева являются его письма чебоксарскому воеводе «Допустим ли захват чужих наделов?» (1728), «Прошение в защиту сенокосных угодий» (1732), прошение на имя императрицы Елизаветы Петровны «Христианизацию насильно не проводить!» (1744). Письмо «Допустим ли захват чужих наделов?» можно считать первым дошедшим до нас произведением чувашской публицистики.

В 1765 году по просьбе жителей Курмышского и Ядринского уездов «проповедником чувашского языка», распространителем христианской религии в этих уездах был назначен Еремей Рожанский, учившийся в Нижегородской духовной семинарии. Еремей Рожанский – один из авторов книги «Сочинения, принадлежащие к грамматике чувашского языка» (1769), редактор «Словаря разных народов...» (1785) и других лингвистических работ. Ему принадлежат попытки создания чувашской письменности на основе кириллицы. Несомненным дости-

жением Е. Рожанского стало издание им первой книги на чувашском языке «Краткий катехизис» (Санкт-Петербург, 1800). Из-под его пера вышел ряд публицистических произведений: «Волнения урмаевцев» (1768), «О чувашах, живущих в Нижегородской епархии» (1785) – на русском языке (речь для приветствия на чувашском языке Павла I при посещении им Нижнего Новгорода, 1797). «Волнения урмаевцев» по жанру являются зарисовкой. В ней идет речь о волнениях жителей села Урмаево. До принятия христианства праздничным днем у чувашей считалась пятница (эрне кун), но христианские проповедники настаивали, чтобы чувашаи отдыхали в воскресенье. Жители соседнего села Аликово пришли, чтобы запретить урмаевцам работать в пятницу, но те воспротивились, и между крестьянами произошла стычка. В очерке «О чувашах, живущих в Нижегородской епархии» автор обстоятельно показал обычаи и традиции чувашского народа. Подробно описаны языческие поверья и молитвы, жертвоприношения, похороны умерших и поминки. «Речь для приветствия на чувашском языке Павла I при посещении им Нижнего Новгорода» литературоведы считают одой, воспевающей русского императора. Хотя она написана до создания чувашской письменности и формирования литературного языка, читается «речь» как цельное красочное произведение.

Яркий след в истории чувашской публицистики оставил историк, этнограф, писатель Спиридон Михайлов (Яндуш) (1821–1861). Грамоте он выучился самостоятельно. В 1854 году был избран сотрудником императорского Русского географического общества, в 1856-м – членом-корреспондентом Казанского статистического комитета. Работая переводчиком в земском суде, С.М. Михайлов наблюдал притеснение народа со стороны царских чиновников и местных богачей, решительно выступал против их произвола, выражал сочувствие к угнетенным народам родного края. С 1851 года опубликовал в газетах «Казанские губернские ведомости», «Русский инвалид» (Санкт-Петербург) и других, журнале «Москвитянин» более 30 очерков. Основная тематика публикаций: история чувашского народа – «Предания чуваш» (1852), «О происхождении имени чуваш» (1854); бедственное положение народа – «Село Ишаки в Козьмодемьянском уезде» (1857), «О ярмарках в Козьмодемьянском уезде в 1856 г. и о ценах на привозимые товары» (1857), «Разговор на постоялом дворе» (1859), «Воспоминания чуваш о пугачевщине» (1860); просвещение народа – «О приходских школах в чувашских селах» (1857); гордость за чувашский народ – очерки «О музыке чуваш» (1852), «Чувашские свадьбы» (1852), «Краткое этнографическое описание чуваш» (1853), «Казанские инородцы перед памятником Державину в Казани» (1853), «Как управлять чувашами» (1856); дружба народов – «Балдран-базар в Козьмодемьянском уезде» (1852), «Капустки, простонародные игры в Козьмодемьянском уезде» (1854) и др.

Основоположником чувашского научного языкознания называют Н.И. Золотницкого (1829–1880). В 1867 и 1870 гг. он опубликовал первый букварь для чувашских школ «Чуваш кнеге», а в 1867 и 1874 гг. – календари на чувашском языке «Сӧлдалык кнеге». Его «Корневой чувашско-русский словарь» в 1875 году был удостоен золотой медали Русского географического общества. Н.И. Золотницкий пытался создать чувашскую письменность, но не смог этого сделать из-за несовершенства предложенной транскрипции. В 1860–1861 гг. он работал в редакции газеты «Вятские губернские ведомости». При одной из местных гимназий открыл воскресную школу и руководил ею, в 1867–1872 гг. исполнял обязанности инспектора чувашских школ Казанского учебного округа. Николай Золотницкий – автор публицистических произведений «Несколько слов о Елабуге и Николаевском приходском училище в селе Иксхом-Устье», «О получаемых в г. Вятке журналах и газетах», «О состоянии Вятской воскресной школы в первое полугодие ее существования», «По поводу открытия частных школ в Вятской губернии», «По вопросу о способах образования чуваш», «Разбор упрощенного способа обучения чтению черемисских детей горного населения» и др. В статье «Записки о народном образовании чуваш» (1866) он предлагал осуществить печатание книг на чувашском языке (с пятью знаками для чувашских звуков), издать «Пер солги кнеге» (Чувашский календарь), ходатайствовал об открытии «образцовой чувашской школы» для подготовки школьных учителей.

Выдающуюся роль в просвещении чувашского народа, создании национальной письменности и литературного языка, подготовке педагогических кадров сыграл Иван Яковлевич Яковлев (1848–1930). Во время учебы в Симбирской классической гимназии он открыл в этом губернском городе частную школу (1868), которая в дальнейшем стала первым педагогическим учебным заведением чувашского народа – Симбирской чувашской школой, а будучи студентом историко-филологического факультета Казанского университета (1870–75) вместе с единомышленниками составил чувашский алфавит на основе кириллицы и издал букварь. После окончания университета он был назначен исполняющим должность инспектора, а в феврале 1883 года – инспектором чувашских школ Казанского учебного округа. Руководил педагогическими курсами и съездами учителей, открыл десятки сельских школ, в том числе 37 чувашских. Новшества просветителя облегчали нерусским народам доступ в государственную систему образования, содействовали формированию грамотных и равноправных граждан империи. Чиновники Министерства просвещения усмотрели в деятельности И. Яковлева проявление национализма, и в мае 1903 года его должность упразднили. Во главе Симбирской чувашской учительской школы он оставался до 1919 года. За полвека работы он вместе с учениками и единомышленниками перевел на чувашский язык и издал свыше 100 книг и брошюр, в том числе произведения А.С. Пушкина, М.Ю.

Лермонтова, Л.Н. Толстого, К.Д. Ушинского, брошюры по медицине, сельскому хозяйству и другую литературу. Активная общественная деятельность И. Яковлева способствовала росту грамотности и образованности чувашского народа, повышению культурного уровня, развитию национального самосознания. Велика его заслуга в становлении чувашской журналистики. Он создал фундамент, на котором зародилась и развивалась публицистика на чувашском языке. Этим фундаментом стали созданная им оригинальная чувашская письменность и основы литературного языка. Сам он был автором первых публицистических произведений, написанных на чувашском языке.

Среди соратников И.Я. Яковлева активной просветительской деятельностью выделялся Алексей Васильевич Рекеев (1848–1932). Он был первым учеником Симбирской чувашской школы, а в зрелые годы – известным педагогом, этнографом и публицистом. Его творчество включало религиозно-этнографические сочинения: «Из быта крещения чуваш» (1896), «Из чувашских преданий и верований» (1896), «Разные чувашские моления» (1898), историко-педагогическую публицистику: «Мой одноклассник И.Я. Яковлев» (1907), «Симбирская чувашская школа в ее первоначальном виде» (1910), «Чуваши. Применение системы Н.И. Ильминского к их просвещению» (1911), «Как меня выжили из Байглычева» (1917) и другие. Важная тема в публицистике А.В. Рекеева – просвещение чувашского народа, идейная и практическая поддержка программы И.Я. Яковлева по национальному вопросу, отстаивание демократических принципов христианского просвещения народа.

Еще один выпускник Симбирской чувашской школы и ученик И.Я. Яковлева – Никифор Михайлович Охотников, автор этнографо-публицистических очерков о народном воспитании, культуре и быте чувашей, развитии школьного образования. Публицистика Н.М. Охотникова – надежный источник знаний о дореволюционном быте, культуре и просвещении чувашского народа. Обратим также внимание на творчество писателя Ивана Николаевича Юркина (1863–1943), для публицистики которого характерно точное, детальное отображение реальных событий и явлений жизни. В 1899 году он обращался к властям за разрешением на издание чувашской газеты «Пулхар» (Булгар), но получил отказ. Лишь в годы первой русской революции правительство разрешило, наконец, издание чувашской газеты «Хыпар» (Весть).

Н.В. Никольский (1878–1961) – историк, языковед, педагог, журналист. Окончил Казанскую духовную академию (1903). В январе 1906 года организовал издание чувашской газеты «Хыпар» (Весть), был редактором ее первых 22 номеров. С ноября 1906 года – преподаватель истории и наставник Казанской инородческой учительской семинарии. В 1907–1916 гг. – учитель чувашского языка, истории и географии Казанской духовной семинарии. В 1918–1922 гг. – профессор Казанского университета, затем доцент, профессор Восточного педагогического института. В 1931 году был арестован и уволен из института,

но вскоре освобожден, в 1933 году арестован повторно и вновь освобожден. В 1940–1950 гг. – старший научный сотрудник Чувашского НИИ языка и литературы, профессор Марийского педагогического института. Опубликовал около 200 научных трудов, в том числе исследование «Народное образование у чуваш» (1906), «Русско-чувашский словарь» (1909), книги «Народная медицина у народностей Поволжья» (1909), «Краткий конспект по этнографии чуваш» (1911). Многолетние исследования ученого были обобщены в книге «Краткий курс этнографии чуваш» (1929). Им подготовлены сборники «Чувашские пословицы и поговорки» (на чувашском, русском и французском языках), «Известия русских путешественников и иностранцев о чувашах с древнейших времен до XIX века». В 1958 году издана его работа «О пословицах чувашского народа», в 1960-м вышла составленная им книга «Чувашские сказки».

Заметный след в истории чувашской публицистики оставили также М.Ф. Акимов, Н.Я. Бичурин, А.И. Золотов, Н.Я. Золотов, К.К. Петров, Я.Г. Ухсай, С.В. Эльгер, Д.С. Эльмень и другие.

Пресса республики вчера и сегодня

История чувашских средств массовой информации началась с газеты «Хыпар» (Весть, 1906–1907). От нее ведет свою родословную нынешняя республиканская общественно-политическая газета, выходящая на чувашском языке. За годы существования она не раз меняла название: «Канаш» (Совет), «Чувашская коммуна», «Коммунизм ялаве» (Знамя коммунизма). Имя «Хыпар» ей вернули в августе 1991 года.

После Февральской революции 1917 года на чувашской земле появилась пестрая палитра изданий: партийные, земские, национальные газеты. Большевики издавали «Чебоксарскую правду», ядринские кадеты – «Сурский листок», объединение соцпартий в Алатыре – «Знамя труда», эсеры – «Цивильскую народную газету».

«Чебоксарская правда» (апрель–июнь 1917) широко освещала революционные события в Петербурге, Москве, Нижнем Новгороде, Казани и других городах, поддерживала связь с матросами Кронштадта, солдатами на фронтах, распространяла революционные идеи среди трудящихся. Редактором газеты был председатель Чебоксарского Совета рабочих и солдатских депутатов К.Я. Грасис. Линия газеты шла вразрез с политикой Временного правительства: после июньских событий 1917 года, когда власть в центре и на местах перешла в руки контрреволюции, она была закрыта, а Грасис и другие руководители Совета арестованы. Издание «Чебоксарской правды» знаменовало появление в чувашском крае первой советской газеты на русском языке. От нее ведет отсчет своей истории республиканская общественно-политическая газета «Советская Чувашия». В разные годы она называлась по-разному: «Зарево коммунизма», «Известия Революционного

комитета Автономной Чувашской области», «Известия Облисполкома и Обкома РКП(б) Чувашской автономной области», «Чувашский край», «Трудовая газета», «Красная Чувашия», с января 1952 года – «Советская Чувашия».

Несколько слов о других изданиях. С мая 1917 по февраль 1918 года в Казани выходила газета «Хыпар» (Совет) – орган Общества мелких народностей Поволжья, затем Чувашского национального общества. В конце декабря 1917 года вышли «Известия Ядринского Совета крестьянских, рабочих и солдатских депутатов», 28 февраля 1918 года в Казани – первый номер чувашской губернской газеты «Канаш» (Совет), 23 марта в Алатыре – «Крестьянин и рабочий», 13 апреля в Симбирске (ныне Ульяновск) – «Новая жизнь».

В годы гражданской войны на чувашском языке издавались симбирская губернская газета «К свету», уфимская «Красный Урал», красноармейские газеты «Голос бедноты» и «Красный воин», журналы «Ана», «Заря», «Земледелец». Красноармейские газеты закрылись в 1919 году, губернские газеты (кроме «Канаша») и чувашские журналы – в 1920–21-м.

Уездная печать на русском языке была представлена газетами «Зарево коммунизма» (Чебоксары), «Красный вестник» (Цивильск), «Красный клич» (Ядрин), «Путь революции» (Алатырь). После образования в июне 1920 года Чувашской автономной области издания на чувашском языке сосредоточились в Чебоксарах. В 1921–23 гг. из чувашских изданий удалось сохранить лишь газету «Канаш». Из-за нехватки средств в 1923 году закрылась областная газета на русском языке «Чувашский край».

В конце 1920-х гг. наметился подъем в развитии периодики: стали издаваться республиканские газеты «Молодой крестьянин», «Трудовая газета» (на русском языке), журналы «Сунтал» (Наковальня), «Капкан», «Работница», «Будь готов», «Чувашская деревня». Чувашские газеты выходили также в Куйбышеве и Казани, центральная чувашская газета «Коммунар» – в Москве. В 1930-е гг. начали выходить районные газеты, газеты политотделов МТС, многотиражные газеты, литературный журнал «Родная Волга».

Во время Великой Отечественной войны число печатных изданий в республике заметно сократилось. Закрылись молодежные и детские издания, прекратился выпуск многотиражных газет. Однако продолжал выходить альманах «Художественная литература», а с 1944 года – журнал «Родная Волга». Флагманы печати Чувашии республиканские газеты «Чувашская коммуна» и «Красная Чувашия», а также все районные газеты сократили объем и периодичность выхода.

Более ста чувашских писателей и журналистов защищали Родину в годы Великой Отечественной войны, около 40 из них погибли. Свыше 20 журналистов из Чувашии были фронтовыми корреспондентами.

В 1950–1970-е гг. возобновился выпуск газет и журналов, закры-

тых в годы войны, и появились новые периодические издания: в 1952 году – республиканская комсомольско-молодежная газета «Молодой коммунист», а в 1979-м – Новочебоксарская городская газета «Путь к коммунизму» (с декабря 1990 «Грани»), а также десятки многотиражных (корпоративных) газет на предприятиях и в учебных заведениях. В 1990-е годы медиапространство республики заполнили рекламно-информационные и партийные издания. Однако вскоре львиная доля рекламы ушла из печатных СМИ на телевидение и в интернет, и многие издания, столкнувшись с финансовым кризисом, закрылись.

Аудиовизуальная пресса Чувашии

Свой путь развития прошли **радиовещание и телевидение** Чувашии. Для приема сообщений Российского телеграфного агентства в 1918 году вступила в строй радиостанция в г. Алатырь, в 1919-м – в Чебоксарах. Важным этапом в радиофикации республики стало сооружение в 1928 году радиоузла при редакции республиканской газеты «Канаш». В 1932 году в Чебоксарах была введена в строй широкоэвещательная радиостанция РВ-74, и 8 марта в эфире впервые прозвучали чувашская речь. Через три года в республике уже функционировали 18 радиоузлов и 6 тыс. абонентских точек. По радио передавались материалы о развитии сельского хозяйства, промышленности, национальной культуры. В годы Великой Отечественной войны в эфире Чувашского радио выходили сводки Совинформбюро, передачи под рубриками «Письма с фронта» и «Письма на фронт», зарисовки о воинах-земляках.

В послевоенные годы радиовещание получило развитие на новой технической основе: в марте 1967 года открылся Чебоксарский Дом радио, в 1988-м начато стереофоническое радиовещание в диапазоне УКВ. В настоящее время Чувашское радио ведет передачи на чувашском и русском языках общей продолжительностью 2,5 часа в сутки. Выходит объединенный радиожурнал шести регионов Поволжья «Между Волгой и Уралом».

Регулярные передачи Чувашской студии телевидения начались в октябре 1961 года. В Чебоксарах был построен аппаратно-студийный комплекс, установлены ретрансляторы в Ибресях, Алатыре, Канаше, Шумерле и Козловке. В 1970 году завершилось строительство 196-метровой телевизионной башни, значительно увеличившей радиус приема программ центрального и местного телевидения. В 1980-м появились собственные передачи в цветном формате. В 1990 году в Цивильске вступила в строй радиопередающая станция, расширившая зону приема всех программ. В апреле 2009 года вышло в эфир Национальное радио Чувашии, в октябре 2012 года – Национальное телевидение.

В последние годы в целях повышения эффективности работы средств массовой информации, оптимизации их штатов, экономии бюджетных средств некоторые редакции и издательские дома республики были преобразованы в акционерные общества и автономные

учреждения. Чувашские издания объединились в общий издательский дом, куда вошли издательские дома «Хыпар» (Весть), «Атал-Волга», редакция газеты «Ровесник». Создана Национальная телерадиокомпания Чувашии. Начав с передач в кабельных сетях, она перешла затем на полноценное эфирное вещание. Реорганизация средств массовой информации сопровождалась сменой их руководителей.

В настоящее время в республике зарегистрированы 189 средств массовой информации, в том числе 108 газет, 40 журналов, 15 телеканалов и 14 радиостанций. Работают десятки издательств и типографий, в том числе Чувашское книжное издательство, ИПК «Чувашия», издательство «Новое время», типография Чувашского государственного университета им. И.Н. Ульянова. В отрасли трудятся сотни журналистов и полиграфистов, многие из которых являются членами Союза журналистов России.

Союз журналистов Чувашской Республики объединяет сегодня более 30 местных отделений и около 500 членов союза. Свыше 70 процентов из них работают в редакциях печатных и электронных средств массовой информации, книжно-журнальных издательствах, пресс-службах предприятий, министерств и ведомств, интернет-изданиях.

Рождение Союза

Попытки объединить чувашских журналистов в единую творческую организацию предпринимались с 1918 года. 13–14 ноября в Москве состоялся I съезд работников советской печати. В его работе приняли участие 106 делегатов, представляющих органы печати Москвы, Петрограда, Казани и других губернских и уездных городов. Съезд провозгласил образование Всероссийского Союза советских журналистов. Был избран Исполнительный центральный совет во главе с редактором газеты «Известия ВЦИК» Юрием Стекловым.

В декабре 1918 года союз журналистов был образован в Казани (значительная часть территории современной Чувашии входила тогда в состав Казанской губернии). В руководящий орган союза (комитет) вошел редактор издававшейся в Казани чувашской газеты «Канаш» Александр Лбов. В уставе союза провозглашалась его главная цель – «защита экономических интересов журналистов» и задача – «организация местной прессы всех национальностей в единый орган для агитации и проведения в жизнь всех начинаний совнаркома».

После образования Чувашской автономной области идея объединить журналистов в творческий союз обрела новую силу. 2 декабря 1920 года редактор газеты «Известия облисполкома и областкома РКП(б) Чувашской автономной области РСФСР» Г.П. Кубарев, выступая на собрании журналистов, предложил организовать в Чувашии профессионально-производственный союз работников печати и открыть в Чебоксарах клуб журналистов. Клуб открыли 22 февраля 1921 года, и это был первый удачный опыт объединения работников печати в твор-

ческую организацию: у журналистов появилась возможность обмениваться опытом, проводить совместные мероприятия. На церемонии открытия выступили председатель Ревкома Чувашской автономной области Даниил Эльмень (Семенов), журналисты Кубарев, Крынецкий, Барабанов, Ласточкин и другие. Собравшиеся также отметили 3-ю годовщину со дня выхода в свет первого номера газеты «Канаш» (Совет) и направили приветствие ее редакции в Казань. Вскоре после открытия клуба журналистская ячейка появилась в Ядрине, в республике были проведены четыре съезда рабселькоров, организована школа наборщиков при типографии облисполкома.

Однако работа по созданию полноценного союза – со своим уставом и постоянным членством журналистов – не была доведена до конца. Эту миссию взяли на себя журналисты газеты «Канаш» (в 1921 году редакция переехала в Чебоксары). По инициативе редактора газеты Н.Я. Золотова, 30 июня – 1 июля 1923 года в Чебоксарах состоялось собрание работников печати, на котором было объявлено о создании **Союза писателей и журналистов «Канаш»**, принят устав организации, утверждены руководящие органы. Председателем бюро союза был избран секретарь Чувашского обкома ВКП(б) Д.С. Эльмень (Семенов), ответственным секретарем – редактор газеты «Канаш» (Совет) Н.Я. Золотов. В уставе союза говорилось, что он «вовлекает в работу молодые, свежие, рвущиеся к творчеству силы чувашской деревни, учащиеся, рабочих и крестьян», направляет их творчество «по пути, диктуемому жизнью в ее диалектическом развитии, а не по пути к первобытным, застывшим формам отсталой жизни».

В 1923 году членами союза «Канаш» стали свыше 40 работников печати, в том числе журналисты газеты «Канаш» С.М. Авксентьев (Лашман), Н.К. Кириллов (Патман), С.Ф. Фомин, Н.Т. Васянка, директор Чебоксарской типографии, редактор журнала «Земледелец» А.Т. Быков, первый директор книжного издательства П.З. Львов.

Через год, 6 июня 1924 года, состоялся I съезд союза «Канаш», рассмотревший вопрос «Об очередных задачах чувашской литературы». В постановлении съезда говорилось о необходимости дальнейшего укрепления союза за счет создания его ячеек в деревнях и при учебных заведениях. II съезд союза, состоявшийся 18–20 марта 1925 года, большое внимание уделил вопросам развития в республике рабселькоровского движения.

В 1923–1925 годах союз «Канаш» стал центром сплочения работников печати, сыграл важную роль в развитии их творческой активности. В дружной семье «Канаша» выросли одаренные писатели и журналисты Влас Паймен, Николай Шубоссинни, Петр Хузангай, Яков Ухсай и др. Первичные организации союза появились в Ядрине, Канаше, Красных Четаях, Ковалях. По его инициативе стали издаваться журналы «Сунтал» (Наковальня, 1924), «Капкән» (Капкан, 1925), газета «Молодой крестьянин» (1925). В октябре 1925 года было создано

Чувашское общество друзей радио.

8 октября 1926 года состоялся III съезд союза писателей и журналистов «Канаш», объявивший себя, вопреки протестам со стороны многих журналистов, учредительным съездом Чувашской ассоциации пролетарских писателей. Такая картина наблюдалась и в других регионах Советского Союза. Повсюду писатели избавлялись от партнеров-журналистов. В течение трех десятилетий у работников печати страны не было своей творческой организации.

Вместе с коллегами страны

В 1960-е годы журналисты крупнейших советских газет («Правда», «Известия», «Сельская жизнь») не раз ставили вопрос о необходимости создания в стране творческой организации работников прессы. Прислушавшись к ним и стремясь повысить свое влияние на журналистский корпус, ЦК КПСС принял 11 июля 1957 года постановление о создании Союза журналистов СССР. В том же году первые шаги по созданию республиканской организации журналистов были сделаны в Чувашии. Бюро обкома КПСС постановлением от 30 июля 1957 года образовало оргбюро по созданию Чувашского отделения Союза журналистов СССР. Председателем оргбюро был утвержден редактор республиканской газеты «Знамя коммунизма» М.Н. Якимов.

Оргбюро координировало работу по приему в Союз журналистов СССР новых членов и готовило учредительный съезд Чувашского отделения союза. В редакционных коллективах прошли собрания, на которых лучших сотрудников рекомендовали для вступления в члены Союза журналистов СССР. 15 декабря 1957 оргбюро Чувашского отделения Союза журналистов СССР, рассмотрев заявления 30 сотрудников печати, рекомендовало принять их в Союз журналистов СССР.

Первыми билеты членов Союза журналистов СССР получили журналисты И.М. Алтын-Баш, П.А. Крысин, М.Н. Якимов (газета «Коммунизм ялаве»), М.П. Ижеев, М.С. Семенов, В.Г. Станюков («Советская Чувашия»), А.И. Скворцов («Молодой коммунист»), П.Е. Александров (журнал «Капкан»), А.Н. Студенецкий (собкор ТАСС по ЧАССР), С.В. Карташов (обком КПСС).

В 1958 году в Союз журналистов СССР вступили 32 работника прессы, в 1959-м – 35. К Учредительному съезду Чувашского отделения Союза журналистов СССР, который состоялся 27 марта 1959 года, членами союза стали уже 99 человек. На съезде были провозглашены основные цели союза: организация творческой деятельности редакционных коллективов, подготовка журналистских кадров, повышение профессионального мастерства журналистов, улучшение условий их труда, быта и отдыха, социальная и правовая защита. Съезд избрал правление Чувашского отделения, его председателем стал редактор газеты «Советская Чувашия» М.С. Семенов. На состоявшемся затем

пленуме правления ответственным секретарем был утвержден А.Н. Студенецкий.

12-14 ноября 1959 года состоялся первый Всесоюзный съезд журналистов. Он признал наличие уже действующего в стране Союза журналистов СССР, принял его устав, избрал руководящие органы. В работе съезда участвовали делегаты от чувашской республиканской организации – редакторы газет «Коммунизм ялаве» М.Н. Якимов и «Советская Чувашия» М.С. Семенов, а также журналисты А.В. Изоркин и П.А. Крысин, учившиеся в то время в Москве. М.С. Семенов был избран членом ревизионной комиссии Союза журналистов СССР.

В разные годы председателями Союза журналистов Чувашии работали М.С. Семенов (1959–71), П.А. Крысин (1971–84), Д.Ф. Семенов (1984–89), И.П. Кириллов (1989–90), А.П. Казанов (1990–92), с 1992 года республиканскую организацию возглавляет В.П. Комиссаров.

Являясь региональным отделением Союза журналистов России, Союз журналистов Чувашской Республики всецело разделяет его цели и задачи: защита прав и свобод журналистов, их экономических, профессиональных и творческих интересов, чести и достоинства; содействие реализации свободы массовой информации, укреплению правовой базы деятельности; формирование культуры честной и свободной журналистики, поддержка плюрализма и независимости средств массовой информации; развитие системы журналистского образования, повышение профессионального уровня журналистов.

Руководство работой Союза журналистов Чувашии осуществляет председатель союза и правление. На заседаниях правления обсуждаются основные направления деятельности союза: планы проведения семинаров, круглых столов, пресс-конференций, творческих конкурсов; ход реализации издательских проектов; вопросы уплаты членских взносов; ходатайства о присвоении журналистам почетных званий, награждении почетными грамотами; утверждаются решения конкурсных комиссий о присуждении журналистских премий; рассматриваются заявления о приеме в Союз журналистов России.

При редакциях республиканских, городских и районных газет, теле-радиокомпаний «Чувашия», на некоторых предприятиях и в учебных заведениях созданы местные журналистские организации (раньше их называли первичными). Они тесно взаимодействуют с правлением и председателем, положительно влияют на творческую политику изданий, заботятся об организации учебы журналистов, защите их прав и интересов, поощрении членов союза.

Союз журналистов Чувашии большое внимание уделяет подготовке кадров, тесно сотрудничает с отделением журналистики факультета русской, чувашской филологии и журналистики Чувашского государственного университета им. И.Н. Ульянова, печатными и электронными СМИ. На основе договора о сотрудничестве с университетом сту-

денты проходят практику в редакциях газет, журналов, радиостанций и телеканалов. В дальнейшем союз помогает выпускникам отделения журналистики устроиться на работу по специальности.

Творческая учеба журналистов – важное направление в деятельности союза. Она проводится в традиционных формах: семинары, конкурсы, круглые столы, пресс-конференции, дни главного редактора и т.д. Вот темы некоторых семинаров: «Актуальная тематика в прессе. Повестка XXI века: вызовы времени», «Региональные СМИ в контексте социально-политической ситуации», «Актуальные проблемы региональных СМИ», «Репортерское мастерство и этические нормы региональной журналистики», «О работе над газетным номером», «Информационные ресурсы и аудитория Интернета» и др. Улучшить информированность журналистов о политической и социально-экономической обстановке в республике помогают пресс-конференции, в которых участвуют глава республики, министры, руководители предприятий, депутаты.

В 2012 году в рамках Межрегиональной научно-практической конференции «Чуваши Сибири и Дальнего Востока: вопросы сохранения этнокультурной самобытности в современных условиях» состоялся семинар в Тюмени, посвященный вопросам взаимодействия СМИ с национально-культурными объединениями. На круглом столе выступили наши журналисты А. Леонтьев, Е. Зайцева, С. Павлов, В. Николаев, Е. Егорова. Большой интерес у сибиряков вызвала презентация Национальной телерадиокомпании Чувашии. Тюменские журналисты ознакомили гостей с ситуацией в области, где успешно действуют национально-культурные объединения, выходят газеты на национальных языках. Опыт работы поделились председатель Союза журналистов области В. Кузнецов, главный редактор чувашской газеты «Родня» И. Маслова и др. Было подписано Соглашение о сотрудничестве между союзами журналистов Чувашии и Тюменской области.

Хорошо зарекомендовали себя дни главного редактора, проводимые в редакциях газет отраслевым министерством при участии Союза журналистов. В повестке дня таких семинаров-совещаний – организационные, юридические, финансовые и другие вопросы. Перед журналистами выступают руководители Мининформполитики Чувашии, специалисты Роскомнадзора, Федеральной антимонопольной службы и других организаций.

Союз журналистов Чувашии работает в тесном контакте с министерствами и ведомствами республики. Речь идет не только о проведении совместных семинаров, совещаний и конкурсов, но и об участии представителей союза в работе коллегиальных органов, экспертных советов, конкурсных комиссий.

Партнерские отношения связывают союз со средствами массовой информации. Союз организует учебу журналистов, проводит творческие конкурсы, поощряет их победителей и призеров. Журналисты активно участвуют в мероприятиях союза: семинарах, «круглых столах»,

пресс-конференциях. Деятельность союза широко освещается в газетах и журналах, на телевидении и радио.

Тесное сотрудничество связывает нашу региональную организацию с Союзом журналистов России. Оно выражается в поддержке наших грантовых проектов, участии журналистов республики во всероссийских конкурсах, международных конгрессах и семинарах, поощрении журналистов, материальной поддержке ветеранов печати. Председатель Союза журналистов Чувашии В.П. Комиссаров – член Федеративного совета Союза журналистов России, участвует в его работе, выработке важнейших решений. Многие журналисты республики удостоены почетных грамот Союза журналистов России, знака «За заслуги перед профессиональным сообществом».

Творческие достижения коллективов редакций, уровень мастерства журналистов помогают оценить профессиональные конкурсы. Журналисты республики участвуют во многих российских и региональных конкурсах по тематике их организаторов (Совет Федерации, Государственная дума, МВД, МЧС, Союз журналистов России, Сбербанк и др.). Ежегодно проводятся конкурсы Союза журналистов Чувашии на соискание республиканских премий им. С. Эльгера, Н. Никольского, Л. Ильина. Их лауреатами становятся журналисты, чьи публикации, книги, телевизионные и радиопередачи получают широкое общественное признание.

Финансовое положение Союза журналистов Чувашии остается сложным. Из бюджета организация не финансируется. Для успешного проведения конкурсов, семинаров, круглых столов и других мероприятий союз привлекает средства спонсоров, а также занимается издательской деятельностью: выпускает книги по заказам предприятий и организаций. Часть средств идет на издание книг о журналистском сообществе.

До последнего времени в истории чувашской журналистики оставалось немало белых пятен: многие сведения были недоступны исследователям, другие нуждались в уточнении. Несколько лет назад Союз журналистов Чувашии приступил к изданию книг, посвященных истории средств массовой информации республики, современному этапу их развития, деятельности союза. В 2005 году вышла книга «Журналисты Чувашии», в 2007 году – «Городские и районные газеты Чувашии», в 2008 году – «Говорят и показывают Чебоксары». В 2010 году XVII съезд Союза журналистов Чувашской Республики принял решение об издании «Энциклопедии чувашской журналистики и печати».

Масштабный проект был успешно реализован за три с половиной года, книга вышла в свет в начале 2014 года. Издать ее удалось благодаря грантам Министерства экономического развития Чувашии и Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Книга рассчитана на широкий круг читателей: журналистов, издателей, полиграфистов, деятелей культуры, ученых, преподавателей вузов, студентов, на всех, кто интересуется историей родного края, его культурой, становлением гражданского общества в нашей стране.

Издание посвящено истории, основным этапам развития и современному состоянию средств массовой информации, журнально-книжных издательств, полиграфических предприятий, пресс-служб, информационных агентств. В подготовке книги участвовали коллективы редакций, ветераны журналистики, ученые Чувашского государственного университета им. И.Н. Ульянова, Чувашского государственного гуманитарного института. В книге около 2400 словарных статей, более 1400 иллюстраций.

Энциклопедия чувашской журналистики и печати – плод коллективного труда республиканской организации. Словарные статьи готовились на основе материалов, представленных редакциями газет, журналов, телеканалов, радиостанций, информационными агентствами, издательствами, ветеранами печати. Широко использовались материалы съездов Союза журналистов Чувашии, региональные энциклопедии, справочники, архивные документы.

Книга содержит сведения о печатных и электронных изданиях, выходящих в Чувашии в разные годы, биографии журналистов, в том числе редакторов первых чувашских газет и журналов, репрессированных журналистов, участников Великой Отечественной войны, фронтовых корреспондентов, нынешних руководителей и сотрудников средств массовой информации, журналистов и полиграфистов, отмеченных государственными наградами, почетными званиями, лауреатов журналистских конкурсов. Достойное место в энциклопедии занимают чувашские издания, выходящие за пределами республики.

В 2015 году Союз журналистов России назвал «Энциклопедию чувашской журналистики и печати» лучшим произведением 2014 года в номинации «Золотая полка российской журналистики».

Впереди у Союза журналистов Чувашии – новые проекты, курсы, семинары, встречи с коллегами из других регионов России. Стратегической целью союза остаются дальнейшее укрепление рядов республиканской организации, подъем творческой работы, социальная и правовая защита журналистов.

Литература:

- Энциклопедия чувашской журналистики и печати / рук. проекта В.П. Комиссаров; сост. В.И. Зырянов, В.П. Комиссаров, Н.А. Осипова. Чебоксары: Чувашское книжное издательство, 2013.

Тульская строка в истории Союза журналистов

Играев Б.А., заведующий кафедрой журналистики Тульского государственного университета, председатель региональной организации Союза журналистов России, кандидат филологических наук, доцент

В статье прослеживается процесс организации в Тульской губернии Союза журналистов, на изучении большого массива архивных материалов рассмотрены условия функционирования местных СМИ и личностные факторы организаторов, повлиявшие на становление союза.

Ключевые слова: газеты, типографии, печать, агитпропаганда, органы власти, союз журналистов, отдел печати.

В год создания в Туле отделения Союза журналистов под контролем партии большевиков в городе издавались ежедневные газеты «Революционный вестник» (тираж 8000 экз.), «Вооруженный пролетарий» (до 10 тыс. экз.), с 4 июля 1918 г. тиражом 8-10 тыс. экземпляров начала выходить газета «Коммунар» – официальный орган советской власти в губернии. В еженедельном режиме выходили «Бюллетень Тульского губернского продовольственного комитета» (5000 экз.), «Вестник социального обеспечения» (2000 экз.), газеты «Известия Тульского Совета рабочих и солдатских депутатов и губернского Военно-революционного комитета» (2000 экз.), «Вечерний листок» (1500 экз.).

В 1918 г. в местных типографиях начинают издаваться уездные газеты: «Веневский революционный вестник» (с 6 марта), «Алексинский вестник» (с 25 апреля), «Известия Богородицкого Совета рабочих и крестьянских депутатов» (с 10 апреля), «Белевский пролетарий» (с 23 июня), «Известия Ефремовского Совета рабочих и крестьянских депутатов», «Новосильская беднота», «Чернские известия Совета рабочих и крестьянских депутатов». Газеты выходили еженедельно или два раза в неделю тиражом от 250–500 до 1000 экземпляров.

Судя по архивным документам, издавать собственные печатные органы стремились многие хозяйственные, управленческие структуры и общественные организации, но ограниченные необходимыми ресурсами и профессиональными кадрами журналистов учредители местной периодики очень часто были вынуждены сворачивать проекты. Так, попытки издания газет «Известия Союза строительных рабочих», «Дети трудовой России» (3000 экз.), ежемесячных журналов «Знамя коммуниста» (3000 экз.), «Голос служащего» (1500 экз.), «Голос красноармейца», «Кооперативный молот», «Тульский металлист» закончились после выпуска 1-3 номеров.

Постфевральская тульская периодика была представлена и изданиями демократического и социалистического направлений, именовавшимися в годы советской власти буржуазными, антинародными, оппозиционными и даже контрреволюционными.

В прежнем ежедневном режиме продолжала выходить самая тиражная в губернии демократическая газета «Тульская молва». С 28 мая 1917 г. Тульский комитет партии социалистов-революционеров и совет крестьянских депутатов приступили к изданию газеты «Земля и Воля», тираж которой составлял 2500–3000 экземпляров.

Сразу после февральских событий вышла и первая легальная социал-демократическая газета «Голос народа» – официальный партийный орган тульской организации РСДРП. Газета под редакторством известного тульского врача Г.Д. Лейтейзена (Линдова), избранного комиссаром здравоохранения, выражала программные установки меньшевиков. Помимо основного тиража в 4500 экземпляров редакция газеты выпускала приложение «Экстренные вечерние телеграммы газеты «Голос народа»».

В содружестве с Союзом торгово-промышленников Тулы свою газету начала издавать и местная партия кадетов. Первый номер политической, общественной и литературной ежедневной газеты, названной «Свободная мысль», вышел в свет 27 апреля 1917 г.

После Октябрьской революции и принятия декретов о печати, о монополии государства на платные объявления, о революционном трибунале печати, которые наряду с закрытием откровенно оппозиционных изданий подрывали материально-финансовую базу всех небольшевистских газет, начался и процесс реквизиций, конфискации в общенародную собственность всех частных типографий и газет.

В ночь на 7 февраля 1918 г. по ордеру Военно-революционного комитета была закрыта меньшевистская газета «Голос народа». 19 апреля по телеграмме Всероссийской чрезвычайной комиссии «за сообщение ряда ложных сведений и явно контрреволюционное направление» была закрыта газета «Новый народный голос», а ее типография объявлена собственностью РСФСР. В марте 1918 г. перестала издаваться эсеровская «Земля и Воля», в июле – кадетская «Свободная мысль», в сентябре – «Тульские новости», в октябре – «Тульская молва». Аудитория и журналисты небольшевистской печати, едва успев ощутить свободу слова, оказались в стране победившей диктатуры пролетариата.

Всего, по нашим оценкам, в Туле в 1918 г. на профессиональной основе могли работать до 50 журналистов, причем большая их часть, не разделяющая коммунистических идей, сотрудничала в закрытых большевиками газетах. В изданиях, подконтрольных РКП(б) и органам советской власти, на постоянной основе, без учета внештатного авторского актива и назначенных властью формальных, неопытных в газетном деле членов редколлегий, трудилось не более 15 литературных сотрудников. Формировавшийся институт рабселькоров уездных

газет, рассматривавшийся скорее как пропагандистский аппарат, еще не претендовал на журналистский статус. Способных «писать в газету» и редактировать ее в уездах губернии было не более 5 – 7 человек. Например, стоило редактора газеты «Белёвский пролетарий» Д.Г. Джулина назначить заведующим уездным отделом народного образования, как газета закрылась¹.

К середине 1918 г. партийные комитеты на местах еще не обладали ни монополией на агитационно-пропагандистскую работу, ни достаточными интеллектуальными силами, чтобы претворять в жизнь сложнейшие задачи, поставленные перед советской печатью. Кроме решения о распространении агитационно-пропагандистской литературы и издания газеты «Коммунар» губернский комитет партии не принял ни одного самостоятельного постановления о печати. И хотя на заседании IV губернской конференции РКП(б) 14 сентября 1918 г. лидер тульских большевиков Г.Н. Каминский заявлял, что «партийная Советская пресса... должна нести агитационно-пропагандистский характер» и «все партийные органы (печати) должны утверждаться губернским комитетом партии»², аморфность, размытость, организационная неразбериха в деле руководства печатью была очевидной.

Партия, советы депутатов, их исполнительные органы, различные ведомства и учреждения, выпускавшие свои печатные издания, создавали сложную взаимно пересекающуюся систему СМИ, лишенную централизованного руководства и общей направленности. Формально делами печати в Тульской губернии занимался отдел информации и связи, входивший в структуру внутреннего управления губернией (делопроизводство) при губисполкоме. Чуть позже в структуре губисполкома был создан литературно-издательский отдел. Впервые о создании самостоятельного подотдела печати заговорил заведующий отделом исполкома Н.В. Копылов 19 апреля 1918 г. и то в связи «с изданием постановления о национализации объявлений»³. То есть создание отдела печати планировалось лишь для выдачи разрешений на публикацию объявлений в газетах оппозиционной направленности.

11 мая на заседании президиума губисполкома вновь зашла речь об организации административной структуры, которой будут подотчетны все редакции губернских газет. (Семь типографий, позволяющих выпускать в ежедневном режиме периодические издания, и восемь типографий малоформатной периодики после проведения национализации в 1918 г. объединили в полиграфический отдел при Совнархозе – *Авт.*).

Не отрицая необходимости создания нового руководящего органа, на заседании губисполкома было заявлено, что вопрос об организации «Бюро печати... чисто персональный и бюро будет учреждено тогда,

¹ Коммунар. 1918. 22 декабря. № 142. С.3.

² ГАТО. Ф. П-1. Оп.1. Д.9. Л.15.

³ ГАТО. Ф.Р-95. Оп.1. Д.7а. Л.83. об.

когда найдено будет нужное лицо» (выделено *Авт.*)¹.

Тем временем 29 августа 1918 г. в губернский исполнительный комитет поступило письмо от инициативной группы местных литературных деятелей. В заявлении говорилось: «Желая образовать в Туле Союз журналистов и литературных работников, главной задачей которого является демократизация искусств, просим разрешить нам созыв организационного собрания на 7 сентября»². От имени инициативной группы письмо подписали Василий Рашков-Вехтин, Михаил Докудовский и Николай Пыжев-Штормов. Причем почти через месяц, только 24 сентября, на письме появилась резолюция: «Вызвать 25-го в отдел председателя инициативной группы». Встреча, если она и состоялась, вряд ли могла быть результативной: все поименные литераторы-подписанты работали в оппозиционной печати.

Нужное лицо» для руководства Бюро печати искали пять месяцев. 4 ноября 1918 г. председатель Тульского губисполкома Г.Н. Каминский назначил заведующим губернским отделом печати бывшего студента факультета общественных наук Московского университета 22-летнего Алькова Евсеевича Левина. Собственноручно заполняя учетную карточку члена РКП(б), он написал, что в партии состоит с ноября 1918 г., по профессии – юрист, до 1916 г. жил в Туле, занимался репетиторством, во время учебы в Москве в 1916 – 1917 гг. состоял в организации трудовиков, после революции работал в милиции, в жилищном отделе социального обеспечения; наиболее близкие сферы деятельности – культурно-просветительская и литературная³.

Через год, заполняя анкету «Личного состава ответственных работников», Левин уже указал две профессии – журналиста и юриста, отметил три занимаемые им должности: заведующего губотделом печати, заведующего агитпунктом губернии и ответственного руководителя Тула-Роста.

Следует вспомнить, что первые послереволюционные годы были удивительным временем невиданных и благоприятных карьерных возможностей для человека из народа: «кто был ничем» мог, если не «стать всем», то, по крайней мере, реализовать свои таланты и амбиции. А деятельным, грамотным и политически ангажированным молодым людям с прагматическими революционными интересами были уготованы высокие номенклатурные должности в партийных и советских аппаратах. Приняв новые правила игры, позволявшие делать карьеру – активно заявить о себе, привлечь внимание к своей деятельности, грамотно написать отчет, составить докладную записку, произнести пламенную речь, указать на недостатки, требуя принятия срочных мер по их исправлению и т.п., бывший студент Левин с упоением принялся за стро-

¹ ГАТО. Ф.Р-95. Оп.1. Д.7а. Л.61. об.

² ГАТО. Ф.П-1. Оп.1. Д.27. Л.3.

³ ГАТО. Ф.П-5787. Оп.1. Д.4936.

ительство нового мира.

Отметим, что в период первых послеоктябрьских месяцев у местной власти в результате организационной неразберихи, связанной с созданием нового административного аппарата, даже не было плана ведения агитационно-пропагандистской деятельности. С одобрения таких же молодых коллег по партии (Каминскому было 23 года. – *Авт.*) Левин и выступил с целым комплексом идеологических инициатив и предложений.

Знал ли он об опыте коллег из соседних губерний по созданию единого органа, выполнявшего идеологические функции, сказать трудно. Например, в начале 1918 г. в Брянске была сформирована культурно-просветительская комиссия совета рабочих, солдатских и крестьянских депутатов, в состав которой вошли три бюро: театральное, библиотечно-газетное и агитационно-лекционное. При Орловском губисполкоме летом 1918 года действовал агитационно-просветительный отдел губисполкома, в ведении которого находилось печатное дело, распространение литературы и газет для рассылки их по уездным и волостным совдепам.

Так или иначе свое детище Левин назвал «Тульский губернский отдел печати и пропаганды», основные задачи которого – «выпрямление политической линии в губернии..., решительная объединенная борьба с контрреволюционной агитацией..., создание действительно красной пролетарской печати..., контроль над выпуском печатных произведений» и помощь работникам советских и партийных учреждений и организаций в «литературном, агитационном и информационном материале»¹.

Историческая миссия новоявленного идеолога состояла в создании единого агитационно-пропагандистского аппарата под своим руководством. «Совместная работа губпечати, политпросвета и губнаобраза, сопряженность пропаганды и просвещения – основная задача настоящего момента», – заявил он².

Руководители-большевики Тульской губернии оказались совершенно не готовы к такой инициативе и даже пассивно ей сопротивлялись. Как отреагируют на создание новой идеологической структуры в ЦК партии? Но занятые повседневными серьезными делами от контроля за производством оружия на тульских заводах, борьбы с контрреволюцией до прозаических забот вроде заготовки дров, сена, изготовления валенок для армии и другими подобными, руководители губернии, видимо, решили довериться новоявленному идеологу.

Протокольный процесс организации отдела печати занял чуть больше 10 дней. По постановлению губисполкома (№ 4 от 14 ноября 1918 г.) в ведение отдела перешли все «отдельные и разрозненные учреждения, относящиеся к печати, с кредитами, штатом служащих и полным обо-

¹ ГАТО. Ф.Р-505. Оп.1. Д.5. Л.5. об.

² ГАТО. Ф.Р-505. Оп.1. Д.47. Л.11.

рудованием и инвентарем»¹.

Структура отдела печати и пропаганды («первого в Советской России»), как любил подчеркивать Левин) предусматривала создание подразделов: издательского, распространения, информации (Тула-Роста), агитационно-пропагандистского и общего. В свою очередь подотделы подразделялись на секции: показательной пропаганды, справочно-хранительскую, инструкторскую, периодической печати, секцию центральной советской библиотеки, расклеечное бюро, бюро вырезок, бюро консультаций и т.п. Подобные структуры со штатом в девять сотрудников формировались и во всех уездах губернии.

Помимо выпуска и распространения периодической печати, организации лекционной работы, контроля за работой типографий, изданием литературы планировалось создать уличные пролетарские клубы, сформировать «красные обозы» агитаторов для работы в деревне, организовать фотографическую и художественно-плакатную мастерские, открыть музей печати и «Дворец печати и пропаганды» и т.п. Планы грандиозные.

В декабре 1918 г. при утвержденном штате в 25 сотрудников в отделе трудилось только 11 человек, к лету 1919 г. на службе состоял 131 человек, в сентябре – 179 сотрудников. На 1 июня 1920 г. в губотделе печати работало уже 224 человека и около 400 – в уездах².

Кого только в штате у Левина не было: младшие и старшие регистраторы, младшие и старшие библиотекари, вечерние машинистки и делопроизводители, вечерняя дежурная, вечерний счетовод финансовой секции, вечерний помощник бухгалтера, штатный маляр, статистики, помощники, инструкторы и курьеры во всех подотделах, агенты хозяйственных секций и агенты хозяйственных поручений. А еще конторщики, контролеры, экспедиторы, машинистки, рассыльные и много-много начальников. Только в секретариате Левина числился 21 сотрудник.

А вот в издательском отделе работало всего девять человек, в том числе только один литературный сотрудник и три корректора. В главной партийной ежедневной газете «Коммунар» – всего пятеро пишущих журналистов.

Большинство сотрудниц отдела печати составляли «советские барышни» – вчерашние школьницы, гимназистки, домохозяйки, влившиеся в пеструю армию мелких служащих в связи с введением всеобщей трудовой повинности: возможность получить продовольственный паек обеспечивала только служба или работа в организациях нового режима. Свое место в управленческих должностях отдела печати нашли и некоторые служащие старой России, которые принесли с собой прежние навыки бюрократической казенщины и канцеляризма. Такой штат сотрудников из чиновников-бюрократов, полуграмотных выдвигенцев из

¹ ГАТО. Ф.Р-95. Оп.1. Д.4а. Л.6.

² ГАТО. Ф.Р-505. Оп.1. Д. 22. Л.1. об.

рабочих и крестьян, недоучившихся барышень мало подходил для «решительной борьбы с контрреволюционной агитацией». Но что у них отлично получалось – так это организация процесса делопроизводства и эквилибристика с цифрами приписок.

Например, по отчетам каждый месяц отдел выпускал более семисот входящих и более тысячи исходящих документов. По подсчетам автора за год с небольшим отделом при строжайшем лимите бумаги было издано 118 названий листовок, брошюр, книг, плакатов и т.п. тиражом более 1800 тыс. экземпляров, а также отпечатано типографским способом почти 45 тыс. различных приказов, постановлений и объявлений¹.

Учитывая, что к 1919 г. в Туле национализировали и закрыли все частные типографии, отпечатать такой объем дополнительной агитационной литературы в двух оставшихся типографиях технически было невозможно: предприятия ели справлялись с выпуском газет и журналов.

Вызывает сомнение и подлинность представленных в отчетах отдела печати данных, касающихся расклейки на щитах и афишных тумбах тысяч лозунгов, газет, плакатов Агит-Роста, афиш и объявлений. Нетрудно подсчитать, что четверым сотрудникам подотдела распространения приходилось ежедневно расклеивать 180 экземпляров газет и 130 плакатов, афиш и лозунгов. Такого количества щитов и тумб в городе физически не существовало².

Грешки по начислению заработной платы некоторым своим сотрудникам, другие упущения в работе компенсировались красивыми ежемесячными отчетами о деятельности губернского отдела печати. Причем при отсутствии печатных машинок даже в редакции ведущей газеты «Коммунар» отчеты отдела объемом в 25 – 30 страниц всегда выполнялись на машинках, размножались на гектографе и рассылались в десятки «нужных» тульских и московских адресов. На фоне безграмотных донесений, записок и стенограмм, чтение которых оставляло тягостное впечатление, отчеты Левина, безусловно, угождали вышестоящему начальству – революционно-много-речивые, логически выстроенные, мастерски вписываемые в канву строительства нового государства и создания нового общества. Губернское и центральное руководство Левину благоволило.

Молодых дилетантов-руководителей с присущим им революционным энтузиазмом, разумеется, захватывала перспектива важного дела, но отсутствие специального образования, скудные познания в экономике вели к доминированию эмпирического начала. Чаще всего их труд оказывался малоэффективным. Не получилось с «первым в Советской России» отделом печати и у Левина.

В отчетах отдела с сожалением объяснялись причины неудач: «за отсутствием материала и умелых рабочих рук», «за недостатком технических средств», «не были отпущены средства», «Центр не присылает

¹ ГАТО. Ф.Р-505. Оп.1. Д.5. Л.7.

² ГАТО. Ф.Р-505. Оп.1. Д.23. Л.1. об.

инструкции», «несмотря на многократные запросы с нашей стороны о присылке ответственных агитационных работников – таких не присылали». Или совсем откровенно: «Деятельность агитпропаганды за отчетный период времени за отсутствием ...денежных средств временно замерла»¹. На неудачи внимания не обращали, партийное руководство не волновало отсутствие средств – лозунговое ударное строительство идеологии нового мира продолжалось...

Но вернемся к союзу журналистов. Занятый важными государственными делами в отделе печати Левин решение вопросов организации союза переложил на сотрудников редакции газеты «Коммунар».

В опубликованном 10 ноября 1918 г. объявлении редакция газеты пригласила всех желающих «проявить инициативу в организации Союза Советских журналистов, явиться к 7 часам вечера в помещение редакции для образования инициативной группы и подготовки доклада к организационному собранию Союза»².

Через пять дней газета объявила об организационном собрании союза журналистов, вновь пригласив в редакцию всех товарищей, работающих в местной советской прессе. «Остальные журналисты соблаговолят войти в союз после его организации», – сообщалось в объявлении³.

То есть тульское отделение (организация) – статус не определялся – могло быть создано, когда в Москве уже начал работу I съезд Союза журналистов. Руководство тульского отдела печати, занятое активной подготовкой к проведению своего «I съезда представителей уездных исполкомов губернии по вопросу организации в уездах отделов печати», в Москву, видимо, не ездило: выписанных тулякам для поездки в столицу на съезд журналистов мандатов и командировочных удостоверений в архивных фондах комитета РКП(б) и губисполкома обнаружить не удалось. Как и сообщений в «Коммунаре» об участии тульской делегации в работе съезда.

Проведя 16 ноября свой губернский съезд по организации уездных отделов печати, Левин вновь вернулся к созданию союза. И назначил новое, уже со своим участием, организационное собрание на 17 ноября, попросив явиться в редакцию «только журналистов, сотрудничающих в советских органах»⁴.

В воскресенье 17 ноября очередное организационное собрание состоялось, был принят устав организации, но выборы исполнительного комитета вновь отложили до следующего общего собрания. Кого избрали председателем союза газеты не сообщили, но 23 ноября в «Коммунаре» появилось объявление о том, что «товарищ председателя Вре-

¹ ГАТО. Ф. Р-505. Оп.1. Д. 43. Л. 34.

² Коммунар. 1918. 10 ноября. № 106. С. 1.

³ Коммунар. 1918. 15 ноября. № 110. С. 3.

⁴ Коммунар. 1918. 17 ноября. № 112. С. 1.

менного исполнительного комитета Союза советских журналистов тов. Гей принимает по делам союза по понедельникам и пятницам от 2 до 3 час. дня и от 8 до 9 час. вечера в помещении редакции»¹. Товарищ председателя – это его заместитель, то есть Гей, исполняя в те дни обязанности редактора газеты «Коммунар», был заместителем Левина.

Переподчинив отделу печати все агитационно-пропагандистские структуры, тов. Левин уже не утруждал себя коллегиальными принципами руководства. Самостоятельная и влиятельная партийная газета «Коммунар» превратилась с 20 декабря в частичку отдела печати без права издания своих приказов и распоряжений, созданный Союз журналистов также рассматривался неким довеском к «империи» Левина.

Например, 24 декабря в «Коммунаре» публикуется объявление: «в помещении отдела печати (*бывшая* редакция «Коммунар») состоится общее собрание Тульского отдела Всероссийского союза советских журналистов. Повестка дня: 1. Информация о делах исполкома журналистов в Москве; 2. Выборы представителей в Центральный совет в Москву 25 декабря. Явка всех членов и желающих вступить обязательна»². Из текста следует, что 25 декабря делегатов ждали в Москве, а вечером 24 их только собирались выбирать. Впрочем, фамилии делегатов всесильный к тому времени Левин мог определить и назначить без одобрения собрания.

В редакции «Коммунара» переподчинение газеты отделу печати и новое назначенное руководство энтузиазма не вызвало. Случайно ли получилось или сделано было сознательно, но с переходом 20 декабря под контроль отдела печати в газете произошло значительное ухудшение структуры и верстки номеров. Из качественного профессионального издания газета на глазах превращалась в губернский агитационный «боевой листок».

Видимо, не случайно из потока сообщений «Роста-Телефон» в секретариате редакции выбрали и опубликовали и такую информацию: «Саратов, 22 декабря. Несмотря на постановление 1-го Всероссийского съезда советских журналистов о недопустимости давления со стороны местных властей, на местах давления все же производятся. В связи с этим Саратовский союз журналистов на общем собрании вынес следующее постановление съезда о независимости печати от органов власти: «печать должна подчиняться исключительно указаниям коммунистической партии»³.

Приоритет руководства большевиков журналисты газеты не отрицали, но беспрекословно выполнять сомнительные указания бывшего студента не считали возможным: в редакции началась «тихая забастовка».

¹ Коммунар. 1918. 23 ноября. № 117. С. 4.

² Коммунар. 1918. 24 декабря. № 143. С. 1.

³ Коммунар. 1918. 24 декабря. № 143. С. 2.

Перед отъездом в Москву на заседание исполкома союза журналистов Левин публикует в «Коммунаре» статью «О создании народного комиссариата печати», в которой возвращается к идее объединения на всероссийском уровне всех структур агитпропа. Ссылаясь на успешный опыт своего отдела печати, он подвергает критике Госиздат и отдел распространения ВЦИК, которые, обладая «известным техническим аппаратом в центре и на местах, ... смотрят слишком узко на задачи организуемого комиссариата печати, считая нужным лишь расширить рамки существующего контрагентства и т.д.». И только исполком Союза советских журналистов, объединивший «работников с широким политическим кругозором, стремится к созданию [наркомата] с широкими задачами издательства, распространения, агитации, пропаганды».

Тульский отдел печати и неразрывно связанное с ним Тульское отделение Всероссийского Союза журналистов «ставит перед съездом вопрос о скорейшей организации народного комиссариата печати, агитации и информации... именно в том объеме, в котором сейчас развивается работа тульского отдела печати», – завершает свою мысль автор статьи¹.

Статус проводившегося в Москве совещания по опубликованному в газете «Коммунар» отчету определить невозможно: его именуют и съездом, и заседанием исполкома, и заседанием «центросовета советских журналистов». Информацию в газету Левин передавал из Москвы по телефону.

Интересна его оценка событий и своей исключительно важной личной роли в организации Союза журналистов наряду все упомянутых фамилий Старка, Стеклова, Сосновского, Керженцева – людей, действительно организовавших советскую печать. (В приводимом дословно тексте статьи фамилии тульских делегатов выделены курсивом. – *Авт.*)

«26 декабря было заседание фракции коммунистов.

В комиссию по разбору недоразумений между т. Срединским и т. Стекловым были выбраны т. Закс, Антонович, Блюшен и *Левин*.

Решено. 1) исключить Срединского из своей среды за его нечистоплотность в печати, за участие в черносотенной прессе, 2) т. Стеклову поставлено на вид о недопустимости личной полемики в прессе.

Съезд журналистов открывается 27 декабря. Присутствует 38 человек (представлено от 25 членов – 1 человек): 33 коммуниста, 2 сочувствующих, 2 беспартийных и 1 националист (ошибочно назван интернационалист. – *Авт.*)

Характер съезда деловой.

В исполнительный комитет журналистов избраны: от Москвы 11, в том числе т. Закс, Старк, Сосновский, Керженцев, Винченко, Эрдс и др.; от провинции 4: от Тулы: *Левин, Шнеерсон, от Петрограда: Чада-*

¹ Коммунар. 1918. 27 декабря. № 146. С. 3.

ев, Степановский.

В ревизионную комиссию Винченко, Степанов, Чегунов (от Тулы). Разбирается вопрос о Наркоме печати. Вынесена резолюция, представленная тульской депутацией. Съезд считает наркомат печати организацией не только необходимой, но вызванной самой жизнью.

Предложено исполком журу нового состава разработать детальный проект печати и представить на утверждение высшим органам, в том числе Совнаркому.

Вынесена резолюция о независимости печати и допущении единственного контроля над ней со стороны высших партийных органов на местах.

Утвержден доклад Сосновского о необходимости для провинции популярной газеты.

Самокритика обязательна. Решено, чтобы этот отдел, не скрывая, бичевал недостатки советского механизма, но имел бы положительную сторону, т.е. не имел бы вида насмешек.

Рассмотрен тариф журналистов, предложенный *т. Левиным*. Поручено в спешном порядке в 2-х недельный срок разработать тариф и представить его на утверждение Комиссариата труда¹.

Судя по тексту, тульскую журналистику на совещании представляли три делегата: Левин, Шнеерсон и, по ошибке метранпажа названный Чегуновым, Гавриил Константинович Чугунов. Исходя из нормы представительства (один делегат от 25 членов) в тульском союзе журналистов числилось в то время не менее 75 человек, принятых в организацию за полтора месяца. Это означает, что почти 90 процентов состава тульской журналистской организации приходилось на рабселькоровский авторский актив.

Некое сомнение в тексте вызывает утверждение об избрании в исполком союза четырех делегатов «от провинции» – от Тулы и Петрограда, хотя журналистские организации в 1918 г. были сформированы в 23 губерниях. Не удалось обнаружить в архивных документах Тулы упоминаний о делегате Шнеерсоне. Возможно, это был представитель Москвы, «проведенный» в исполком от провинции. Г.К. Чугунов оказался действующим тульским журналистом: работал в отделе печати, а с ноября 1918 г. – хроникёром и выпускающим газеты «Коммунар».

Исполком союза, несмотря на заявленное в отчете утверждение Левина о том, что «съезд считает наркомат печати организацией не только необходимой, но вызванной самой жизнью», объединительных идей тульского идеолога не поддержал. (Только в июне 1920 г. в структуре ЦК РКП(б) будет создан агитационно-пропагандистский отдел (Агитпроп), в функции которого перейдет организация и руководство всей устной и печатной работой партии, руководство издательствами и т.д. – *Авт.*)

¹ Коммунар. 1918. 31 декабря. № 149. С. 1.

Разочаровавшись в способности московских товарищей по Союзу журналистов принимать быстрые самостоятельные решения, лидер тульских журналистов охладел к делам организации и устранился от руководства союзом.

После полугодового затишья редакционная коллегия газеты «Коммунар» решила вернуться к идее объединения местных журналистов. Во многом это был протест против насильственного включения сотрудников газеты в организуемый профсоюз «служащих торговых предприятий, общественных организаций и советских служащих». Еще в декабре 1918 г. «Коммунар» сообщал, что «газетчики, подавшие свой устав в совет профессиональных союзов, получили отказ в регистрации устава и должны будут вступить в союз торгово-промышленных служащих, где и образовать секцию (отдел) газетчиков»¹. Безрезультатные переговоры с властью о создании в Туле собственного профсоюза за журналистов активизировали деятельность участников творческого литературного процесса.

После состоявшегося в Москве 7 – 8 мая 1919 г. II съезда советских журналистов сотрудники редакции газеты «Коммунар» приступили к организации видоизмененного Коммунистического союза журналистов.

«1 июня 1919 г., – сообщала газета, – состоялось первое в Туле общее собрание журналистов... Кроме постоянных сотрудников газеты, на собрании присутствовали представители райкомов РКП (б), тульских заводов и железнодорожников... На заседании, которое всего полнее выражало и объединяло журнальные и литературные силы города, был организован, согласно решению II съезда советских журналистов, первый Коммунистический союз советских журналистов г. Тулы. В Союз вошли коммунисты и сочувствующие. Так как коммунистов-журналистов в Туле слишком мало, то собрание решило не организовывать громоздкий аппарат исполкома журналистов. Было избрано особое руководящее бюро из трех товарищей: Зеликмана, Игнатова, Рауша».

В течение 1919 г. при поддержке уездных отделов печати союзы журналистов были организованы в шести уездах губернии: Алексине, Белеве, Богородицке, Епифани, Кашире и Новосиле. В отчете «Итоги работы Губиздательства Тульского отдела печати» отмечалось, что организованные объединения журналистов «оказались мало жизненными и не проявляют себя ничем, хотя это недостаток, кажется, не только уездных союзов»².

Очевиден намек отдела печати на губернский центр, где делами союза занималась газета «Коммунар»: все, что создавалось в структурах Левина – благо, все остальное – «мало жизненная» самодеятельность, пятое колесо в идеологии революции.

¹ Коммунар. 1918. 7 декабря. № 129. С. 2.

² ГАТО. Ф.Р-505. Оп.1. Д.7. Л. 4.

Действительно, очередное упоминание о деятельности союза находим только 13 сентября 1919 г., когда Тульское отделение Всероссийского коммунистического союза журналистов призвало коллег на общее собрание. Приглашались «сотрудники (коммунисты и сочувствующие) газеты «Коммунар», Тула-Роста, журнала «Пролетарское строительство» и других периодических изданий Тулы и губернии... Регистрация новых членов союза будет производиться на этом собрании»¹. Среди рассматриваемых вопросов повестки дня отдельным пунктом значились «Выборы в центральную школу журналистов».

Напомним, что в 1919 г. Российское телеграфное агентство для подготовки квалифицированных сотрудников печати из числа провинциальных рабочих и сельских корреспондентов организовало специальные курсы. В том же году на базе московских курсов было создано первое в России высшее учебное заведение журналистского профиля, получившее наименование Институт красных журналистов (ИКЖ).

На первый набор курсов туляки опоздали: Левин, видимо, поздно узнал об инициативе союза журналистов по организации школы, а оформление всех командировочных удостоверений, оплата суточных проходили только через отдел печати. Возможность послать на учебу в Москву сотрудников своих отделов, а затем, как всегда, успешно рапортовать о проделанной работе, забыв упомянуть организаторов учебы – в отделе печати не упустили.

В январе 1920 г. на занятия второго набора школы журналистики были посланы руководящие сотрудники отдела печати Орлова, Троицкая, Хомякова и Лайкин. Выступая на первом пленуме ответственных работников отдела печати (Левин ввел и такую форму руководства. – *Авт.*), возвратившаяся с курсов Троицкая рассказала коллегам о программе подготовки и условиях, в которых учатся слушатели. Приводим стенографический отчет тезисов ее выступления:

«...2. Подготовка весьма сжатая. Программа. Общий курс: Советская конституция, основы марксизма, политико-экономическая география мира, текущий момент, знакомство с аппаратом Роста. Специальный курс: основы газетного дела, практические занятия по информации, практические занятия по статьям, собрание материала, реферирование, обследование, хроника.

3. Неудовлетворительные условия жизни курсантов в Москве.

4. Недочеты работ. Причины: краткосрочность курсов, разделение труда преподавателей в одном и том же деле, недостаточный контакт педагогического совета с старостами групп курсантов, недостаточное добросовестное (персонально) отношение к работам со стороны некоторых преподавателей, недостаточная успеваемость курсантов сообразно с требованиями программы. Причины – разношерстность состава и условия жизни.

¹ Коммунар. 1919. 13 сентября. № 203. С. 1.

5. Плюсы школы: расширение политического кругозора – указаны пути подхода к политическим и социальным вопросам, строгая систематизация основ газетной работы и практическая разработка приемов подхода к отдельным отраслям, знакомство с техникой газетного дела.

При всех недостатках... курсы частично достигли своей цели. Расширение курсов до трех месяцев – залог более полного их успеха»¹.

В отчете отдела печати за январь 1920 г. Левин, говоря о школе журналистов, отметил, что «все сотрудники направлены на работу в уездные газеты... Удовлетворено три уезда: Крапивинский, Одоевский и Веневский. Четвертый сотрудник-журналист... назначен инструктировать уезды... На очереди Чернь, Новосиль, Белев». Левин в очередной раз слукавил: отправленные в уезды налаживать газетное производство Орлова, Троицкая и Хомякова уже через месяц вернулись на работу в отдел печати².

Архивные документы и публикации в местной печати активной деятельности тульского Союза журналистов не зафиксировали. Видимо, ни в отделе печати, ни в губкоме партии не видели необходимости поддерживать работу союза: власть понимала, что профессиональный самостоятельный союз может подорвать управляемость руководства печатью. Отсюда – недоверие и подозрительное отношение партии к дискутируемым в журналистском сообществе вопросам о задачах и целях союза, его участии в идеологической работе РКП(б).

...Тульская карьера Алькова Левина завершилась внезапно и так же неожиданно, как началась.

13 июля 1920 г. на заседании Большого президиума губернского комитета РКП(б) тогдашний председатель губернской ЧК А.И. Кауль доложил об аресте тов. Левина. Его обвинили в незаконном получении продуктов питания и преступлении по должности, выразившееся в попытке незаконного получения оплаты за сверхурочные работы...³.

Видимо, чекисты располагали и иными фактами злоупотреблений и коррупции в отделе печати. Так, вопреки «Положению о заработной плате» 1919 г. и инструкций тарифно-нормировочного отдела ВЦСПС Левин, возглавляя тарифно-расценочную комиссию, по своему усмотрению мог устанавливать доплаты до 50 % за совмещение, для некоторых руководящих работников отдела печати применял так называемые «московские журналистские ставки» – доплату в 50–70 % к разряду. С 1 января 1920 г. установил почасовую дополнительную оплату за участие в заседаниях и совещаниях по своему же отделу печати с расчетом по 50 руб. за каждый час заседания⁴.

Даже собственные лояльные сотрудники отдела вынуждены были

¹ ГАТО. Ф. Р-326. Оп.1. Д.156. Л. 70.

² ГАТО. Ф. Р-505. Оп.1. Д. 2. Л. 1.

³ ГАТО. Ф. П-1. Оп.1. Д.304. Л. 13, 17.

⁴ ГАТО. Ф. Р-505. Оп.1. Д.30. Л. 12.

критиковать работу финансового подразделения. Например, выступивший на заседании пленума ответственных работников отдела печати (протокол № 6) заведующий общим подотделом Груберман заявил: «Печальную картину представляет финансово-бухгалтерская секция... Скрылся бухгалтер Розин, не сдавший дел, скрылся завфинбухгалтер Стрельников, захватив с собой материалы и документы ликвидационной комиссии... Секция остается без главного бухгалтера»¹.

Обнаружив в архиве «Смету Тулгубпечати на 1921 год», мы легко подсчитали, что, запросив у государства на свою производственную деятельность 128.762.266 руб., прямые производственные затраты отдела печати могли составить всего 31 млн 870 тыс. руб. А вот на содержание аппарата и свои зарплаты отдел печати запросил: на канцелярские расходы – 13 млн 320 тыс., на командировочные расходы – 7 млн 186 тыс., жалование – 17 млн 412 тыс., сдельные (в том числе авторский гонорар) – 8 млн 706 тыс., сверхурочные – 8 млн 706 тыс., премиальные – 17 млн 412 тыс. руб. То есть прямые производственные затраты – 31 млн 870 тыс. – были вдвое меньше жалования чиновников – 72 742 тыс. руб.² Куда планировалось направить оставшиеся 34 млн. рублей вообще не понятно. Вероятно, и этим вопросом заинтересовались и чекисты.

За подобные преступления – незаконное получение продуктов питания и преступления по должности – «карающая рука революции» отдавала людей под суд трибунала, и, во всяком случае, с позором исключала из партийных рядов. Покровители Левина, по-видимому, постарались дело замаять: информация о его проступках, ходе разбирательства и возможном наказании в доступных архивных материалах отсутствует.

Понятно лишь, что Левин срочно засобирався в Москву. Вечером 7 августа он проводит очередной пленум ответственных работников отдела (протокол № 10) с повесткой дня «Новые задачи Тулгубпечати, как организатора Всероссийского объединения дела печати». В докладе заявил, что «задача Тульского губернского отдела печати выйти за пределы губернии, возглавить организацию всероссийского объединения печати и пропаганды... своей работой и практикой доказать возможность и необходимость единого аппарата печати и пропаганды». А для этого «необходима переброска опытных сил в Центр»³ [20, л.34].

Засобиравшаяся вместе с Левиным в Москву заведующая подотделом издательств тов. Минаева в своем выступлении пояснила, что в столице уже состоялись переговоры, в которых приняли участие руководители РОСТА Керженцев, Центропечати – Малкин, представители Госиздата. Тема дискуссии – развитие агитационно-пропагандистской отрасли, возможные пути и условия объединения занятых в этой рабо-

¹ ГАТО. Ф. Р-326. Оп.1. Д.156. Л. 13.

² ГАТО. Ф. Р-505. Оп.1. Д. 49. Л. 2-3.

³ ГАТО. Ф. Р-326. Оп.1. Д.156. Л. 34.

те структур под руководством партии или Наркомпроса. И несмотря на то, что «тов. Левиным был поставлен вопрос об объединительном съезде, – сказала Минаева, – вопрос так и не решен... А руководитель Центропечати Малкин вообще обвинил Тулу в том, «что она «смутила» всех и видит в этом «профессиональную рекламу»... В центре выяснить что-либо определенное трудно – заметен развал и расхлябанность».

Упомянутые Минаевой «развал и расхлябанность» действительно имели место. Генеральная стратегическая линия большевиков в области агитации и пропаганды только определялась, демонстрируя противоречия и недостатки. В этом дискуссионном хаосе, уверовав в свою мессианскую роль объединителя пока «центр шатается из стороны в сторону», Левин и отбыл из-под тульского суда в Москву «организовать сплоченную группу».

Занятому такими важными государственными делами человеку организация местного союза журналистов, разумеется, казалась пустяком, одним из многих пунктов в организационной партийной работе. Вскоре и весь партийный аппарат страны посмотрит на журналистику, как на «приводной ремень» и «активного помощника».

Созданный властью для решения сиюминутных управленческих задач – идеологического руководства массой новых газетных работников, Союз журналистов, сохранявший творческое начало и исторически сложившуюся в русской журналистике определенную оппозиционность, оказался мало приспособленным для прямого и ручного руководства печатью. С переподчинением Агитпропу всех идеологических структур, в том числе печати, конкретная задача руководства журналистами была решена, потеряла свою актуальность, а созданный для ее решения орган должен был либо прекратить свое существование, либо реорганизоваться. Конкурировать партии на идеологическом фронте было уже не с кем.

Дальнейшая судьба союза журналистов известна: от превращения в Союз печатников и объединения с профсоюзом полиграфистов и бушмажников, «тихого» партийного забвения к началу 1930-х годов до очередного воскрешения в 1957 г.

Литература:

- Государственный архив Тульской области (далее ГАТО)
- Газета «Коммунар» за 1918–1919 гг.

Идеология и журналистика. Дискуссии в СМИ (статья четвертая)

Черняк А.В., профессор, доктор исторических наук, заслуженный работник культуры России (журналистика).

В предыдущих статьях рассмотрены концептуальные аспекты понятий «идеология» и «журналистика». Ниже пойдет речь о необходимости в стране государственной идеологии, дискуссиях в СМИ по этой проблеме. Отмечается, что понятие «идеология» неразрывно связано с системным анализом политических, правовых, нравственных и эстетических отношений в обществе. В политической плоскости эта конструкция позволяет лучше понять то или иное явление.

Ключевые слова: государство, деидеологизация, идеология криминального гламура, консервативно-европейская идеология, идеофобия.

Государство и идеология

Идеология – это своего рода среда, «подпитка» центра принятия политических решений, где законодательная, судебная и исполнительная ветви власти составляют единый блок. Идеология, превалирующая в том или ином государстве или обществе, становится господствующей, может быть объявлена государственной, как в бывшем СССР, нынешнем Иране, других странах.

Государственная идеология создается властью специально из набора идеологием, с целью выполнения главной функции, а именно: обеспечивать протекание процессов в обществе, государстве, в наиболее эффективном режиме и связности, с определенным заданным ею содержанием, если последнее условие входит в идеологию, как составляющий ее атрибут. В рамках идеологии (в контексте осознания людьми собственного отношения к действительности, а также существования социальных проблем и конфликтов) содержатся цели и программы активной деятельности, направленной на закрепление или изменение данных общественных отношений. Ядром идеологии выступает круг идей, связанных с вопросами захвата, удержания и использования власти субъектами политики. Функция идеологии состоит не в том, чтобы предложить нам способ ускользнуть от действительности, а в том, чтобы представить саму социальную действительность как укрытие от некоей травматической, реальной сущности. Суть государственной идеологии сводится к подчинению людей и отправлению властных полномочий, содержится в принятых положениях и законах.

Любое государство имеет свою идеологию, некоторые авторы расценивают это как аксиому. Собственно государство это и есть идеология,

то есть система взглядов и принципов, которые создало государство и в рамках коих предписывает и обязывает жить своих граждан. Для этого государства и создаются – для этого они существуют. Поэтому 13-я статья Конституции РФ, о том, что «никакая идеология не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной» – мягко говоря, сказочка по белому бычка. Ни одна система, ни одно государство, политическая партия, организация долго не просуществуют без идейной основы.

Идеология – это теория политики государства, а государство – это институт, реализующий определенную идеологию, проводящий ее в жизнь. Это с одной стороны. С другой – у каждого государства есть своя приоритетная идеология, которую правомерно квалифицировать как идеологию государственную.

Государственная идеология будет работать, когда она проста и понятна всем. В её основе – обязательное признание свободы внутренней жизни и воли, социальных, культурных и экономических особенностей. Она должна дать миллионам своих сограждан возможности для самореализации, творчества, предоставить всем гражданам право наравне участвовать в общих вопросах государства

Итак, государственная идеология – это система идей, выражающая главные интересы конкретного государства как политического института, служащая теоретическим основанием его функционирования, мобилизующая его народонаселение на реализацию названных интересов. У государственной идеологии достаточно конкретное социальное назначение. Понять его в полной мере можно, обратив внимание на проблемы социальных интересов и социальных идей, которые существенным образом воздействуют на формирование идеологий. Таким образом, государство и идеология связаны¹.

Государственная (общенациональная), господствующая идеология формирует чувство долга и ответственности перед обществом и государством, заставляя различные социальные группы и отдельных индивидов признать превосходство интересов государства над своими частными интересами.

Государственная (общенациональная) идеология - это система ценностей, взглядов и идей, наиболее распространенных в обществе, принимаемых большинством.

В государстве идеологий может быть много, но государственная (общенациональная) идеология может быть только одна. Она призвана сплотить и сохранить общество.

Государство деградирует без единой идеологии, так как идеология – это средство духовного сплочения и руководства. Деидеологизация разрушительна для любого общества.

Российские СМИ неоднократно поднимали и поднимают на своих

¹ См. подп.: URL: <http://www.referatya.ru/catalog/detail/61971>

страницах проблемы отсутствия у страны государственной идеологии. Появляются публикации в печати, проводятся «круглые столы». Одну из публикаций «Государство и идеология. Нельзя идти вперед, не зная цели», в свое время организовал автор этих строк на страницах парламентского журнала «Российская Федерация сегодня». В обсуждении приняли участие члены Совета Федерации, депутаты Государственной думы, ученые, журналисты.

«Идеология есть всегда в любом государстве, даже если утверждают, что ее нет. Общественные дискуссии, которые шли в нашей стране в 60-е годы на волне технократизма, затем в 90-е на волне демократизации доказали, что за разговорами о деидеологизации идет замена одной идеологии на другую, – задал тон разговору С. Авакян, доктор юридических наук, профессор МГУ им. М.В. Ломоносова, заслуженный деятель науки Российской Федерации. В новой России имеется сочетание самых разных идеологий, но доминирует идеология криминального гламура. Это своеобразная система мировоззренческих ценностей, которая дает прямые ответы на прямые вопросы. В чем смысл жизни? В количестве денег и красивой жизни. Каким образом зарабатывать деньги? Любым, главное – не попадаться.

Есть надежда, что нынешний кризис убьет идеологию криминального гламура. Но неизвестно, что придет на смену. Наиболее приемлемая альтернатива – консервативно-европейская идеология. Ее смысл заключается в том, что нужно быть ответственным перед обществом, семьей, перед старшими поколениями. Главные ценности этой идеологии – долг, вера, закон, единство общества. И естественно, патриотизм. Поскольку современная Европа является центром развития идей гуманизма, который воспринимает человека высшей ценностью, то свобода также является частью данной идеологии. Но свободу мы понимаем не в либерально-европейском, а в консервативно-европейском смысле этого слова. Носителем консервативно-европейской идеологии в нашей стране является Владимир Путин. Казалось бы, это облегчает ее торжество, но во власти огромное число людей, которые исповедуют идеологию того же гламура. Они при каждом удобном случае присягают на верность Владимиру Путину, а на деле являются его идеологическими противниками.

Пришло время избавляться и от примитивного технократизма, и воинствующей идеофобии. Идеологию, скажем, национализма нельзя подавить ни полицейскими методами, ни манипуляциями по телевидению, ее возможно лишь вытеснить альтернативными идеологическими предложениями. В любом случае сегодня в России назрела необходимость иметь систему идеологических ценностей», – заключил Авакян¹.

Обращаю внимание на дату – 2009 год. Что изменилось с тех пор,

¹ Государство и идеология. Нельзя идти вперед, не зная цели // Российская Федерация сегодня. 2009. № 6. С. 20.

судить вам. А мы вернемся к «круглому столу» того же 2009 года.

«Идеология конечно же нужна, – поддержал его представитель фракции КПРФ в Государственной думе *И. Мельников*. – Именно она скрепляет единство народа, заставляет его осознавать не просто свои интересы, но и высокое предназначение России. Другое дело, что тут не может и не должно быть назидательности. Не может быть жизнеспособной идеология, построенная «сверху», когда власть в качестве идеологии назначает выгодную себе доктрину. Эффективной может быть только та идеология, которая, как бы это банально ни звучало, действительно «строить и жить помогает» большинству россиян.

Такая идеология вызревала на Русской земле столетиями на основе чаяний и надежд на социальную справедливость. Наиболее полно эти стремления отражает социализм. Во-первых, эта идеология не разделяет людей на классы, не делает одних лучше других только по причине происхождения или финансового благополучия. Во-вторых, это идеология тех, кто создает, производит, творит в противовес культу опустошающего и бессмысленного потребления, заложенного в капитализме. В-третьих, это прогрессивная идеология, так как в современном мире, с его развитыми информационными технологиями, экологическими и техногенными угрозами, военными рисками, работоспособными могут быть только системы, построенные на равномерном, спланированном, коллективном управлении, учитывающем интересы всех и каждого»¹.

Максим Рохмистров, депутат Думы от ЛДПР тоже полагает, что «идеология не может быть просто написана и создана искусственно. Если исходить из того, что у нас многопартийная система, то идеология государства должна формироваться на основе идеологий политических партий, представленных в Государственной Думе. Так, «Единая Россия» во главу угла своих идеологических забот ставит защиту интересов крупного капитала и естественных государственных монополий. А если побеждает, скажем, ЛДПР, то соответственно наступают патриотические приоритеты, равно как и по защите частной собственности, по развитию малого и среднего бизнеса. Если побеждает КПРФ, то на первый план выходят вопросы изъятия сверхдоходов и национализации, государственной поддержки социального сектора.

В России, к сожалению, мнение оппозиции в формировании идеологии и политики государства демонстративно не учитывается. И в этом одна из причин того, что у нашей страны сегодня идеологии, как таковой, нет, но есть ее некий суррогат, ориентированный на западные стандарты»².

«Конечно, идеология нужна, и она у нас сегодня есть, – высказал свою точку зрения представитель «Справедливой России» *Геннадий Гудков*. Это идеология Великой России — многонациональной и многоконфес-

¹ Там же. С. 20.

² Там же. С. 20.

сиональной страны, которая все это переплавляет в единое целое. Здесь главное – не перегнуть палку и выдержать равновесие. Надо понимать, что русский народ является системообразующим, и воздать ему должное за тот исторический груз, который он несет, но не превращать это в культ нации. ... В свое время за дискуссиями о деидеологизации страны выплеснули вместе с грязной водой ребенка. Была монодоктрина, моноидеология партии, которая представлялась как национальная. Ее разрушение привело к тому, что возникла пустота, потому что ничего другого взамен не оказалось. И это неправильно.

Как показывает опыт, у каждой партии может быть своя идеология, но национальная идеология государства всегда опирается на патриотизм. У России также должна быть идеология патриотизма с опорой на наше историческое прошлое, на достижения предков, на их великие подвиги. Идеология патриотизма является универсальной, присущей большинству серьезных политических партий не только в России, но и во всем мире. И присутствует в программах большинства политических объединений. Но надо понимать: если программные установки политических партий могут и должны меняться с учетом ситуации, то патриотическая идеология — это нечто такое, что не должно быть подвержено колебаниям политической конъюнктуры».

«Я внимательно слежу за дискуссиями, которые уже продолжительное время идут вокруг вопроса о государственной идеологии. Полагаю, что в большей степени это надуманная проблема, - считает член Совета Федерации от исполнительного органа государственной власти Челябинской области *Евгений Елисеев*. – В обществе, основанном на принципах политического и идейного плюрализма, никакой идеологии, претендующей на роль основной, всеобщей, не может и не должно быть. Об этом как раз и сказано в части 2 статьи 13 Конституции Российской Федерации. Для меня это положение Основного Закона страны не потеряло актуальности и сегодня. Конечно, при этом имеется в виду, что государство должно играть важную роль в развитии и поддержании конкурентной среды идеологий, отражающих реальное общественно-политическое состояние».

Член Совета Федерации от законодательного органа государственной власти Нижегородской области *Леонид Белов* оппонирует коллеге.

«Мировой опыт показывает, что от идеологической работы не отказывается ни одно государство, потому что идеология — это основа, которая позволяет формировать цели, перспективы общества и государства. Ценностный смысл идеологии как раз в том и заключается, что люди должны найти с ее помощью ответы на главные вопросы: каковы наши цели, куда мы движемся, каким образом будем добиваться этих целей и т. д. Поэтому идеологию нужно разрабатывать, выделять главные ценности. Впрочем, замечу: человечество уже давно их сформулировало на основе десяти христианских заповедей. И мы никуда от моральных ценностей не денемся.

И член Совета Федерации от исполнительного органа государственной власти Тамбовской области *Евгений Тарло* утверждает, что «идеология государству необходима, без неё государство не может существовать. Важно только определить, что мы понимаем под идеологией. Я противник той идеологии, которая существовала в советское время, когда черное называли белым и существовал огромный разрыв между идеологическим содержанием и реальной жизнью. Государственная идеология должна доносить до каждого члена общества цели и задачи государства, роль граждан и общественных институтов в развитии государства и улучшении жизни народа.

В идеологии должны находить отражение интересы всех слоев общества, прежде всего передовых. Как возникает идеология? Сначала идеи возникают в умах наиболее активных, развитых, профессионально подготовленных членов общества, затем проходят широкое общественное обсуждение. Задача законодателей – уловить ведущие, наиболее прогрессивные тенденции в идеологическом развитии общества и трансформировать идеи в нормы законов.

Сегодня в нашем государстве имеются серьезные идеологические проблемы. Размыты многие понятия, представления, такие, как взаимосвязь труда и благосостояния. Многие забыли, что в основе всякого богатства лежит труд, а не «приватизация», «хитрость» или обман.

Александр Дзасохов, член Совета Федерации от исполнительного органа государственной власти Республики Северная Осетия — Алания, тоже полагает, что «идеология – один из родовых признаков государства. Есть государство, есть государственная идеология. Вопрос в другом. Должна быть сформирована научная база, на основе которой будут формулироваться основные принципы государственной идеологии. Я считаю, поскольку это жизненно важная задача для государства, необходимо провести общенациональную дискуссию. Мы фактически выработываем стратегию развития государства на длительную перспективу. Убежден, что в качестве основного следует закрепить принцип – государство для граждан.

«За истекшие 20 лет отношение к понятию «государственная идеология» менялось неоднократно, – заявил *Юрий Солонин*, член Совета Федерации от исполнительного органа государственной власти Хабаровского края. – Я очень тяжело пережил крах марксистской идеологии. Не потому, что не критично относился к этому учению, а потому что считаю многие идеи, заложенные в социалистическом учении, продуктивными и актуальными по сие время. Многие из них в той или иной форме звучат в важнейших документах и теориях, определяющих нашу современную жизнь.

Постепенно ситуация в стране поменялась. Государство окрепло. Появилась четкость в политике. Была преодолена опасность расчленения России, хотя сепаратизм, безусловно, существует. Противостоять этому может некий идеологический принцип, а не чистая политическая

воля. Принцип, в основе которого лежат фундаментальные жизненные ценности человека вне зависимости от его национальности, религии, жизненного опыта и т. д. Идеологией в обиходном смысле я бы это не назвал, это – система животворящих национальных ценностей Российского государства. Таких, как святость территориальной целостности государства и поклонение земле, уникальная историческая целостность нашего народа как совместно приобретенный дар всех наших этносов.

Наряду с идеологией я различаю понятие «национальные приоритеты». Иногда их смешивают, заменяя одно другим. То, что мы должны достичь в социально-экономической или политической сфере, нельзя отнести к духовным установкам, хотя это могут быть важные национальные цели.

И последнее. Я крайне скептически отношусь к проблеме «русская национальная идея». Из-за ее беспочвенной мегаломании. Если у нас есть неповторимые духовные ценности, пусть они проявят себя сначала в качестве консолидирующей силы в нашей стране. Время национальных идей, призванных преобразить мир, прошло. Россия должна предстать перед миром крепким, сплоченным, культурно полноценным государством и обществом, к которому обращаются как к образцу, тогда нам не надо будет навязывать наши идеи. Русская духовность пришла в западный мир через классическую русскую литературу. А что придет в мир через нашу нынешнюю?»¹

Как видим, практически все представители фракций в Государственной думе и члены Совета Федерации говорили о необходимости для страны государственной идеологии. Но годы идут, а её как не было, так и нет.

Год 2018-й

«Некоторые нынешние политики говорят о том, что идеологии у нас нет. И всё же есть, утверждает на страницах еженедельника «Аргументы и факты» известный режиссёр *Николай Губенко*. – Это идеология наживы и стяжательства. Во всей стране полно примеров унижающей человека нищеты. И очень многие начинают рассуждать: почему одним сегодня достается всё, а другим – ничего? Почему я, который 20 лет назад был практически равен со всеми и жил в удовлетворительном достатке, сейчас пал на дно? А «они» благодаря своим экономическим махинациям, реформам, ваучерам и т. д. стали такими богатыми? Почему они посылают своих детей учиться в престижные западные университеты, а наши вынуждены прозябать в плохо оборудованных провинциальных школах?

В центре внимания современного государства должен быть, прежде всего, человек. На всех уровнях, включая законодательный и исполнительный, нужно попытаться устранить эти страшные перекосы, кото-

¹ Государство и идеология. С. 20.

рые заполонили страну. Ушли приоритеты, на которых базировалась наша нация: справедливость, сострадание, взаимопомощь. Нужно вернуть людям равенство возможностей, бесплатное образование, гарантированное трудоустройство (попробуйте-ка устроиться на работу после 45 лет), приблизительное равенство материального положения. А до тех пор, пока идеология государства будет нацелена на разобщение – по имущественному, по какому угодно признаку, - масштаб трагедии будет только усугубляться»¹.

Анатолий Салуцкий, глобальный эксперт «Альянса цивилизаций ООН», писатель, винит в отсутствии у России государственной идеологии президента России: «Идеолога у Путина не было и нет, что можно считать поистине исторической ошибкой нашего лидера, посчитавшего, видимо, что он единолично способен решить все поступающие к нему от имени эпохи идеологические задачи. Возможно, впрочем, эта ошибка проистекает из ельцинской Конституции, откуда идеология была вообще изъята.

Однако в ту пору речь шла, прежде всего, о политической идеологии, о невозможности возврата партийной монополии. Но жизнь показывает, что в нашу эпоху роль партий, наоборот, снижается, а вот значение других идеологических факторов, названных на западе «мягкой силой», заметно возрастает. И именно отсутствие в структуре российской высшей власти опытных идеологов не даёт возможности самой власти осознать, что всё, с чем ей приходится сталкиваться на идеологическом фронте – от скандалов в среде художественной интеллигенции до деструктива пятой колонны или попыток разрознить общество внедрением в российскую действительность пресловутого харрасмента, - всё это проявления недружественной «мягкой силы», на стимулирование которой запад выделяет колоссальные средства².

С горечью говорил о том же, выступая в Совете Федерации в марте 2018 года, тележурналист Владимир Соловьёв.

«Мы до сих пор воспринимаем мир как отражение Второй мировой войны. Считаем, что угрозы, которые могут возникнуть, исключительно возникают на границах, благодаря военной мощи. Сейчас, когда обстановка резко ухудшилась, когда мы перешли, по большому счету, в эпоху, близкую к религиозным войнам, потому что последние высылки наших дипломатов уже не базируются на международном праве, никто не захотел пользоваться предложенными механизмами и выработанными механизмами для определения истины, как в случае подозрения в химической атаке в Солсбери, нет, они были заменены на принцип солидарности, что напомнило крестовые походы, когда нам неважно, прав или виноват, важно – кто заявляет, и мы присягаем, потому что уверены, что это политически правильно и необходимо, не

¹ Нет сословному обществу // Аргументы и факты. 2018, 16 мая, № 20.

² URL:<https://www.asalutsky.ru/>.

дождавшись никакого рода завершения расследований, получения доказательств. Это не важно.

Неслучайно в Белом доме было заявлено, что «мы верим нашим британским партнерам». Но это не категория международного права, это религиозная категория – верить или не верить. Вот в этом условии противостояния мы по-прежнему почему-то считаем, что так, как де-факто уже не холодная война, а ее следующий этап, очень точно названный одним из европейских политиков «ледяной войной», будет развиваться по сценарию почему-то Второй мировой войны. Это, очевидно, не так.

Нас хотят победить. Бесспорно. Почему? Мир представляется сейчас, если угодно, Соединенным Штатам Америки, чего они не скрывают и о чем многократно пишут, как акционерное общество, где они являются держателем большинства акций в результате своего экономического развития. Все остальные страны они воспринимают как непослушных миноритариев, которых можно наказывать. Эта ситуация не подразумевает никакого права, кроме права сильного. Но почему мы наивно считаем, что с нами, кто нарушает в их представлении сложившийся уклад, будут разбираться методами нацистской Германии или методами Антанты путем вторжения? Зачем?

Выясняется, что гораздо проще, эффективнее и надежнее работают методы, которые американцы блестяще «откатали» на Востоке, когда возникает оппозиционное движение, это оппозиционное движение накачивается деньгами и оружием, дальше оно объявляется единственным праведным движением, которое надо поддерживать всему международному сообществу, включается информационная машина. Как результат – ужас, ужас действующей власти, которая не хочет идти на демократические перемены. Если необходимо – то и прямая интервенция, как мы видели в случаях с Ливией, Сирией, где впрямую действуют иностранные войска, не имеющие на это никакого права и ставящие задачи свержения законной власти. А дальше – смена этой власти, изменение политики государства и полное подчинение мнению мажоритариев, управляющих всем миром.

Что происходит у нас сейчас? С одной стороны, мы, бесспорно, добились суверенитета военного, суверенитета внешнеполитического, но он не опирается на суверенитет ни экономический, ни идеологический. Экономический суверенитет был утерян нашим государством довольно давно – со времен Бреттон-Вудской и Ямайской конференций, когда мир окончательно закрепился за долларом и на долларе. И после этого любые движения, которые мы пытаемся делать, волей-неволей связаны с общемировой финансовой системой. Идеологически мы находимся между Сциллой и Харибдой.

Мы сейчас вдруг осознали, что то, что мы воспринимали как абсолютную данность, предложенную властью в 90-е годы, не принимается большинством населения нашей страны, те ценности, которые предла-

гает Запад, не воспринимаются большинством населения нашей страны как абсолютная истина в конечной инстанции. Но собственный путь мы до сих пор не выработали, мы его не нашли.

Если угодно, мы видим некий разрыв сознания: с одной стороны, люди требуют от нас, чтобы мы сформулировали идею, сформулировали, чем Россия иная, – и мы говорим о чувстве справедливости, но дальше народ возвращается в каждодневную жизнь – и видит ли он эту справедливость? И безопасность страны, с одной стороны (извините за тавтологию), связана с тем, что необходимо, чтобы народ верил в то, что он живет в самой справедливой, пусть и не самой благоустроенной, стране, которая защищена и которая на стороне добра, правды – а мы эту правду не формулируем.

У нас нет идеологии, у нас запрещена государственная идеология из страха возвращения к коммунистической. У нас нет институтов, вырабатывающих идеологию. У нас нет площадок, на которых идут философские дискуссии для формулирования нашего пути. Мы зачастую формулируем свой путь по отторжению другого пути. Мы говорим, что мы не такие, но не говорим, какие же мы. Мы рассуждаем о величии русской литературы XIX века, но это звучит для молодого поколения, вежливо говоря, зачастую ни о чем, потому что наши школы находятся в процессе невнятного устройства, где есть всё, кроме «образования» – то есть формирования образа человека.

Главное поле сражений – это души людей. Технология вторична. Мне говорят: «Посмотрите, какой разрыв между нашим поколением и нашими детьми. Когда мы росли, не было такого количества социальных сетей, гаджетов». Да. А с другой стороны, когда читаешь Экклезиаста, понимаешь, что человек вообще не изменился. Человек по своей природе остался тем же.

Донесение мысли может быть через разные технические средства, но ее формулирование очень важно. По-прежнему ложь бежит с сумасшедшей скоростью, а правда медленно-медленно плетется. Вот, пожалуй, мы видим трагедию Кемерово. Есть ли у людей право выйти и высказать свои претензии? Безусловно! Боль и возмущение абсолютно понятны, абсолютно справедливы. Но когда разогревают людей, вбрасывая фейки; когда выясняется, что украинский пранкер звонил в морг и говорил: «Так, вы готовы? Вам сейчас привезут 300 трупов».

Да, мы можем говорить миллион раз, что это ложь, но нет ответственности. Нет ответственности! Наше законодательство не успевает за реалиями жизни. Сейчас главные удары наносятся не бомбами и не ракетами. Достаточно вбросить дезинформацию и ее накрутить, для того чтобы вывести существенное количество людей на площади и привести их в состояние, в котором они готовы будут на любое правонарушение. И государство что, беззащитно?

Новый тип войны – это тип информационно-организаторского действия. И здесь мы оказываемся, если угодно, между Сциллой и Хариб-

дой. С одной стороны, колея, страшная колея репрессий и сталинизма по-прежнему не заросла, и когда горячие головы в нашей стране требуют Сталина, они не очень понимают, о чем они говорят. Они идеализируют во многом тот период, выдергивая из исторических реалий, и пытаются привнести здесь и сейчас.

Мы сейчас должны выработать методы, при которых мы не перегибаем палку. Мы должны пройти между Сциллой и Харибдой, сформулировав свой путь и обеспечив необходимую юридическую, правовую и физическую защиту наших граждан. Это значит, нам надо экстренно менять законодательство в части распространения ложной информации и ответственности за это. Нам надо пересматривать наше отношение к собраниям и митингам. Ведь что такое собрания и митинги?

У нас есть статья 31 Конституции, гласящая, что все имеют право собираться мирно, без оружия, проводить собрания, митинги и демонстрации, шествия и пикетирования. А как обеспечить безопасность людей? Движимые справедливым возмущением люди, выходят на улицу, скажем, 10, 15, 20 тысяч человек И тут в толпу летит несколько бутылок с «коктейлем Молотова». Что начнется? Страшно подумать. Поэтому, если мы говорим, что люди имеют право выходить, мы же должны обеспечить их безопасность, мы должны сделать все возможное, чтобы они не пали от рук провокаторов.

И здесь мяч на вашей стороне. Вы должны, отбросив эмоции, выработать принять и утвердить такие законы, которые сделают нашу жизнь лучше. Вы, последний заслон, перед тем, как закон уйдет на подпись Президенту, должны проверить каждую строку на разумность. А чтобы проверять, кроме всего прочего, необходимо задать вопрос: а какую сверх задачу этот закон решает?

Но мы не можем ответить на этот вопрос, потому что у нас в государстве нет идеологии. Как решать эти вопросы? Кто их будет решать? Новое поколение? Нет. Мы не можем оставить новому поколению решение базовых вопросов, потому что оно само проходит процесс воспитания.

Мы должны прекратить стесняться быть собой – быть великим русским народом. Мы должны прекратить оправдываться, мы должны начинать создавать условия в нашей стране такие, чтобы народ гордился не только своим великим прошлым, но и своими великими настоящим и будущим. А это требует пересмотра множества механизмов, действующих в нашей стране, для того чтобы убрать все лишнее и выйти на интересы человека и защиту этих интересов, утвердить свою государственную идеологию. Это превыше всего, это главная задача власти».

Члены Совета Федерации бурно аплодировали Соловьеву, а глава Совета Федерации РФ В. Матвиенко поблагодарила его за то, что он открыл глаза на реальную жизнь. Но аплодисменты утихли, а вслед за ними ушла в небытие и яркая речь Соловьева. Идет время, а все остается по-старому.

Какую идеологию, какие ценности находим в СМИ?

Выше мы пришли к выводу, что СМИ – зеркало нашей жизни и отражают те процессы, которые происходят в реальности. Заметили, что иногда зеркало бывает кривоватым, это когда журналистика в угоду кому-то или заблуждаясь, искажает действительность. К сожалению, кривое зеркало в последние десятилетия появляется в России все чаще...

Лет тысячу назад человек владел четырьмя видами коммуникации – устной речью, музыкой, живописью и письменностью. Затем пошел процесс развития средств коммуникации. В XV веке появляется печатная книга, в XVII – газеты и журналы. В XIX веке происходит первый скачок – изобретены фотография, радио, телефон, действует телеграф, грамзапись. В XX веке следует второй скачок в развитии коммуникаций – появляется магнитопись, телетайп, телевидение, видео, факсимильная связь, оперативная полиграфия, космическая и мобильная связь, компьютерные системы с их всемирной «паутиной». К концу XX века на первое место вышли электронные средства массовой коммуникации, значительно потеснив печатные.

Технологии развиваются стремительно, благодаря пытливой мысли человека, а сам человек, как это ни парадоксально, остаётся прежним, даже, пожалуй, духовно несколько обеднел. В немалой степени повинны в том и СМИ, и бурное развитие технологий.

Обрушивая на аудиторию поток всевозможной информации, СМИ доходят до каждого человека и формируют у него определенные ценности, вызывают ответные действия. СМИ воздействуют на массовое сознание, заключающее в себе скрытое или явное отношение различных социальных общностей к проблемам, событиям действительности. Таким образом, формируется та или иная заданная идеология. Сама по себе деятельность СМИ, ставящая задачей внушить что-либо обществу, является негуманной, поскольку люди не могут контролировать направленное на них воздействие и, соответственно, оказываются бессильны перед подобными внушениями. На этом и зиждется борьба идеологий. Она ведется по всем направлениям и, прежде всего, в формировании или низвержении определённых ценностей.

В рамках исследования формирования ценностно-нравственных ориентаций отечественные ученые А. Зиновьев, С. Кара-Мурза, В. Хелемендик, Д. Пьяных и др., акцентируют внимание на таких видах ценностей, тиражируемых посредством СМИ, как **поведенческие** – занимающие центральную позицию в структуре личности, определяют жизненные ориентиры, оказывают существенное влияние на направленность человека и содержание его социальной активности, поведение и поступки, его социальную позицию и на общее отношение к миру, к себе и другим людям, к развлечениям, отдыху; **материальные** – благосостояние; **прикладные** – коммуникация, образование; **искус-**

ство – музыка, литература, мода; эстетические.

Но это далеко не полный перечень ценностей. Они охватывают всю нашу жизнь: экономику и политику, культуру и быт. Системы ценностей, функционируя как на уровне личности, так и на уровне общества, создают своеобразное единство. Это происходит благодаря тому, что личностная система ценностей всегда формируется, основываясь на ценностях, которые являются доминирующими в конкретном обществе, а они в свою очередь влияют на выбор индивидуальной цели каждого отдельного человека и на определение способов ее достижения. В то же время есть ценности, которые разделяют лишь члены отдельных организаций или групп людей. И всё это присутствует в СМИ, имеет свои особенности.

Красной нитью через многие публикации проходит мысль, что проблема соотношения цели и средств - одна из основных аксиологических проблем XXI века. Существуют, как известно, положительные и отрицательные ценности. Положительные ценности – идеалы, следовательно, они и являются целями общества. Отрицательные ценности развенчиваются, ибо мешают нормальной жизни людей.

Со страниц газет и журналов, с телеэкрана, из интернета идет поток негативной информации об очередных терактах, природных катаклизмах, убийствах, цветных революциях. Это превращает жизнь в океан проблем, где теряется контроль над своей жизнью.

К негативной информации, по мнению многих исследователей, относится продукция:

- пропагандирующая культ богатства, денег, вседозволенности;
- примитивизирующая индивидуальные и социальные потребности (включая многочисленные ток-шоу и реалити-шоу);
- формирующая пренебрежительное отношение к бедным и слабым, старшему и младшему поколениям;
- содержащая экстремистские материалы;
- принижающая или дискредитирующая человеческие ценности: труд, нравственность, патриотизм, любовь, милосердие, творчество, честность, порядочность;
- эротического и порнографического характера;
- с изображением физического или психического насилия (детальное изображение убийства людей или животных, причинения увечий или мучений, вандализма, наслаждения насилием и жестокостью);
- пропагандирующая употребление наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов; алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе; табака, табачных изделий и курительных принадлежностей; основанные на риске игры, пари, за исключением лотереи, а также продукция, пропагандирующая иные виды физической и психической зависимости;
- провоцирующая причинение себе увечий, иного вреда здоровью или самоубийства;
- содержащая бранные слова, непристойные и оскорбительные срав-

нения и выражения;

– пропагандирующая правонарушения и иное девиантное поведение и др.

Что бы перекрыть поток негативной информации нужны меры контроля, наказания, ограничения, регулирования, стимулирования и госзаказа, отмечают исследователи. Необходима целостная система защиты сознания населения России от информационных ударов через СМИ. Введение подобных механизмов на первый взгляд сродни цензуре, против которой выступает «все прогрессивное человечество». Действительно, цензуру вводить нельзя – это ущемляет, если не полностью исключает свободу слова. Но в России в настоящее время, скорее всего, происходит подмена понятий «свобода» и «вседозволенность». Трансляция передач, в которых содержатся сцены насилия или откровенные сексуальные сцены может начинаться не ранее 23 часов вечера и продолжаться вплоть до 6 часов утра. В этом случае ни о какой цензуре речь не идет, таким способом государство заботится о своем будущем - молодежи. Авторы отмечают, что по опросам ВЦИОМ 70 % опрошенных россиян поддерживают идею осуществления нравственной цензуры в СМИ¹.

Одна из доминирующих тем в СМИ в XXI веке – криминальная. Причем она доминирует на телеэкране не только в документальных сюжетах, но и в художественных, подтверждением чему стали телесериалы, по существу, романтизирующие тему беспредела. По утверждению известного кинокритика Д. Дондурея, эти темы сегодня стали основным смысловым ресурсом российского телевидения. Вслед за сериалами «Брат», «Брат-2», «Улицы разбитых фонарей» пошли им подобные: «Касатка», «След», «Московская борзая», «Мажор», «Ленинград-46», «Глухарь»... Иные из них сняты не плохо, и потому привлекали повышенное внимание телезрителей. Однако это не уменьшает серьезности возникшей проблемы, когда насилие и криминал, погони, кровопролитие стали реальным источником массовых мифологем, романтизирующих эту реальность. С помощью современного российского телевидения в нашей стране выросло уже целое поколение, воспитанное на боевиках, ужастиках и весьма специфических представлениях о красивой жизни, которая вдруг явится по «щучьему велению»².

Применительно к нынешней ситуации есть основания говорить о том, что, активно используя в своей практике приемы манипулирования и клишируя формы антисоциального поведения, российские массмедиа стимулируют в сознании людей появление определенных морально-нравственных стереотипов. Превалирование оценочных конструкций над рациональными создает основу для усиления «гена

¹ URL:https://astv.ru/club/blog/hochu-skazat/8IeOprJ_d0Sg9M5XBbT3uA.

² См. подробнее: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nravstvennye-orientiry-zhumalistiki-v-sovremennom-informatsionnom-prostranstve>.

агрессивности» и одновременно его антипода – «пофигистского» состояния общества. Это приводит к нигилизму в отношении всей окружающей жизни, пренебрежению к сложившейся в обществе морали и в конечном итоге – к дестабилизации социальных и межличностных отношений. Такое восприятие неизбежно порождает острый конфликт между молодым и старшим поколениями, затрудняющий формирование единых представлений о стратегии развития страны, в том числе в сфере духовной культуры, что делает невозможным координированное развитие общества.

Тиражирование в СМИ искусственной картины мира приводит к общей отстраненности людей от информационной культуры. Значительная часть аудитории интуитивно ощущает, что создаваемая журналистами действительность имеет мало общего с ее повседневными заботами. В итоге оказывается невозможным ставить вопрос о формировании гражданского сознания людей. Ярко выражено несоответствие содержания передаваемой информации прагматическим ожиданиям аудитории. Происходит парадоксальная ситуация. С одной стороны, люди, казалось бы, смотрят телевидение, читают прессу, а с другой – не ощущают стремления следовать за их содержательным контекстом. «Это смотрение вполглаза, слушание вполуха, – констатирует социолог Б. Дубин. – Не очень глядят на картинку, не очень прислушиваются к оценкам (особенно если они политические). Отчасти похоже на то, что было в последние годы Советского Союза: «Болтают и болтают»¹.

Средства массовой информации, прежде всего телевидение, сегодня не столько отражают и интерпретируют действительность, сколько конструируют ее по своим правилам и по установкам заказчиков. Имея все расширяющиеся возможности воздействия на людей, их психику, СМИ в будущем потенциально могут подмять под себя все другие ветви власти, поставить их в зависимость от собственных интересов. Это создает серьезную опасность для устойчивого развития современного общества, одним из главных принципов которого является принцип разделения властей. Выход из данного положения лежит на путях усиления правового регулирования и общественного контроля деятельности СМИ, воспитания критического к ним отношения.

Под воздействием СМИ, Центр «Российский сетевой интеллект» и Центр проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования разрабатывают законопроект «О защите нравственности, психического здоровья и психологического состояния потребителей продукции средств массовой информации, интернета и издательской деятельности», в рамках которого признается и фиксируется необходимость государственного регулирования оборота информации, оказыва-

¹ Дубин Б.В. Группы, институты и массы: Культурная репродукция и культурная динамика в современной России // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 1998. № 4.

ющей негативное воздействие на нравственность, психическое здоровье и психологическое состояние народонаселения.

Справедливости ради надо признать, что в сложившейся ситуации с идеологией потребительства виноваты не столько СМИ, как институт, за все происходящее несут ответственность стоящие за ними силы, а также государство, призванное охранять своих граждан от любого агрессивного воздействия. В стране нет удовлетворяющей интересы общества законодательной базы, а там, где нормативно урегулированы отношения СМИ – общество, законодательные нормы зачастую просто игнорируются. Не созданы инструменты противодействия разрушительному влиянию со стороны СМИ, не определены критерии того, что «хорошо» или «плохо», «можно» или «нельзя», исходя из норм морали и нравственности. Также нельзя забывать, что каждое человеческое сообщество имеет свою систему ценностей, обусловленную историей и ментальностью страны, выработанную опытом предыдущих поколений и представляющую собой наиболее удобный и целесообразный способ существования. Только учитывая все факторы и беря за основу российскую систему ценностных ориентиров можно разработать успешные механизмы противодействия деструктивному воздействию СМИ, которое, в основном, моделируется по западным меркам.

Процесс формирования ценностей средствами массовой информации можно условно разделить на три этапа. Первый – информация, привлечение внимания аудитории к определенной ценности на основе наблюдения за отдельными фактами общественной жизни и показа этих фактов. Второй – популяризация или включение в систему уже существующих в обществе ценностей способом анализа уже синтезированного идеала или отрицательного явления. И третий – заключительный – всемерная пропаганда, агитация, организаторская работа журналистов с тем, чтобы данная ценность воплотилась в сознание людей.

Анализируя роль журналистики в политических и идеологических процессах, белорусские исследователи отмечают, что её роль возрастает и это обусловлено следующими объективными и субъективными факторами.

Во-первых, окончательно оформились две основные тенденции социально-политического развития в ближайшие десятилетия: медиатизация всей политической жизни, все большее подчинение политики правилам игры, которые диктуют СМИ, и олигополизация информационного пространства. Такие процессы связаны с тем, что отсутствующую централизованную систему политических коммуникаций заменяет институт СМИ, который становится центральным институтом политического рынка. Происходит полное переплетение сферы политической и СМИ, что позволяет говорить о медиатизации политики и формировании медиаполитической системы. При этом медиатизация политики определяется как процесс, при котором политическая жизнь

перемещается в символическое пространство СМИ.

Во-вторых, развивается процесс медиатизации культуры, который по сути дела игнорирует независимость и специфичность самого культурного производства. Достижением культуры начинают считать лишь тот продукт культурной деятельности, который назван таковым в СМИ. Условно говоря, не обязательно вовсе быть талантливым писателем, главное — находится на хорошем счету в СМИ, быть замеченным журналистами. Можно утверждать, что медиатизация культуры ведет ко все большей потере самой культурой своей автономии и исключительности (которые всегда выделяли ее из других видов человеческой деятельности), усиливает ее политизацию и идеологизацию.

В-третьих, набирает силу процесс медиатизации науки. СМИ стремятся все больше взять на себя функцию научного анализа реальности, пытаясь оттеснить на второй план социально-гуманитарные науки. Это не только наносит ущерб имиджу науки как таковой, но и нивелирует ее результаты до уровня информационных сообщений. Вместе с тем, следует понимать, что у этого процесса есть вполне объективная основа — от брака науки и искусства родились средства массовой информации, и самое энергичное дитя — телевидение. Исследование процесса формирования общественного мнения показали поразительное сходство со структурой научного процесса. СМИ также превращают любую реальную проблему в модель, но делают это, в отличие от науки, не с целью познания, а с целью непосредственной манипуляции сознанием. Способность упрощать сложное явление, выявлять в нем или изобретать простые причинно-следственные связи в огромной степени определяет успех идеологической акции. Так, мощным средством науки был редукционизм — сведение объекта к максимально простой системе. Так же поступают и СМИ.

Как показывают социологические исследования, журналисты в своем большинстве исходят из концепции упрощения и поэтому чисто механически подгоняют сложные, нестабильные и неоднозначные социальные, политические, экономические, идеологические явления под какую-то устойчивую, универсальную формулу. Такого рода информацию аудитория должна воспринимать без всяких усилий и, следовательно, без критического осмысления.

Таким образом, в настоящее время в СМИ сформировался редукционизм идеологических сообщений, основанный на сведении реальных социально-политических, мировоззренческих проблем и явлений к предельно упрощенным и легким для восприятия аудиторией СМИ утверждениям. Особенностью современных СМИ, особенно электронных, как на Западе, так и на постсоветском пространстве, является разделение идеологической доктрины на отдельные компоненты — так, чтобы аудитория не смогла связать их воедино и осмыслить как целостную политическую идеологию.

В-четвертых, идет процесс коммодификации аудитории, т.е. процесс превращения аудитории в товар, предание ей свойств товара, произведенного для купли-продажи. Д. Смайт в конце 70-х годов прошлого века заявил, что товаром средств массовой информации является аудитория. СМИ создаются тогда, когда они производят и «доставляют» аудиторию рекламодателям. Содержание СМИ в связи с этим становится только способом привлечь аудиторию. Иными словами, работа по созданию аудитории есть главный продукт СМИ.

В-пятых, суть информационной революции, которая прошла в мире в последнее десятилетие прошлого века заключается в том, что сегодня наиболее выгодным видом коммерческой деятельности стало преобразование человеческого сознания. Характерно, что промежуточным этапом подобной трансформации является состояние, когда для людей, подвергающихся воздействию СМИ, окружающий мир все в большей мере перестает быть реальным и все больше приобретает виртуальный, сконструированный, искусственный характер. И это закономерно, так как информационное общество, по существу, базируется на навязывании гражданам единой для всех модели восприятия мира, то есть идеологии игнорирующей индивидуальные интересы и особенности. Подобный подход получил условное название «информационная терапия». Если попробовать дать определение этому термину, то чаще всего под ним подразумевают стремление решать все проблемы общества (политические, экономические, социальные, идеологические) корректировкой человеческого сознания, а не изменением реально окружающего нас мира.

В-шестых, в настоящее время имеет место принципиальное снижение издержек распространения социально-политической информации, что обусловлено развитием принципиально новых видов политической электронной коммуникации. Политическая информация как товар имеет одну особенность. Производство оригинала стоит дорого, но последующее его тиражирование в электронном виде обходится издателю почти бесплатно. Поэтому, когда политическая информация становится действительно массовой, она вообще теряет цену и в итоге сегодня уже никто не удивляется, что огромные массивы политической информации в интернете доступны без всякой оплаты за нее.

Наконец, стало очевидным, что собственно экономические требования глобального медиарынка не совсем стыкуются с традиционной ролью национальных СМИ, то есть социально-политическая и идеологическая функции журналистики, ориентированные на формирование гражданского общества, вступают в противоречие с философией нового глобального медиапорядка. Суть этой философии в том, что культивируется идеология потребления, утверждающая, что смысл жизни состоит в обладании вещами. Именно поэтому в СМИ все больше места отводится маркетинговой информации, которая становится сегодня не просто пропагандой отдельных товаров или услуг, а новых жизненных

стилей. Политическая реальность при этом настолько трансформируется журналистами, что становится специфическим средством, декорацией той или иной идеологии¹.

Но это точка зрения авторов, возможны и другие взгляды, потому предлагается читателям, во-первых, самим сделать выводы по проблеме государственной идеологии для России, а во-вторых, думается, не-безынтересно послушать предложения по ее решению авторитетных специалистов и, в-третьих, проследить, а что же делают СМИ в этом направлении? Главенствуют же, ныне на телевидении, в печати, социальных сетях, как показывают исследования — идеология потребительства, в основе которой массовая культура, развлечения.

Следует отметить, что страсть к деньгам, к наживе, богатству махровым цветом расцвели у нас после распада СССР. Тогда и появилась идеология потребительства. Она сменила идеологию созидания. А созидание - это движение вперед. Во всем. Идеология же потребительства — это топтание на месте, ибо она ничего не создает. Пока идеология потребления существует на обыденном уровне, находит теоретическое выражение только в качестве социологических и философских исследований, которые имеют нейтральный или критический характер.

Судя по материалам СМИ, образно говоря, общество потребления представляет собой некое гипертрофированное животное. В природе зверь не думает о другом, он добывает еду, убивает, чтобы жить. Насытившись, захватив необходимую территорию, успокаивается и не идет убивать дальше. Человеку же всегда мало. Помнятся сетования олигарха Березовского, моментально разбогатевшего, ставшего миллионером, благодаря различным махинациям с приватизацией народного имущества, что другому мошеннику, Гусинскому, тоже ставшему олигархом таким же путем, удалось больше заграбастать во время приватизации. Человеку кажется, что захватив как можно больше, он станет более великим и жизнеспособным. Это результат сочетания интеллекта и животных инстинктов. Фундаментальная составляющая такой идеологии — это приоритет инстинктов, низших потребностей перед собственно человеческим.

Человек, которым управляют инстинкты — предсказуем, а значит, легко управляем извне. Поэтому системе выгодно приводить человека в такое состояние. Есть и еще «преимущества»: чем дольше он находится в таком состоянии, тем легче его в таком состоянии удерживать. Нахождение в таком состоянии не требует от человека усилий, что также облегчает «воспитание».

Счастье не в деньгах, а в их количестве, возможностях, в покупках — продолжают настаивать «эффективные» собственники и менеджеры. Следуя этой нехитрой жизненной философии, 1 миллиард наиболее обеспеченных людей «съедает» ныне 72 % мировых ресурсов. Пять Зе-

¹ См: URL: <http://megaobuchalka.ru/1/27993.html>

мель – столько понадобилось бы сегодня всему человечеству, если бы каждый землянин использовал столько же природных ресурсов, сколько расходует среднестатистический житель США. Поскольку планета в нашем распоряжении только одна, то сверхпотребление уже обернулось сверхразрушением нашей среды обитания: более чем на 40 % сократилось общее число видов животных и растений, загрязнены 70 % поверхностных и 30 % подземных вод, загрязненным воздухом дышит 92 % населения, свыше 58 % экосистем находится в критическом состоянии.

Анализ показывает, что СМИ после распада СССР активно пропагандируют идеологию потребления. Главная особенность потребительства в том, что оно ориентировано не на удовлетворение естественных материальных и духовных потребностей человека, а на улаживание его ненасытных желаний, страстей, апломба, возвышения над другими, утверждению более высокого социального статуса. Потребительство — это избыточность в потреблении, стремление к большему и большему. Именно эта идеология является причиной основных негативных явлений современности: войн, варварского уничтожения природы, коррупции, криминала и др.

Возможно возражение, дескать, потребление тоже движущая сила развития производства, в целом экономики. Да, если оно ориентировано на удовлетворение потребностей человека. Ориентация же общества в целом на потребление ведет к деградации человечества. Отказавшись от идеологии потребления, несомненно, люди станут больше уделять время образованию, творчеству. Станут более внимательными друг к другу. Следовательно, станут более развитыми. Их поведение будет более осознанным, меньше станет управляться инстинктами. На смену политике потребления одними за счет других придет компромисс, взаимовыгодное сотрудничество. Общество станет более гуманным и безопасным.

С другой стороны, исключительно потребительское общество имеет тенденцию к истощению ресурсов планеты, уничтожению культур, еще большему социальному расслоению, следовательно, к возрастанию агрессии, пренебрежению ради выгоды здравым смыслом и безопасностью. В таком обществе произойдет упадок морали, искусства и науки, всего того, что отличает человека как духовный объект.

СМИ не сообщают о негативных последствиях идеологии потребления, а предлагают обществу образцы взаимодействий и социального поведения, которые, будучи ежедневно воспроизводимыми, во многом определяют ценностные ориентиры своих аудиторий. «Идеологическое влияние медиа проявляется не только в содержании сообщений, но и в системном отборе одной информации и исключении другой из сферы публичного обсуждения»¹, - указывает исследовательница М.В.

¹ *Иванова М.В.* Идеология потребительства как феномен современного либерально-

Иванова. По её мнению, потребительская идеология проявляется в новостных материалах, в голливудской продукции, развлекательных программах. Но главным средством ее выражения является реклама. Как правило, рекламируется не сам товар, а стиль жизни, связанный с его потреблением. Пропагандируется стандарт поведения, свойственный, прежде всего, «верхушке» среднего класса. Стандарт этот представляется в качестве показателя социального успеха. Реализация жизненных целей и решение всех личных и социальных проблем оказывается неразрывно связаны с потреблением все новых и новых товаров. В итоге реклама из средства продвижения товаров на рынок превратилась в механизм распространения идеологии потребительства, формирования соответствующей ей личности.

Вместо заключения

Задача любого исследования не только проанализировать проблему, вскрыть суть её, рассмотреть, почему она возникла, и приковать к ней внимание общественности, но и, подводя итоги, внести предложения по исправлению ошибок, решению конкретно обозначенных задач. Только в таком случае исследование принесет пользу. Это можно сделать без особого труда на основе вышеизложенного: **НАМ КРАЙНЕ НЕОБХОДИМА ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИДЕОЛОГИЯ**. Несмотря на то, что в Конституции записано требование России не иметь государственной идеологии, последняя объективно необходима. Эмпирическим фактом является то, что ни одно из обществ (и государств) не может обойтись без идеологии. Ведь идеология это «характерная для конкретного общества ценностная система философских, научных, эстетических, нравственных, правовых, политических, экономических, социологических знаний о мире и месте человека, которая организует, регулирует, интегрирует и направляет деятельность индивидов во всех сферах жизни общества». Идеология пристрастна, так как она выражает реальные интересы и умонастроения классов, социальных слоев и народов. Государство же, как интегратор всех интересов общественных классов, социальных групп и слоев не может нормально функционировать без идеологии.

Как отмечалось выше – СМИ зеркало нашей жизни. И не только зеркало, но и прекрасный инструмент влияния на общество, создания новых ценностей и ориентации. В современном мире в силу ряда объективных и субъективных факторов возрастает духовно-идеологическая роль СМИ, призванных хранить духовные ценности. Дабы повысить влияние журналистики на формирование ценностной ориентации общества, в первую очередь нужна государственная программа, которая определила бы систему, упорядочения ценностей общества, лежащих в основе целеполагания, выделила бы в качестве идеала некоторое ко-

нечное и абсолютное благо, ради которого осуществляется вся деятельность общества и которому готовы подчинить отдельные его представители свои интересы. Нашей национальной идеей, нашей идеологией может быть принцип - жить по совести, который предполагает честность, патриотизм, справедливость, милосердие, верность долгу, честь, достоинство, почитание традиций, трудолюбие. Кстати, этот принцип в той или иной последовательности пропагандирует большинство российских СМИ и по оценке социологов его поддерживало в конце 2018 года 71.5 % населения России¹.

Литература:

- *Вартанова Е.Л.* Работы: Теория СМИ. Медиасистема России. О современных медиа и журналистике. М.2015.
- *Волков Ю.Г.* Образы идеологии в современной России. – М.: КНОРУС. 2016.
- *Дубин Б.В.* Группы, институты и массы: Культурная репродукция и культурная динамика в сегодняшней России // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 1998. № 4.
- *Иванова М.В.* Идеология потребительства как феномен современного либерально-демократического общества // Вестник ЧитГУ. 2008. № 4. С.20.
- *Маркс К., Энгельс Ф.* Немецкая идеология. Изб. Соч. М.1985.
- *Мангейм К.* Идеология и утопия. Избранное. М.1994.
- «Молодежь новой России: Какая она? Как живет? К чему стремится?» М., 2007.
- *Мусихин Г.И.* Очерки теории идеологий. - М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2013.
- *Никандров А.В.* Идеологические споры» в политике: концепция «секулярной религии» Раймона Арона в идейном противостоянии интеллектуалов// Вопросы философии, 2015. № 7. С.52
- Россия в поисках идеологий: трансформация ценностных регуляторов современных обществ / Под ред. В.С. Мартынова, Л.Г. Фишмана. – М.
- *Расторгуев С.П.* Информационное противоборство в моделях и задачах. М. 2017.
- Российское общество и вызовы времени. Книга четвертая/ М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В. М.: Весь Мир. 2016

¹ См. URL: <http://www.iarex.ru/votings/155.html>.

Интернет и разрыв поколений: как найти точки соприкосновения с представителями поколения Z в новой цифровой реальности?

Новиков В.В., начальник отдела информационной политики Московского центра образования школьников имени М.В. Ломоносова; e-mail: novikov.valery1966@yandex.ru

В статье анализируется исследовательский опыт по приобщению современных школьников, ярких представителей поколения Z, к созданию информационно-коммуникативного продукта для сайта научных туров «Антран», принадлежащего Российской академии наук. В ходе исследований также анализируется использование методик медиаобразования для овладения представителями цифрового поколения компетенциями в области современной журналистики.

Ключевые слова: *информационно-коммуникативные медиасистемы, коммуникативные сообщества, социальные сети, компьютерная сеть, цифровая реальность, цифровая культура, интернет, производители медиа, потребители медиа, поколение Z, цифровое поколение, субкультура детства.*

Интернет и электронные СМИ создали сегодня совершенно необычное информационно-коммуникативное пространство, которое постепенно охватывает все пространство человеческой жизнедеятельности. У нас на глазах формируется новая материя, цифровая реальность, которая уже определяет и диктует свои законы в СМИ, образовании и культуре, бизнесе и рекламе и в других сферах нашего бытия. Появились новые возможности взаимодействия с целевой аудиторией, широкое применение получили каналы распространения информации с помощью глобальных сетей связи и коммуникации. Непременным атрибутом в первую очередь молодых людей становятся разнообразные гаджеты. У нас на глазах из традиционных и абсолютно новых медиаканалов формируются информационно-коммуникативные медиасистемы.

Профессор Е.Я. Дугин в одной из своих фундаментальных работ отмечает: «Информационно-коммуникативные медиасистемы можно охарактеризовать как принципиально новое, многосложное и многосоставное явление, перенасыщенное информацией и коммуникативными возможностями, требующими выработки неизвестных ранее коммуникативных стратегий взаимодействия с аудиторией (а точнее говоря, с коммуникативными сообществами), которые сами имеют возможность

производить информацию и вступать в коммуникацию по вертикали и горизонтали медиасистем. Между всеми элементами информационно-коммуникативных медиасистем не ослабевает конкуренция, борьба за аудиторию, пользователя, за новые информационные и рекламные рынки и т.д. В свою очередь, рассматриваемое системное явление требует обстоятельного анализа и выработки новых теорий, методологических обоснований и подходов к их исследованию».

Почему к таким выводам приходят сегодня ученые в самых разных уголках земного шара и в чем заключается суть исследований в медиапространства? На какие вопросы хочет получить ответ человечество?

Первоначальная эйфория от той свободы действий, которую нам подарил Интернет, уже прошла и сегодня приходит понимание того, что джин, выбравшийся из бутылки, может повести себя неадекватно. Какие рычаги воздействия есть на эту новую реальность, как предотвратить бесконтрольное влияние цифрового медиапространства на общество в целом и в особенности на молодых людей, представителей так называемого поколения Z, многие из которых сегодня уже, по сути, живут в этой новой реальности и безоговорочно подчиняются ее законам? Поисками ответов сегодня во многих странах занимаются лучшие интеллектуальные силы. Не остается в стороне от этих процессов и Россия, ведь Интернет стремительно шагает по нашим необъятным просторам.

По данным We are Social и Hootsuite 85 % населения России выходят в онлайн каждый день. Почти половина россиян зарегистрирована в соцсетях и активно ими пользуется. Среднестатистический россиянин ежедневно находится в интернете более шести часов в сутки!¹

Но статистика учитывает и пожилых людей и людей зрелого возраста, которые пользуются Интернетом несравнимо меньше и, как правило, лишь в утилитарных целях. И здесь, думаю, можно скорректировать цифры относительно молодого поколения, и они будут значительно выше.

С одной стороны, многие видят в интернете и, следовательно, в его виртуальной реальности, по образному выражению К.Э Разлогова, «воплощение мечты об объединении человечества, некий образ свободного мира, в котором осуществлено право на свободный доступ к информации; мира, который не признает (и практически не имеет) границ, цензуры, каких-либо иных противоразумных ограничений... Перед интернетом, открывшим практически неограниченный доступ к информации, равны все возрасты, профессии, полы, национальности. Он создает новое социальное пространство. Мир становится прозрачным и доступным...»

Но с другой стороны, феномен интернета совершенно необычен для человечества. Основа культуры – языки, традиции, обычаи, спо-

¹ URL: (<https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/>)

собы взаимодействия и общения создавались и шлифовались на разных континентах и в разных странах веками. И вот на рубеже веков мы столкнулись с тем, что за короткий срок мировая компьютерная сеть создала виртуальную реальность, которая пытается заменить реальное пространство человека и претендует на то, чтобы стать новой мировой глобальной культурой, основанной на использовании информационно-коммуникативных медиасистем, которые формируют новых производителей медиа и новых потребителей. И если люди более старшего поколения, заходя в интернет, остаются все же в реальном мире, то дети и подростки, по сути, ныряют в виртуальную реальность с головой.

Изучая этот феномен, нам необходимо отталкиваться от следующего постулата: информационно-коммуникативные процессы происходят в довольно замкнутой и ограниченной в пространстве субстанции под названием детство и прежде чем заняться непосредственной постановкой целей и задач исследования, необходимо ответить на многие вопросы. Для этого следует обратиться к научной интерпретации феномена детства и рассмотреть его с точки зрения гуманитарных наук, благо серьезных и глубоких исследований в этой сфере довольно много.

Так, в работах И.С. Кона и М.В. Осориной детство интерпретируется, как некая замкнутая субкультура, внутреннее пространство которой конструируется за счет детских практик. С.Н. Иконникова считает, что основу этой субкультуры составляет «внутренняя насыщенность переживаниями, эмоциональными отношениями, не видимыми взрослому миру и не всегда осознаваемыми самим человеком». С.Ю. Митрофанова считает, что дети – это особая группа в социальной структуре общества со своими особыми интересами и потребностями. Вторит ей И.С. Кон, который под культурой детства понимает автономную социокультурную реальность, своеобразную субкультуру, обладающую своим собственным языком, структурой, функциями, традициями.

И новая виртуальная сеть со своими коммуникативными площадками, позволяющими в режиме онлайн объединяться тысячам людей, находящимся в разных точках земного шара, практически полностью отвечает требованиям этой замкнутой субкультуры под название «детство», где ее обитатели могут создавать свои собственные миры, пространства, сообщества, построенные по законам данной субстанции в соответствии с их представлением о креативности и экспрессивности и учитывающие открытость обитателей к новому опыту и бесконечную тягу к познаниям.

Стоит заметить, что детская среда по степени погруженности в виртуальную реальность далеко не однородна. Исследования, приводившиеся на базе московских школ № 1255 и № 1468, а также Центра образования школьников имени М.В. Ломоносова, показали, что современное поколение Z делится на две основные группы: первая группа – это дети и подростки, для которых Интернет – это, прежде всего, средство коммуникации, тогда как жизнедеятельность в реальной среде является для них преобладающей, и вторая группа – это те, кто погружен в цифровую реальность, что

называется, с головой – события в реальной жизни для них имеют значение только с точки зрения последующей оцифровки и перевода в виртуальное состояние, в цифровой контент.

Как показали опросы, количество представителей первой группы (назовем их «коммуникативные реалисты») все-таки превышает вторую группу – приверженцев полного погружения в Сеть (назовем их «сетевые виртуалы»). В процентном отношении это выражается примерно как 60 на 40. Тем не менее, практически все школьники имеют аккаунты в следующих социальных сетях и мессенджерах: Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, ВКонтакте, Одноклассники, Телеграм, Musically, Snapchat, Whatsapp. И общаясь с другими пользователями социальных сетей, практически все используют новый сетевой язык, так называемый интернет-сленг, который вместил в себя, на первый взгляд, казалось бы, несовместимые понятия: красивые английские аббревиатуры и неологизмы, своеобразные кальки научных и компьютерных терминов, и слова-образы из российского тюремного жаргона.

На вопрос «Почему вы общаетесь в Сети на интернет-сленге?», дети обычно дают ответ, что общение в социальных сетях требует соблюдения специальных правил, которые появились в ходе многолетнего онлайн-общения, и они считают эту систему правил достаточно органичной и, по сути, добровольно – обязательной для пользователей. Система включает в себя не только своеобразный сленг, но также и своеобразный стиль жизни, главный смысл которого заключается в наращивании любым путем количества подписчиков, интенсивном сборе лайков и бесконечном поиске хайпа.

Этот стиль жизни диктуется успешными модными блогерами, которые, как правило, за счет эпатажа, производства контента сомнительного качества и фейковых новостей собирают миллионные аудитории и становятся кумирами Сети, лидерами мнений и примером для подражания.

Есть ли возможность у современного педагога повести представителей поколения Z за собой, пытаясь привить им совсем иной стиль поведения в Сети, основанный на производстве собственного журналистского контента с литературным русским или иностранным языком и при этом с проявлением высокой гражданской позиции? Исследования показали, что это вполне возможно при использовании определенных методик медиаобразования.

В чем заключаются сущность и специфика современного медиаобразования (от *англ.* education – образование и *лат.* Media – средство)? Прежде всего, это обучение учеников специфическим умениям и навыкам, необходимым для использования виртуальных информационных пространств в различных сферах жизни, в том числе и в производстве собственного контента. Это направление педагогики, призванное помочь учащимся освоить язык средств массовой информации и комму-

никации, уметь анализировать полученную с помощью медиа информацию, правильно ее использовать и приобретать навыки по информационному взаимодействию как с отдельными субъектами медиапространства, так и с большими аудиториями.

Школьник, освоивший навыки медиаобразования, должен уметь самостоятельно оценивать сообщения и медиатексты, определять их источники, выявлять интересы и сферы влияния авторов. Он должен производить необходимый по определенным алгоритмам отбор медиаматериалов, создавать или находить информационные поводы, делать на их основе собственный контент, уметь его распространять и налаживать обратную связь с пользователями.

«Медиаобразование – это процесс развития личности средствами и на материале средств массовой коммуникации»¹ – писал российский разработчик идей и принципов медиаобразования Ю.Н. Усов. В развитие его идей С.Н. Пензин отмечает, что медиаобразование не может ограничиваться обучением аудитории грамотности, для него необходим «синтез эстетического и этического». Подтверждая этот постулат, А.В. Шариков называет медиаобразованием образование в области массовой коммуникации, приобщение к «тайнам и закономерностям этого чрезвычайно важного феномена»².

Важное значение в вопросах медиаобразования имеет специализированная подготовка преподавателя. Для того чтобы стать примером для учеников, сегодня необходимо быть активным пользователем социальных сетей, чтобы показать им, что вы не чужой в виртуальном мире.

И здесь необходимо следовать правилам: для дистанционного общения с учащимися, для проведения онлайн-совещаний лучше использовать одну из популярных у молодежи коммуникативных площадок. Наличие аккаунтов в соцсетях с большим количеством подписчиков играет только на руку. Умение создавать интересный и познавательный контент, пользующийся популярностью у пользователей социальных сетей, позволяет завоевать необходимый авторитет и привить доверие к вашим словам. Всю эту работу каждый преподаватель должен провести в рамках развития новых образовательных технологий, способствующих созданию инновационной образовательной среды, отвечающей запросам времени и формирующим цифровую культуру.

Наша группа на базе Центра образования школьников имени М.В. Ломоносова, школы № 1468 и школы № 1247 Москвы проводит исследовательский проект, суть которого сводится к следующему. Ученики самостоятельно определяют и разрабатывают свою тему, которая

¹Усов Ю.Н. Аудиовизуальное образование современного школьника // Проблемы современной кинопедагогике. - М., 1993. С. 8.

²Шариков А.В. Аудиовизуальная культура как основа эстетического подхода к введению медиаобразования // Актуальные задачи эстетического воспитания. - М., 1987. С. 46.

ложится в основу производства виртуальной продукции. Обучение проходит в рамках профессионального модуля «Цифровая культура журналиста». Одним из наиболее популярных среди школьников и студентов подразделом стал «Виртуальный научный туризм», в рамках которого они осуществляют реализацию проектов «Прогулки по Москве» и «Моя Россия».

Маршруты, разработанные и переведенные в виртуальную реальность, молодежью значительно отличаются от работ зрелых авторов. Вместе с тем в процессе взаимодействия в ходе реализации проекта в нашей группе наметился некий творческий тандем, который, с одной стороны, помог педагогам лучше понять психологию представителей поколения Z, а для последних увидеть, что представители старшего поколения, несмотря на приверженность реальному миру, неплохо ориентируются и в виртуальном. То есть можно говорить о том, что наметился некий межпоколенческий диалог, во многом способствующий преодолению цифрового разрыва между нами. Под этим диалогом понимается, по утверждению С.Б. Цымбаленко, «процесс взаимодействия между представителями двух или более поколенческих групп (когорт), направленный на передачу, критическое осмысление, воспроизводство социального опыта и его развитие, модернизацию»¹.

К сожалению, наиболее популярные блогеры, имеющие миллионы подписчиков, нередко завоевывают свою аудиторию, провоцируя самые низменные человеческие инстинкты и используя неверную информацию. И перспективные ребята, в том числе с активной гражданской позицией, порой не в состоянии противостоять этому мутному потоку и в конце концов, оказываются в неких «интеллектуальных» отстойниках Сети. Они утверждают, что вынуждены подчиняться неписанным законам социальных сетей.

Для того чтобы опровергнуть это утверждение, в рамках исследовательского проекта было предложено создать свой небольшой остров в бурном сетевом океане, на котором мы могли бы построить свое цифровое государство, и создавать собственный контент по своим законам и правилам. Для реализации проекта свою интеллектуальную площадку нам предложила Российская академия наук. Это сайт «Антран», который принадлежит ООО «Агентство научных туров» (АНТ). На счету Агентства разработка сотен уникальных туров по стране, которые популярны, как у россиян, так и у зарубежных туристов.

Участникам проекта было предложено прокладывать свои маршруты по Москве и Подмосковию и тщательно готовить туры, черпая информацию только из источников, заслуживающих уважение. А непосредственно в ходе поездки вести подробную фото и видеосъемку для подготовки уже не отчета в соцсеть, а научно разработанного маршрута

¹ Цымбаленко С.Б. Цивилизационный подход к проблеме формирования информационного пространства и медиакультуры учащихся. М., 2014.

для сайта Академии наук.

Как отмечает Л.А. Коханова, «в процессе организации проектного обучения наладились партнерские отношения с информационным ресурсом РАН «Агентство научных туров» («АНТРАН») и научно-практическим изданием «Идеи и новации». Этот журнал идет навстречу молодым исследователям и публикует полученные ими результаты по итогам тех или иных проектов¹».

В ходе исследований выяснилось, что представители поколения Z довольно быстро принимают новые для них правила работы в Сети: необходимость многократно перепроверять информацию, не допускать неточностей и ошибок; писать, начитывать тексты, записывать свои стендапы, используя только грамотный русский язык, постепенно переходя на высокохудожественный литературный стиль. Другими словами, ребята хотят стоять вровень с учеными, которые приняли их на своей площадке и начинают им подражать, изучают их работы и перенимают их стиль и методы.

А самое главное, что по наблюдениям исследовательской группы, после нескольких месяцев такой работы школьники и студенты меняют свое поведение в Сети. Они начинают очень сдержанно вести себя на площадках, где раньше допускали грубость и хулиганство, стараются выделиться, получить лайки или хайп за счет размещения интересной исторической, литературной, философской или естественно-научной познавательной информации. Данная методика изменила не только поведение молодых людей в Сети, но также и их отношение к учебе. Регулярные опросы показывают, что подобные проекты позволяют школьникам и студентам лучше усваивать необходимый материал, и в большей степени реализовать свой творческий потенциал.

Известно, что активность студентов, включенных в процесс чтения лекционного курса как исследовательского проекта, носит особый характер. Так, реализация принципа партнерского общения создает в студенческой аудитории или в школьном классе атмосферу безопасности, доверия, открытости, которая позволяет участникам проектного обучения экспериментировать при выполнении заданий, не стесняясь ошибок. Этот принцип тесно связан с принципом творческой активности и способствует налаживанию межпоколенческого сотрудничества.

Литература:

- *Дугин Е.Я.* Теории среднего уровня в исследованиях информационно-коммуникационных медиасистем // Вестник Моск. ун-та. М.: Изд-во МГУ. 2017. № 1.
- *Иконникова С.Н.* Защитный пояс культуры и стратегия отношения

¹ *Коханова Л.А.* Проектное обучение как новая образовательная технология (на примере проекта «виртуальный научный туризм: путешествия по Москве») // Материалы Первой межрегиональной научно-практической конференции «Колпинские чтения по краеведению и туризму» (10 - 11 апреля 2018). СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2018.

к детству // Дети и старики как группы риска: миссия социальной работы в обществе переходного типа: сб. статей и материалов международной конференции (15-17 мая 2000). Самара, 2001.

- *Кон И.С.* Ребенок и общество. М.: Наука, 1988.
- *Коханова Л.А.* Проектное обучение как новая образовательная технология (на примере проекта «виртуальный научный туризм: путешествия по Москве») // Материалы Первой межрегиональной научно-практической конференции «Колпинские чтения по краеведению и туризму» (10-11 апреля 2018). СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2018.
- *Осорина, М.В.* Секретный мир детей в пространстве мира взрослых. СПб.: Питер, 2011.
- *Разлогов К.Э., Шариков А.В.* Медиаобразование: полемический взгляд: Сб. статей. М., 2006.
- *Цымбаленко С.Б.* Цивилизационный подход к проблеме формирования информационного пространства и медиакультуры учащихся. М., 2014.

Выразительные средства в освещении социальной повестки в газете «Находкинский рабочий»

Варавва В.В., главный редактор газеты «Залив Восток», Приморский край. Email: valentina810@mail.ru

Одной из задач средств массовой информации (СМИ) является социализация общества. Они не только формируют социальную ориентацию населения, но и помогают в решении проблем жизнеустройства, оказывают воздействие на социальные институты. Таким образом, реализация социальной повестки является важным аспектом в деятельности СМИ. Объектом исследования выбрана газета «Находкинский рабочий» за период 2014–2017 гг., предмет исследования – рубрика «Социальная тема». Цель исследования: выявить количественный показатель использования рубрики и материалов на социальную тему; определить их основные проблемно-тематические категории; проанализировать выборочно несколько номеров на предмет социальной тематики публикаций в других рубриках; изучить жанровую, стилистическую и языковую палитру публикаций. В данном аспекте газета «Находкинский рабочий» исследуется впервые.

Ключевые слова: рубрика, социальная тема, жанры, стиль, язык, газета «Находкинский рабочий».

Социальная повестка газеты «Находкинский рабочий»

Журналистика – особый социальный институт, формирующий систему ценностей в обществе. Социальный и национальный статус СМИ заключается в сохранении информационной идентичности: «Информационная идентичность – это объективное и полное отражение средствами массовой информации текущей действительности (современности) с целью формирования у людей осознания своей цивилизационной принадлежности»¹. Тематика общественно-политических СМИ охватывает все сферы жизнедеятельности общества, т.е. социальный аспект является приоритетным направлением. Рассмотрим его на примере газеты «Находкинский рабочий» («НР»), где он выделен в отдельную рубрику «Социальная тема».

За период 2014–2017 годы вышло 692 номера газеты, рубрика «Со-

¹ Хелемендик В.С. Главные компоненты национального и социального статуса СМИ: / научное издание. М.: «Академия медиаиндустрии». 2013. С. 32.

циальная тема» встречается в 55 номерах, что составляет примерно 8 % (табл. 1). Самая постоянная рубрика – «События, факты» присутствует практически в каждом номере.

Таблица 1. Рубрика «Социальная тема»

№ п/п	Показатель	Год издания				Всего
		2014	2015	2016	2017	
1	Всего номеров газеты в год	160	167	180	185	692
2	Количество рубрик в обычном выпуске (вт., ср., чт.) – всего	37	41	40	34	152
3	Количество рубрик в пятничном выпуске («толстушка») – всего	91	77	81	78	327
4	Количество рубрик «Социальная тема» в год	6	10	23	16	55
5	Количество материалов в рубрике «Социальная тема» в год	21	25	64	49	159

Рубрика «Социальная тема» имеет широкий спектр проблематики: медицина, жилье, ЖКХ, строительство, рыболовство, спорт, отдых, экология, доступная среда, ветераны, женский вопрос, детская проблематика, информация ПФР, правонарушения, происшествия, противопожарная безопасность, ДТП, транспорт, чрезвычайные ситуации, федеральные законы, благоустройство, культура, образовательные учреждения, сельское хозяйство и страхование.

Проведенный анализ показывает, что наиболее освещены девять тематических категорий: культура, медицина, образование, ЖКХ, спорт, информация ПФР, доступная среда и благотворительные акции. Количественные показатели представлены в табл. 2.

Таблица 2. Категории публикаций, имеющие наибольшее освещение в газете «Находкинский рабочий»

№ п/п	Категория публикаций	Общее количество публикаций
1	Культура (музеи, театры, ярмарки, выставки, конкурсы, фестивали, мероприятия, библиотеки)	20
2	Медицина (здоровье)	18
3	Образование (вуз, школа, детские сады, патриотическое воспитание, спартакиады, творчество, конкурсы, культур обмен, научная конференция)	16
4	ЖКХ	13
5	Спорт	10
6	Информация ПФР	9
7	Страхование	9
8	Доступная среда (инвалиды)	8
9	Благотворительные акции	7

Рассмотрим некоторые социальные проблемы, поднятые в публикациях. Благотворительные акции, о которых рассказал «НР», были посвящены: декаде инвалидов¹ (отмечается в декабре); экологии² (акция по экологической уборке города и экологического просвещения школьников); здоровью³ (о социальной акции депутата Законодательной думы Эльмиры Голубовской, которая организовала в Находке на базе поликлиники детской больницы прием маленьких пациентов специалистами Федерального научно-консультативного центра здоровья детей Ми-

¹ Фёдоров В. Акция любви и милосердия // Находкинский рабочий. 2016. 20 декабря. С.2; Горелова Ол. Благотворительность «По щучьему велению» // Находкинский рабочий. 2017. 28 февраля. С.3.

² Виноградова М. Делаем бухты чистыми // Находкинский рабочий. 2016. 27 сентября. С.2

³ На приеме у лучших докторов // Находкинский рабочий. 2016. 20 мая. С.13.

нистерства здравоохранения России); детям-сиротам¹ (акция «Новый год в семье» в рамках проекта «Дети Приморья»); противопожарной безопасности² (отдел надзорной деятельности в рамках профилактической акции провел для ветеранов информационно-разъяснительную работу по противопожарной безопасности); детскому развитию³ (акция «Читаем детям – читаем вслух»)⁴.

В рубрике «Социальная тема» преобладают материалы о здоровье и медицине (См. табл. 2). Корреспонденты писали: о проблеме кадров, сотрудничестве с вузами и контрактной системе⁴; о введении в лечебную практику находкинских врачей рентгенэндоваскулярной хирургии, что на экстренном этапе позволяет оказывать помощь больным с заболеванием закупорки и сужения сосудов, в том числе инфаркта⁵; об открытии в Находкинской городской больнице первичного онкологического отделения⁶; о новом оборудовании для урологического отделения Находкинской городской больницы⁷; о том, что депутат способствовала оснащению больницы современным медицинским аппаратом для обследования женщин⁸; об инициативе врача г. Находки Владимира Супрунова по созданию общественного объединения «Врачи за рулем», которые берут на себя обязательства оказывать необходимую помощь вне стен медучреждения, став врачами-очевидцами⁹; о проведении недели профилактики женских онкологических заболеваний и своевременности обследования¹⁰ и пр. Ксения Гусенцова рассказала о реализации важного социального проекта – установке в 2014 году новых фельдшерско-акушерских пунктов (ФАП) в 50 населенных пунктах Приморья к 126 уже имеющимся, в которых жители смогут получать необходимую первую медицинскую помощь, что, безусловно, обеспечит рост

¹ Новый год в семье // Находкинский рабочий. 2017. 23 ноября. С.3.

² И памятки на память // Находкинский рабочий. 2017. 9 ноября. С. 3.

² И памятки на память // Находкинский рабочий. 2017. 9 ноября. С. 3.

³ Читаем вместе вслух. Информация пресс-службы администрации НГО // Находкинский рабочий. 2017. 9 ноября. С. 3.

⁴ Дубровина Н. Врач – профессия востребованная // Находкинский рабочий. 2015. 16 декабря. С.2.

⁵ Дубровина Н. Сердце на экране // Находкинский рабочий. 2015. 4 сентября. С.5.

⁶ Фёдоров В. Каждого пятого забирает рак // Находкинский рабочий. 2016. 29 ноября. С.3.

⁷ Щетинюк Ю. Урологи расширяют свои возможности // Находкинский рабочий. 2016. 9 августа. С.3.

⁸ Щетинюк Ю. Цифровой маммограф в поликлинике // Находкинский рабочий. 2016. 22 июля. С.4.

⁹ Щетинюк Ю. «Врачи за рулём» - новое объединение в Приморье // Находкинский рабочий. 2016. 15 июля. С. 6.

¹⁰ Щетинюк Ю. Приглашение женщинам проверить здоровье // Находкинский рабочий. 2017. 15 ноября. С. 3.

их социальной защищенности и улучшит условия жизнеобеспечения¹.

Программу для профессиональной подготовки женщин, которые были трудоустроены до декрета, организовал Центр занятости г. Находки. Об этом написала Марина Виноградова в заметке «Учеба для мам². Заместитель председателя городской думы Василий Лобода помог реализовать идею создания тренажерного зала для людей с ограниченными возможностями. Об этом читатели узнали из статьи «Жить полной жизнью»³. Пенсионный фонд поспешил на помощь молодым семьям, нуждающимся в денежных средствах. В статье «20 тысяч – на нужды семьи» разъяснили про единовременную выплату из средств материнского капитала: кто имеет право на получение, куда обратиться, какие документы подать⁴. О праве детей-сирот на медицинское обслуживание, образование, жилье на страницах «НР» рассказала в своей консультации нотариус Ольга Мац⁵.

Под названием «Грамотный «Управдом» в Находке стартовал новый социально-ориентированный проект, нацеленный на грамотность населения в законодательной сфере ЖКХ. Газета рассказала о том, как стать его участником⁶. В сентябре 2015 года в Находке приступили к реализации проекта «Формирование доступной среды для жизнедеятельности инвалидов и других маломобильных групп». Читатели узнали о реконструкции входа в различные здания культурно-общественных учреждений из статьи «Доступная среда для всех»⁷. В статье «Школа здоровья для инвалидов» Владимир Фёдоров сообщает, что спортивный зал спорткомплекса «Портовик» стал доступен для занятий спортом для людей с ограниченными возможностями⁸.

Несколько материалов в 2016 году были посвящены пострадавшим от наводнения Лайонрок. В них сообщалось о признании специальной комиссией домов аварийными, о поступлении гуманитарной помощи, о доставке медикаментов, о досрочной выплате социальных пособий и пр.⁹.

¹ Гусенцова К. Мобильная медицина // Находкинский рабочий. 2014. 21 ноября. С.2.

² Виноградова М. Учеба для мам // Находкинский рабочий. 2014. 20 августа. С.3.

³ Жить полной жизнью // Находкинский рабочий. 2015. 16 декабря. С.2.

⁴ Грушина Н. 20 тысяч – на нужды семьи // Находкинский рабочий. 2015. 16 декабря. С.2.

⁵ Мац Ольга. Дети-сироты – льготники особые / Находкинский рабочий № 157 (12575). - 11 декабря 2015, - с.4

⁶ Грамотный «Управдом» // Находкинский рабочий. 2015. 23 октября. С.6.

⁷ Доступная среда для всех // Находкинский рабочий. 2015. 18 сентября. .6.

⁸ Фёдоров В. Школа здоровья для инвалидов // Находкинский рабочий. 2015. 27 мая. С.3.

⁹ Ковалев Е. Комиссия оценивает дома после тайфуна // Находкинский рабочий. 2016.

Рыбная продукция является стратегическим продуктом питания. Приморье – это рыбная кладовая России, поэтому вопросы рыболовства являются важными как для края, так и для всей страны. Екатерина Века в статье «От Тихого до Москвы» подняла проблему транспортировки рыбопродукции на внутренний рынок западной части России¹.

Категория «Страхование» в основном состоит из материалов компании «Колымская» с пометкой «На правах рекламы». Серия публикаций имеет динамику развития, представлена в различных жанрах: интервью², заметка³, зарисовка⁴.

Не все материалы, размещенные в рубрике «Социальная тема», могут быть отнесены к данной категории. В зависимости от темы их место в других рубриках, так как они не несут нагрузки социальной проблематики, а констатируют событие или мероприятие, которые относятся в основном к культурным или спортивным мероприятиям.

Например, в рубрику «Спорт» с полным основанием можно было включить следующие публикации: «В память о герое»⁵; «Забег и заплывы праздника»⁶; «Баскетбол назвал сильнейших»⁷; «Золото Лондона»⁸; «Медали открытого первенства»⁹; «Серебро дельфинят»¹⁰. В то же время достойное место в рубрике «Социальная тема» заняли материалы спортивного характера, такие как:

22 сентября. С.2.; Его же. Помощь идет от всех регионов // Находкинский рабочий. 2016. 22 сентября. С.2.; Его же. За выплаты проголосовало большинство // Находкинский рабочий. 2016. 14 сентября. С.2.; Гусенцова К. Паром с лекарствами // Находкинский рабочий. 2016. 14 сентября. С.2.; Её же. Почтовая доставка вертолетом // Находкинский рабочий. 2016. 14 сентября. С.2.

¹ Века Е. От Тихого до Москвы // Находкинский рабочий. 2014. 21 ноября. С.2.

² Стасинская Елена. С заботой о завтрашнем дне // Находкинский рабочий. 2015. 23 октября. С.6.; Её же. Детский капитал // Находкинский рабочий. 2015. 18 сентября. С.6.

³ Полис ритуального страхования: аргументы ЗА // Находкинский рабочий. 2015. 11 декабря. С.4.

⁴ Устинович А. Один день в офисе «Колымской» // Находкинский рабочий. 2016. 14 октября. С.4.

⁵ В память о герое // Находкинский рабочий. 2014. 17 октября. С.4.

⁶ Виноградова М. Забег и заплывы праздника // Находкинский рабочий. 2016. 12 августа. С.4.

⁷ Галкин А. Баскетбол назвал сильнейших // Находкинский рабочий. 2017. 9 ноября. С.3.

⁸ Пресс-служба администрации НГО. Золото Лондона // Находкинский рабочий. 2017. 31 октября. С.4

⁹ Пресс-служба администрации НГО. Медали открытого первенства // Находкинский рабочий. 2017. 31 октября. С.3.

¹⁰ Серебро дельфинят // Находкинский рабочий. 2017. 28 февраля. С.3.

1. «Футбол: время выбора»¹. В проект бюджета НГО на 2015 г. внесли изменения, связанные с поддержанием футбольного клуба, который из статуса любительского перешел в ведение общественной организации «Федерация футбола г. Находки».

2. «Жить полной жизнью»². О создании тренажерного зала для людей с ограниченными возможностями.

3. «Школа здоровья для инвалидов»³. О доступности занятий спортом людей с ограниченными возможностями в спорт-комплексе «Портовик».

4. «Свежие решения»⁴. Сообщение пресс-службы администрации НГО о выездном совещании в ДЮСШ «Водник» главы и администрации города по переоборудованию отопительной системы спортивного комплекса.

Анализ коснулся не только рубрики «Социальная тема», но и публикаций в других разделах газеты «Находкинский рабочий». Он показал, что социальная проблематика присутствует в материалах и других рубрик газеты «Находкинский рабочий». Напрашивается вывод, объединив публикации социальной тематики под одной рубрикой, можно было бы добиться большей их действенности.

Выразительные средства медиатекстов «НР»

Исследование показало, что медиатексты в основном представлены в жанрах: информационный (информационная заметка, информационно-рекламная заметка, отчет, интервью, репортаж, анонс); аналитический (комментарий, проблемная статья); художественно-публицистический (очерк, портретная зарисовка). Жанровое разнообразие публикаций приводится в Табл. 3.

Таблица 3. Жанровая система рубрики «Социальная тема»

№ п/п	Жанр	Публикации
		Информационные жанры

¹ Футбол: время выбора // Находкинский рабочий. 2014. 17 октября. С.4.

² Жить полной жизнью // Находкинский рабочий. 2015. 16 декабря. С.2.

³ Фёдоров В. Школа здоровья для инвалидов // Находкинский рабочий. 2015. С.3.

⁴ Пресс-служба администрации НГО. Свежие решения // Находкинский рабочий. 2016. 5 октября. С.3.

Теория и практика современных СМИ

1.	Информационная заметка	<p>1. Заболевания пошли на спад. Юлия Щетинюк Врачи Находкинской больницы зафиксировали спад заболеваемости кишечными инфекциями (НР. 2016. 30 авг.)</p> <p>2. Два центра для дошколят. В городе открылось два образовательных центра на средства краевого конкурса (НР. 2016. 30 авг.)</p>
2.	Информационно-рекламная заметка	<p>1. Приятно попасть в руки «Золушки». Владимир Фёдоров. На правах рекламы О химчистке «Золушка». На рынке услуг 18 лет. Об услугах, новых направлениях, новых препаратах, о скидках постоянным клиентам. «По мере снижения уровня жизни население бережнее начинает относиться к своим вещам, стараясь, насколько возможно, продлить их срок службы». (НР. 2016. 3 июня)</p> <p>2. Профессионализм плюс ответственность. На правах рекламы Информация об агентстве недвижимости ООО «Находкинский центр недвижимости». О благотворительных акциях. О проекте «День открытых дверей». Об ипотеке. О консультировании граждан (НР. 2016. 15 апр.)</p> <p>3. Мумий: от всех бед один ответ – здоровые суставы, крепкие кости, выносливое сердце. На правах рекламы (НР. 2017. 24 ноября)</p>

3.	Отчет	<p>1. «Операция «Курорт»». Пресс-служба УМВД России по Приморскому краю О подготовке и профилактических мероприятиях объектов летнего отдыха и оздоровления детей (лагеря, санатории, образовательные центры, базы и пр.). (НР. 2014. 17 октября)</p> <p>2. Готовимся к зиме. Наталья Дубровина О подготовке объектов ЖКХ к зимнему отопительному сезону 2014-2015 гг. (НР. 2014. 20 августа)</p> <p>3. Музею города – 35. О проекте «Фестиваль музеев» в честь юбилея МВЦ г. Находки. О фондах музея, о людях, о достижениях учреждения. (НР. 2015. 23 октября)</p> <p>В каждом деле – человек. Владимир Пантюхов Об отчетно-выборном собрании первичной ветеранской организации ПАО «Находкинский БАМР» с участием руководства предприятия. Об избрании нового состава совета, делегатов на городскую конференцию ветеранов войны. (НР. 2015. 26 августа)</p>
----	-------	---

4.	Интервью	<p>1. С заботой о завтрашнем дне. Беседовала Елена Стасинская Интервью с директором страховой компании «Колымская» Михаилом Кузнецовым. Как из строительной компании пришел в страхование, о том, какие программы предлагает СК «Колымская», о преодолении недоверия населения к страхованию (на рынке страховых услуг Сибири и Дальнего Востока 24 года). (НР. 2015. 23 октября)</p> <p>2. Льготы для самых нуждающихся. Интервью с Лилией Лаврентьевой. О декаде инвалидов, о мерах поддержки инвалидам, какая помощь оказывается, о привилегиях на оплату коммунальных услуг, о возможности трудоустроиться, о положении инвалидов, потерявших жилье в результате наводнения, право на материнский капитал и др. (НР. 2016. 16 декабря)</p> <p>3. Что такое несправедливость, и как с этим бороться. Екатерина Новикова Интервью с депутатом Законодательного собрания ПК Алексеем Казицким. Разговор о несправедливости, как часто сталкивался с этим на конкретных примерах, о ремонте многоквартирных домов, об отдельном счете дома, об антинародных решениях федеральной власти и пр. (НР. 2016. 12 августа)</p>
5.	Репортаж	<p>1. Первый Арт-маркет. Ольга Горелова О первой городской ярмарке мастерства «Арт-маркет» художников и мастеров декоративно-прикладного искусства их Находки, Партизанска, Большого Камня, о мастер-классах. Организатор МВЦ (НР. 2015. 15 сентября)</p>

6.	Анонс	<p>1. Конгресс рыбаков. По материалам краевых СМИ Анонс 11-го Международного конгресса рыбаков. О перспективах стратегии развития рыбной отрасли в регионе. (НР. 2016. 27 сентября)</p> <p>2. Саммит социальных работников. Елена Сумина Анонс саммита социальных работников стран АТР, которые соберутся в Приморье 3. (НР. 2016. 22 сентября)</p> <p>4. Лето в «Сити Центре». Марина Виноградова О программе летних развлечений под открытым небом в торгово-развлекательном комплексе «Сити Центр» (НР. 2016. 12 августа)</p>
Аналитические жанры		
7.	Комментарий	<p>1. Жилье экономкласса Рассказывается о начавшейся в Приморском крае компании по приему документов в программе «Жилье для российской семьи», участниками которой могут стать 70% от всего населения региона категорий: семьи с двумя и более детей, ветераны боевых действий, федеральные служащие и др. (НР. 2014. 9 декабря)</p>
8.	Проблемная статья	<p>1. О промысле в Мировом океане пока можно забыть. Владимир Федоров Форум рыбаков, прошедший во Владивостоке, не оправдал ожиданий рыбаков. (НР. 2014. 22 октября)</p> <p>2. Чем страшна африканская чума. Владимир Агафонов (ветеринарная служба) О вспышках заболевания африканской чумы свиней (АЧС) в России, об эпидемиологической ситуации, об ответственности владельцев свиней, о причинах распространения, о негативных факторах влияния на ситуацию, мерах предосторожности. (НР. 2017. 9 ноября 2017)</p>
Художественно-публицистические жанры		

9.	Очерк	<p>1. Красивый двор – души отрада. Геннадий Романовский Об инициаторах по наведению чистоты и красоты на придомовой территории. О вовлечение большого числа жильцов и дворов в соревнование по благоустройству (НР. 2016. 30 августа)</p>
10.	Портретная зарисовка	<p>1. А я лишь теперь понимаю... Елена Стасинская Портрет-зарисовка к 75-летию Людмилы Иосифовны Гатиной, члена клуба «Серебряный возраст» помощника председателя, участницы хора. (НР. 2014. 12 сентября) 2. Полвека отдано школе. Татьяна Харченко Портрет-зарисовка об учительнице школы № 27 п. Южно-Морской Зинаиде Фёдоровне Прониной, члене общественной организации «Дети войны», в честь её юбилея. (НР. 2016. 12 октября)</p>

Газетный стиль – симбиоз публицистического, художественно-литературного, официально-делового, научно-популярного и разговорного стилей. Каждый из них обогащает медийный текст. Публицистический стиль – строгий, лаконичный, аргументированный, оценочно-аналитический, логично выстроенный. Официально-деловой используется в отчетах с официальных мероприятий, комментирования официальных документов и т.п., для него характерны тематические клише. Научно-популярный стиль характерен для публикаций научной тематики с использованием специфических терминов, но адаптированной для широкого круга читателей. Художественно-литературный стиль – свободный, развернутый, красочный, эмоциональный, активно использующий художественные средства выразительности.

Газетный материал должен быть изложен хорошим литературным языком, «цеплять» злободневностью проблематики, быть аргументированным и логично выстроенным и при этом иметь социально-значимый аспект и новостную оперативность. Газетный стиль в зависимости от жанра диктует определенные законы построения текста и употребления языковых средств. Заголовок, подзаголовок, лид, иллюстрации и графические изображения в совокупности создают целостность медиатекста и его внешнюю привлекательность. Комплексное решение этой задачи является залогом успеха.

В газетных публикациях «Находкинского рабочего» активно используется лид, подзаголовки отсутствуют, материал не всегда сопровождается иллюстрацией. Тон – официально-деловой, газета является печат-

ным органом администрации города. Это обстоятельство и определяет язык издания с использованием официальной терминологии.

В статье Натальи Дубровиной «Поспешите за землей»¹, написанной в жанре информационной заметки, говорится о том, что выделение земельных участков тормозится из-за низкой активности многодетных семей в жеребьевке. Лид и содержание текста соответствуют названию статьи. В тексте присутствует ссылка на должностное лицо и законодательные документы. Задача текста побудить нерасторопных многодетных родителей принять участие в надлежащей процедуре. В описании ситуации используются глаголы прошедшего, настоящего и будущего времени. Глаголы настоящего времени показывают, что происходит в конкретный момент: пропускают, отдает, выделяет, не спешат получить. Глаголы прошедшего времени – то, что упущено людьми из категории нерасторопных, и последствия: 667 уже получили, приняли участие, сдвинули в конец, таких набралось, подали заявки, муниципалитет определил. Глаголы будущего обнадеживают: родителей ждут, семьи смогут, наделы будут. Таким образом, текст изложен в динамике развития событий. В тексте используется официальная терминология: администрация Находки, законодательство, начальник управления, процедура распределения, решением законодательного собрания Приморья, индивидуальное жилищное строительство, муниципалитет, в соответствии с законом, собственность, расширение жилплощади. Материал имеет социальный статус, соответствует рубрике «Социальная тема».

Информационно-рекламная заметка Анны Устинович «Один день в офисе «Колымской»² вышла с пометкой «На правах рекламы». Название статьи соответствует содержанию. Отправной точкой для развития сюжета используется цитата из рекламного буклета страховой компании, обещающая решить любую проблему. Статья начинается с риторического вопроса: «Кто же придет сюда сегодня за покупкой спокойствия и уверенности?». Сюжетная линия строится на историях-миниатюрах людей, посетивших в этот день страховую компанию. Житейские истории – ключ рекламной статьи, раскрывающий необходимость страхования людей разного социального статуса. Люди преклонного возраста пришли заключать договор ритуального страхования, тренер явился за страховкой от несчастного случая для юных спортсменов, дама заинтересовалась программами дополнительной пенсии, молодая пара выбрала смешанную страховку, отец побеспокоился о будущем сына, оформив на него накопительную страховку. Автор отмечает, что в этот день в страховую компанию также обратились молодые люди, женщины и мужчины разных возрастов, тем самым подчеркнув значимость

¹ Дубровина Н. Поспешите за землей // Находкинский рабочий. 2014. 21 ноября. С.2

² Устинович А. Один день в офисе «Колымской» // Находкинский рабочий. 2016. 14 октября. С.4.

страховки для спокойствия и уверенности в различных жизненных ситуациях. Статья написана по всем правилам литературного произведения. Лид содержит интригу: «...купить спокойствие и уверенность...». Основная часть пошагово пополняется аргументами в пользу страхования, а через истории раскрываются виды страховок. А кульминация – это индивидуальная история читателя, которую, как в кино, нужно додумать. Не сказано, но подразумевается: «Они пришли. А вы?». В статье используются профессиональные термины, относящиеся к страховой деятельности: договор ритуального страхования, страховка от несчастного случая, программа дополнительной пенсии, накопление с доходностью, пожизненная рента, в случае смерти застрахованного и др. Деловитость текста смягчается за счет использования таких языковых средств, как прямая речь, слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами (бабулечки, дочка Сонечка), прилагательные. Доверительность и непринужденность передается через изложение истории от первого лица: «я прочитала», «а как это было бы возможно для меня», «в моей семье», «мои знакомые», «с этими мыслями я пришла», «для меня не было удивительно». Текст написан живым выразительным языком. Автор использует эмоционально-оттеночные слова и выражения: «симпатичные бабулечки», «красивая дама, благоухающая дорогими духами», «дочка Сонечка», «гордое звание «кормилец». Проанализировав текст, следует констатировать, что автор свободно владеет литературным языком, грамотно выстроил текст, профессионально представил рекламные услуги.

Заголовок как микротекст

Заголовок статьи – это текст в миниатюре, который раскрывает суть публикации, обозначает ее проблематику. Заголовок привлекает внимание, создает коммуникативную связь с читателем. От заголовка зависит, какой будет эта связь – мимолетной, скользкой, или «стоп-кадр» побудит задержаться на полосе. Рассмотрим заголовки рубрики «Социальная тема», связанные с медициной и здоровьем.

Заголовок «Мобильная медицина»¹. Ассоциативный ряд, возникающий в сознании человека может быть следующий: оказание быстрой медпомощи, медицинское обслуживание больных работниками скорой помощи, оснащение машин скорой помощи новым оборудованием, оказание медицинской помощи в отдаленных районах, вертолеты или самолеты скорой помощи и т.п. Таким образом, заголовок не раскрывает в полной мере поставленную проблему, но, скорее всего, читатель обратит на нее внимание, так как оказание первой медицинской помощи жизненно важный вопрос.

В заголовке материала «Врач – профессия востребованная»² обозна-

¹ Гусенцова К. Мобильная медицина // Находкинский рабочий. 2014. 21 ноября. С.2.

² Дубровина Н. Врач – профессия востребованная // Находкинский рабочий. 2015. 16

чена социальная проблема. Понятно, что речь пойдет о проблеме медицинских кадров. Об этом читатель знает не понаслышке, она на слуху у населения. Одни посмотрят на это с точки зрения приобретения профессии, другие заинтересуются, а что делается для решения проблемы, специалисты воспримут статью как призыв к трудоустройству.

«Сердце на экране»¹. Обращает на себя внимание необычное сочетание и употребление. Возникают вопросы: что делает сердце на экране? что делают с сердцем на экране? Это УЗИ сердца? Коммуникативная связь между статьей и читателем незаметно настраивается на одну частоту. Сердце – символ любви, слово «экран» ассоциируется с экраном телевизора, с реалии-шоу, т.е. в названии нет неизбежности, скорее, присутствует интрига.

Три проанализированных выше заголовка – короткие, емкие, без использования цитат, т.е. сформулированы сжато. Встречаются заголовки более развернутые. В заголовке «Приглашение женщинам проверить здоровье»². Содержится конкретное адресное обращение к читателям женского пола.

Проанализировав публикации газеты «Находкинский рабочий» и ее рубрику «Социальная тема», следует отметить, что контент рубрики соответствует заявленной тематике. В то же время здесь присутствуют материалы, которые можно отнести к другим разделам. В основном в них освещаются культурно-массовые и спортивные мероприятия. Рубрики для таких материалов в газете имеются. В то же время статьи на социальную тему присутствуют на страницах других рубрик, что затрудняет полноценное изучение социальной повестки «НР».

Анализ публикаций с филологической точки зрения показывает, что написаны они в различных жанрах. Несмотря на официальный статус издания, авторы активно используют выразительные средства, которые обогащают язык газетного стиля, делают его живым и привлекательным. Структура текста, язык изложения, раскрытие темы материалов различных авторов говорит об их высоком профессиональном журналистском уровне.

Литература:

- Вартанова Е.А. Язык российских СМИ как индикатор социальных перемен // Язык СМИ и политика. М., 2012.
- Двадцать пять лет социальных трансформаций в оценках и суждениях россиян. М., 2018.
- Колганова С.О. Стилистика газетных жанров СМИ. Екатеринбург, 2015.

декабря. С. 2.

¹ Дубровина Наталья. Сердце на экране / Находкинский рабочий № 112 (12530). - 4 сентября 2015. - с.5

² Щетинюк Юлия. Приглашение женщинам проверить здоровье // Находкинский рабочий. 2017. 15 ноября С.3.

- *Колесниченко А.В.* Прикладная журналистика. М.: Изд-во МГУ, 2008. – 180 с.
- *Лазутина Г.В., Распопова С.С.* Жанры журналистского творчества. М., 2011.
- *Ляпун С.В.* Новые подходы к классификации газетных жанров в теории и практике журналистики: Вестник Адыгейского государственного университета: электрон.изд. URL: <http://vestnik.adygnet.ru/>
- *Майданова Л.М., Калганова С.О.* Практическая стилистика жанров СМИ. Екатеринбург, 2006.
- *Тертычный А.А.* Трансформация жанровой структуры современной периодической печати // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2002. № 2.
- *Хелемендик В.С.* Главные компоненты национального и социального статуса СМИ. М., 2013.

В условиях стремительного развития «цифровой экономики», активного внедрения в медиаиндустрии новейших технологий создания контента кардинально меняются требования к квалификации журналистов и специалистов отрасли. Повышение качества человеческого капитала уже сегодня нуждается в создании «цифровой стратегии обучения» на основе использования и внедрения возможностей цифровых технологий для предоставления высококачественного образования.

Задача системы непрерывного профессионального обучения, повышения квалификации – научить слушателей креативно мыслить. И магистральным направлением переподготовки журналистов, специалистов медиаотрасли должно стать повышение квалификации их мыслительной деятельности. Помощь в освоении навыков, приобретении новых компетенций, связанных с цифровизацией информационно-коммуникативных процессов.

В повестке дня актуальным становится вопрос об учебных программах подготовки исследователей и преподавателей журналистики. Журнал продолжает публиковать программы для аспирантов

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ИНСТИТУТ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ»

ПРОГРАММА КУРСА «Журналистская деятельность в условиях мультимедийности» АСПИРАНТУРА

Направление/профиль подготовки
45.06.01 «Языкознание и литературоведение»
45.06.01.01 «Журналистика»

**Квалификация выпускника:
Исследователь. Преподаватель-исследователь**

Москва
2018

Журналистская деятельность в условиях мультимедийности Авторы:

Головко С. Б., кандидат филологических наук, доцент,
Коханова Л.А., профессор, доктор филологических наук,
Речицкий Л.А., кандидат исторических наук, доцент.

Учебная дисциплина «Журналистская деятельность в условиях мультимедийности» способствует формированию у аспирантов профессиональных знаний о журналистике как многоаспектной деятель-

ности. Данный курс знакомит с этапами ее становления, рассматривает пражурналистские явления, предпосылки происхождения журналистики как специфического вида деятельности. Особое внимание уделено современному состоянию журналистики, ее функциям, целям и задачам, принципам деятельности. Вполне логично, что часть курса посвящена непосредственно специфике журналистской профессии и личности журналиста, который ее осуществляет, его правам, обязанностям, исполнению профессионального долга. Цифровизация отрасли существенно трансформирует профессию, поэтому в данной учебной дисциплине основное внимание сосредоточено на информационном потенциале общества как основе деятельности журналиста в новых условиях.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения учебной дисциплины «Журналистская деятельность в условиях мультимедийности» является формирование у аспирантов профессиональных знаний о журналистике как многоаспектной деятельности и о тех изменениях, которые в ней происходят вследствие цифровизации отрасли.

Основные задачи: получение знаний о журналистике в исторической ретроспективе, обусловившей ее современное состояние в условиях цифровизации отрасли; об этапах становления, пражурналистских явлениях, предпосылках происхождения журналистики как специфического вида деятельности; о современном состоянии журналистики и ее функциях, целях и задачах, принципах деятельности; формирование представлений о специфике журналистской профессии и личности журналиста, который ее осуществляет, его правах, обязанностях, об исполнении профессионального долга; о трансформации профессии журналиста в условиях цифровизации отрасли; об информационном потенциале общества как основе деятельности журналиста в новых условиях, о роли журналиста в этом процессе, когда журналист выступает как субъект, средство и объект информационного взаимодействия в обществе, способствующий пополнению его информационного потенциала, вводящий в действие информационный ресурс.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Журналистская деятельность в условиях мультимедийности» входит в вариативную часть Образовательной программы по данному направлению. Она опирается на полученные знания аспирантов в ходе освоения ООП специалитета, бакалавриата и магистратуры по специальности и направлению «Журналистика». Это дисциплины по теории, истории, социологии, психологии, экономике средств массовой информации. В процессе обучения в аспирантуре данная дисциплина координируется с курсами «Основы медиа как информационно-коммуникативной системы общества», «Журналистика

как система средств массовой информации», «Периодическая печать современной России», «Электронные СМИ. Телевидение», «Сетевая журналистика как компонент ИКС», «Психология, педагогика высшей школы», «Методология исследования информационно-коммуникативной системы» и др. Изучение данной дисциплины необходимо для эффективного проведения научного исследования (НИР) и подготовки по его результатам качественной выпускной работы (ВКР).

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс освоения учебной дисциплины «Журналистская деятельность в условиях мультимедийности» ставит своей целью формирование следующих *универсальных и общепрофессиональных* компетенций, предусмотренных Образовательным стандартом:

- способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, методологии исследований СМИ (УК-1);
- способность формулировать исследовательские проблемы, в том числе прикладного характера; способность программировать и осуществлять эмпирические исследования (УК-2);
- готовность участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач (УК-3);
- владение необходимой системой знаний об актуальных практиках и научных исследованиях по данному направлению (ОПК-3);
- способность к эффективному применению современной методологии и методов исследования в самостоятельной научно-исследовательской деятельности, соответствующей профилю подготовки (ОПК-4).

В результате освоения данной дисциплины аспирант должен обладать следующими *профессиональными* компетенциями:

Знать: основные принципы деятельности журналистики как многоаспектной деятельности; теоретико-методологические основы проведения ее исследования; иметь представление о методиках организации качественных исследований, создания эмпирической базы, необходимой для исследования.

Уметь: выбирать подходы и методы собственного научного исследования по журналистике и разрабатывать его программу: формулировать проблему, объект и предмет, цель и задачи, гипотезы, обосновывать выборку и методику, в соответствии с его целью и задачами, особенностями объекта и предмета изучения; анализировать и обосновывать результаты качественного исследования.

Владеть: навыками организации и проведения эмпирического исследования журналистики в целом, так и отдельных ее компонентов,

в ходе реализации собственного аспирантского проекта и научно-исследовательской практики; а также применения результатов собственного исследования в научно-исследовательской работе (НИР) в сфере журналистики, в том числе в рамках подготовки выпускной квалификационной работы (ВКР).

4.1. Структура дисциплины

2 (11). Журналистская деятельность в условиях мультимедийности: - 4 ед. - 108 час., 3 блока по 36 час. – 9 занятий.

I. Основы журналистики как вида деятельности

1. Журналистика как общественная деятельность.
2. Пражурналистские явления, предпосылки происхождения журналистики как специфического вида деятельности.
3. Концепции и модели журналистики как вида деятельности.
4. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.
5. Функционирование журналистики.
6. Социальная позиция журналиста. Принципы деятельности журналистики.
7. Цели и задачи журналистики как реализация социальных запросов общества.
8. Журналистика и общественный интерес.
9. Журналистика и удовлетворение потребностей общества, дифференцированных (специализированных, нишевых) аудиторий и отдельных граждан.

II. Журналистская профессиональная деятельность

1. Специфика журналистской профессии.
2. Журналистика как область творческой деятельности.
3. Журналист как субъект информационно-коммуникативной деятельности.
4. Социальный и должностной статус журналиста.
5. Журналистский долг.
Правовые аспекты деятельности журналиста.
Журналистская деонтология. Этические основы деятельности журналиста.
Журналистский корпус и профессиональные объединения.
Журналистское образование.

III. Информационный потенциал общества как основа деятельности журналиста

1. Инфосфера как совокупность информации, информационных объектов, информационных процессов, информационной инфраструктуры.
2. Информационный потенциал общества.
3. Структура информационного потенциала.

4. Информационный потенциал общества как активизированный информационный ресурс.
5. Стратегическое значение развития информационного потенциала общества и цифровизация журналистской отрасли.
6. Методологические основания деятельности журналистики, активизирующей информационный ресурс.
7. Журналист как субъект, средство и объект информационного взаимодействия в обществе, способствующий пополнению информационного потенциала общества, вводящий в действие информационный ресурс.
8. Журналистские технологии как фактор реализации концептуальности информационного потенциала общества.
9. Типы и виды источников информации.

4.2. Содержание разделов дисциплины

БЛОК 1. Основы журналистики как вида деятельности

1. Журналистика как общественная деятельность.

Предмет курса – фундаментальные явления и понятия, определяющие роль и назначение журналистики в обществе, ее взаимоотношения с системой власти и управления, задачи по достижению целей общественного прогресса; комплекс требований к личностным качествам и квалификации сотрудника редакции, основы эффективности журналистской деятельности. Задача курса – познавательная-методологическая ориентация аспирантов. Журналистика как общественная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации (через печать, радио, телевидение, кино, новые медиа, интернет-ресурсы и т.п.)

Предмет, задачи и терминологический синонимический ряд понятий «журналистика» как аппарат курса в ряду: система СМИ - система предприятий и средств сбора и доставки информации: редакции, телерадиокомпании, информационные агентства и их производственно-техническая база. Этим же термином обозначается продукция журналистской деятельности – произведения, из которых составляются номера газет и журналов, программы радио и телевидения, мультимедийный контент, включающий вербальную, визуальную и аудиальную формы подачи информации. Также так называются определенная отрасль научного знания и образование (по: Е.П. Прохорову, С.Г. Корконосенко)

2. Пражурналистские явления, предпосылки происхождения журналистики как специфического вида деятельности

Возникновение журналистики. Явления пражурналистики или протожурналистики. Развитие, совершенствование форма распространения социально значимых сведений как информационная предпосылка зарождения прессы в качестве нового феномена в истории человечества. Техники передачи сигналов от самых примитивных до новейших,

электронно-цифровых. Предпосылки в сфере духовной культуры. Полемиические тенденции. Распространение грамотности в обществе как массового явления. Совершенствование шрифта – системы знаков для написания текстов. В России создание на рубеже IX–X вв. славянско-русской азбуки и системы письма – кириллицы, связанное с именами Кирилла и Мефодия. Реформа Петра I по введению гражданской азбуки, которая и служит первоисточником русского шрифта. С 1710 г. нововведение используется в газетной полиграфии.

Материально-технические предпосылки – прогресс в научной и производственной областях, расширяющий материальную базу образования и культуры: орудия и материалы для письма, появление первых книг вместо свитков, бумаги вместо пергамента. Изобретение книгопечатания – Иоганн Гутенберг из Майнца, Германия (XV в.), первопечатник Иван Федоров, Россия (XVI в.), который вместе с Петром Мстиславцем издают русскую книгу «Апостол». Другие технические новации, решительно изменившие скорость распространения массовой информации и способствовавшие дальнейшему развитию журналистики: изобретение телеграфа (1832), фотографии (1839), телефона (1876), звукозаписи (1877), телевидения (1884), радио (1895) и т.д. В полиграфии революционные перевороты совершила ротационная печатная машина (1846), заменившая плоскую печать отдельных листов на работу с рулоном бумаги, и строкоотливная машина линотип, изобретенная американцем О. Мергенталером (1884), которая пришла на смену ручному набору отдельных литер. Продолжение процесса совершенствования средств фиксации и доставки информации в XX в. и в наши дни – появление Интернета, его российской составляющей – Рунета, блогосферы, социальных сетей в XXI в. Потребность общества в новом социальном институте как социальная предпосылка.

3. Концепции и модели журналистики как вида деятельности

Теоретические концепции журналистики. Параллельное развитию журналистики XVIII - начала XIX вв. формирование различных идейно-теоретических направлений, оказавших мощное влияние на теоретические представления о мировой прессе и характере ее деятельности. Гуманитарно-демократическое направление, у истоков которого стояли деятели эпохи Просвещения: Вольтер, Жан-Жак Руссо (Франция), Дж. Локк, Д. Дефо (Англия), Г.Э. Лессинг, И.В. Гете (Германия), Б. Франклин, Т. Пейн (Америка), М.В. Ломоносов, А.Н. Радищев (Россия) и др. Влияние марксистской теории журналистики на эволюцию концепций и практики прессы. Эволюция массово-коммуникативных концепций. Их суть: стремление рассматривать журналистику не с политических, а с социально-психологических позиций; выдвигание в центр внимания понятия «массовое общество» - мира, в котором высокой степени достигла социальная дифференциация людей, основанная на разделении

труда. Один из основных механизмов интеграции различных элементов в целостную структуру является массовая коммуникация, обеспечиваемая, в частности, прессой. «Четыре теории прессы» Ф.С. Сибберга, У. Шрамма и Т. Питерсона. По утверждению авторов, идеи свободы и ответственности журналистики как теоретический фундамент для классификации мировой прессы. Модели журналистики и журналистской деятельности. Модель журналистики как конкретно-историческое явление. Поиск оптимальной модели своего построения и функционирования современной российской журналистики. Становление профессионально-творческой модели российской прессы, сочетающей прогрессивные элементы из багажа других стран и собственные традиционные приобретения (С.Г. Корконосенко).

4. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности

Организация журналистской деятельности. Массово-информационная природа журналистики. Журналистика как средство информации. Журналистика как область творчества, производства и распространения информации. Понятие информации. Общенаучная трактовка информации. Специальные научные дисциплины, занимающиеся различными аспектами информационного процесса: теория информации, кибернетика, информатиология и др. Создание единого информационно-мысленного языка как языка мирового сообщества. Журналистика как одно из направлений информатиологии. Статистический и смысловой подходы к анализу информации. Статистический подход - это закодированная в стандартных знаковых символах информация. Один печатный знак на газетной полосе – один бит, секундное вещание – один бод, половина машинописной страницы – один К, четыре газетные полосы большого формата – 114 К и т.д. Смысловая информация как основа общения между людьми: обмен идеями, опытом, эмоциями, продуктами интеллектуальной деятельности. Понятие «социальный» означает «общественный». Социальная информация производится в процессе человеческой деятельности, отражает факты с точки зрения их общественной значимости и служит для общения между людьми и достижениями ими своих целей, обусловленных их социальным положением.

XX в. как эпоха информационного взрыва. Понятие «информационного общества». Характеристики информационного общества: информация как главный и ценный ресурс социального прогресса; информационная деятельность становится ведущим видом социальной практики; динамичное развитие технической и технологической базы информационных процессов. Техногенные и текстогенные факторы развития журналистики. Информация как основа журналистской деятельности. Виды информации: экономическая, политическая, техническая, духовная, военная, торговая, научная и др. Журналистская информация как

социальная информация, отвечающая требованиям, предъявляемым к социальной информации. Многоплановые характеристики журналистской информации. Критерии полезности, общественной значимости, актуальности, оперативности, краткости информации. Также документальная обоснованность сведений, их осмысление с позиций социальных интересов и свидетельства личного восприятия автором наблюдаемых событий, аналитичность подхода.

5. Функционирование журналистики

Функциональный подход к журналистской деятельности. Место категории «функция» в системе знаний о журналистике. Взаимосвязь понятий «цель», «средства», «деятельность», «результат». Функции журналистики: объективное предназначение и субъективное целеполагание. Роль объективного знания о функциях. Понятие «функция» и понятие «миссия». «Миссия» интенция и как «набор» функций, реально выполняемых СМИ в обществе и соответствующих базовым потребностям общества. Общая характеристика функций журналистики. Функции журналистики как система. Взаимодополнение функций в массово-информационном процессе. Монофункциональные и полифункциональные произведения. Многообразие функций журналистики как отражение общественных потребностей и возросшей роли СМИ в развитии общества. Основные функции журналистики: информационная, коммуникативная, организаторская, рекреативная, идеологическая, рекламно-справочная и пр.

Информационно-коммуникативная функция журналистики - отражение сущностного назначения СМИ и информационной природы журналистской профессии. Объективность и субъективность информации прессы. Объективность, оперативность, достоверность информации - теория и современная практика отечественных СМИ. Духовно-идеологическое назначение журналистики в обществе. Понятия идеалы, идеология, проблемы «деидеологизации», «переидеологизации» в общественном мнении, общественном сознании. Просвещение, образование и журналистика. Управленческая, организационно-регулирующая роль журналистики во взаимоотношениях общества (граждан) и власти, государства. Информационное обеспечение политических, экономических, социальных и других задач жизнедеятельности общества. СМИ, журналистика и участие в социальном контроле и социальной защите граждан. Культурно-воспитательные функции СМИ. Роль журналистики в развитии духовной культуры. Журналистика в системе общественных институтов культуры в отношениях с «массовой культурой». СМИ и культура развлечения, досуга, общения. Журналистика и воспитание, просвещение, образование молодого поколения в современный период. Трансформация функций российской журналистики в ходе перестройки общества. Сравнительный анализ функций СМИ предшествующего (советского) периода и сегодняшнего. Миссия СМИ и ее практическое

воплощение на современном этапе. Субъективный подход к группировке функций. Многогранность и многослойность структуры функций.

6. Социальная позиция журналиста. Принципы деятельности журналистики

Общественное назначение журналистики как зеркала, призванного отражать и выражать все разнообразие позиций, взглядов, интересов различных социальных слоев, групп и классов, национальных и религиозных, возрастных и половых, общественных и профессиональных объединений и союзов.

Журналистика как особый вид интеллектуальной творческой деятельности в отличие от бизнеса, исполняющего общественный долг, функции публичной службы от имени общества. Соотношение права представлять и выражать интересы всех граждан и ответственности перед обществом в журналистской деятельности. Абсолютный приоритет права граждан в обществе на получение объективной информации и личные интересы, взгляды, пристрастия журналиста.

Социальная позиция как система (совокупность) принципов профессиональной деятельности журналиста. Понятие «принцип журналистики». Значимость принципиального подхода для устойчивого существования периодических печатных изданий на информационном рынке. Основные принципы деятельности современной журналистики: правдивость, народность, демократичность, корпоративность, прибыльность, доступность и пр. Доминирование тех или иных их принципов в деятельности разных видов журналистики. Динамика принципов журналистики в процессе перехода страны от социалистического общества к рыночному. Сравнительный анализ принципов журналистики предыдущего (советского) периода развития и современной журналистики. Принципы журналистики как вида деятельности и формирование информационной политики. Ценности общественной коммуникации. Общественная позиция и принципы убежденности и принципиальности в журналистике. Проблема верности принципам и беспристрастность - догматический и творческий подход. Верность и трансформация принципов в условиях борьбы мнений и радикальных перемен в жизни общества. Принцип партийности как отражение позиций и как проявление ангажированности журналиста. Идеалы и идеология как выражение партийных взглядов и как проявление духовных, нравственных ценностей журналиста. Идеологические и нравственные ценности в журналистике. Отношение к прошлому и настоящему своей страны, истории, культуре, духовным ценностям Отечества в идеологической и нравственной позиции журналиста. Правда в журналистике. Стандарты, критерии правды. Свобода в журналистике и свобод для журналистов. Равенство и разнообразие. Солидарность. Порядок и сплоченность.

7. Цели и задачи журналистики как реализация социальных запросов общества

Предложение журналистикой своих возможностей и спрос на них конкретных социальных субъектов, которые выбирают те из них, которые им более необходимы. Интерес авторов – определение функционального назначения журналистики. Социально-исторический аспект – влияние среды на использование ее возможностей, в которой действует журналистика. Социальная система (общество) как генеральный субъект по отношению к журналистике. Ведущие потребности общества как условия жизнестойкости и самосохранения: выживание, самосохранение системы и одновременно ее непрерывное движение. Удовлетворение потребности выживания - интеграция составных элементов общества. Задача сохранения единого информационного пространства России. Уровни интеграции: планетарный, межгосударственный, национально-государственный, межрегиональный, территориальный и др. Объединяющее значение журналистики для разных общностей. Журналистика как согласительная комиссия, подготавливающая общественное мнение к оптимальным и бескровным решениям, или как фактор соблюдения баланса интересов. Духовная консолидация на основе общепонятных и общепринятых ценностных категорий общества. Национальная идея, декларируемая журналистикой. Устойчивый блок ценностей-лидеров в журналистике: справедливость, безопасность, порядок, свобода и равенство. Задача журналистики познания (самопознания) как реализация потребности общества в развитии. Назначение журналистики как преобразующее воздействие на практику в соответствии с актуальными интересами общества и человека и целями социального прогресса.

8. Журналистика и общественный интерес

Понятие общественного интереса. Позитивные ожидания и ограничения. Различные формы подотчетности: нормы права, саморегулирование. Значение термина «общественный интерес»: то, что больше всего интересуется публику как потребителя; то, что приносит наибольшее благо наибольшему числу людей (как это определяется рынком); то, что продиктовано доминирующими ценностями (например, свобода, порядок, идеология); то, что, по мнению общества, приносит долгосрочную пользу; то, что относится к общественным, а не частным делам.

Понятие «общественный интерес» в значении более открытого и потенциально более всеобъемлющего понятия «общественное благо» как наличие всеобщих возможностей коммуникации, недорогого доступа к информации, безопасного и открытого «общественного пространства», в том числе и сетевого виртуального пространства, для выражения мнений, дискуссий, ведения социального диалога и т.д., а также для поддержки образовательных и культурных целей журналистики.

«Общее благо» как выражение фундаментальных информационно-коммуникативных потребностей общества, групп, индивидов. Обеспечение свободного и открытого обращения надежной информации и идей в обществе как реальный вклад журналистики в достижение «общественного блага».

9. Журналистика и удовлетворение потребностей общества, дифференцированных (специализированных, нишевых) аудиторий и отдельных граждан

Международные информационные процессы: глобализация, как отражение объективных условий и проявление современного состояния мирового сообщества и как результат возрастающего влияния научно-технического прогресса, новейших информационных технологий. Интернациональное и национальное в массовой информации. Национальные и общественные интересы в сфере информации. Информационная безопасность и государственная информационная политика. Доктрина информационной безопасности России (2000 г.). Тенденции развития журналистской деятельности в условиях цифровизации. Смещение акцентов с платформы (канала) подачи информации на суть информацию. Отбор как основное умение потребителей информации. Потребности, интересы и мотивы, предопределяющие ценность информации. Ценность информации как основа выбора между отдельными сообщениями, каналами передачи новостей, авторами контента. Совокупность критериев: новизна, достоверность, доступность, своевременность, соответствие запросам потребителя. Эффективность социальной информации – это отражение тенденций общественного прогресса и способствование ему. Обусловленность значения социальной информации потребностью общества в саморегулировании.

II. Журналистская профессиональная деятельность

1. Специфика журналистской профессии

Понятие профессии как рода трудовой деятельности, требующей специальных знаний, умений и качеств. Типы профессий в профессиональной деятельности.

Виды журналистских специализаций и профилизаций: по платформам подачи информации, по средствам массовой информации, их типам и видам, по тематической и жанровой направленности, по должностным и функциональным признакам и т.п. Профессиограмма как модель профессии: функции, задачи, предмет отражения и объект воздействия, специфика, характер и основные виды деятельности, орудия, средства и результаты труда. Ориентация в профессии, мотивы выбора профессии. Изменение мотивации в последние годы в связи с новыми социально-политическими и экономическими условиями.

Журналистика в системе цивилизации и культуры. Генезис и развитие журналистской профессии. Журналистика эпохи постиндустриального

информационного общества. Характеристики профессии: оперативность, динамизм, мобильность, ритмологичность, универсализм в сочетании со специализацией, многофункциональность, многообразие обязанностей, уровень социальной ответственности, злободневность, актуальность, степень новизны разнообразных, непредсказуемых, постоянно меняющихся ситуаций, эвристичность, парадоксальность, мозаичность, большие моральные, нервные и физические перегрузки, высокий темп работы, повышенная степень риска, стрессы, открытость профессии.

Парадоксы профессии. Условия деятельности, режим и ритм труда, виды профессиональных сложностей: ненормированность рабочего дня, оперативность и интенсивность труда, командировки и работа в экстремальных условиях, ночные дежурства. Психологические характеристики деятельности, особенности умственных процессов (внимания, памяти, мышления, творческих способностей и т.п.). Требования к кадровому составу, уровню квалификации, типу образования, профессиональным и личностным качествам специалиста в области журналистики. Специфика работы в творческих коллективах. Судебные процессы и преследования журналистов. Трудности и сложности профессии. Опасности для жизни и здоровья. Профессиональные болезни. Мартиролог журналистов.

2. Журналистика как область творческой деятельности

Понятие творчества. Творчество как высшая форма журналистского труда. Зарождение специализированного характера журналистского творчества гуманитарно-социальной направленности. Творческая деятельность как способ реализации функций СМИ на базе принятой социальной позиции. Сущность творчества. Единство продуктивного и репродуктивного. Тип деятельности: творческая, литературно-информационная, с большой долей редакторской и организаторской работы. Виды творческой деятельности в журналистике. Журналист как руководитель СМИ и его подразделений, редактор (продюсер и т.д.), организатор, автор при подготовке номера, программы, пресс-релиза и т.д. Преобладающие виды деятельности: литературно-творческая и познавательная, редакторская, планирование и организация, участие в производственно-технологическом процессе выпуска изданий, телерадиопрограмм, сетевых СМИ, рекламных материалов и т.п.; работа с ретранслируемой информацией, взаимодействие с общественными и государственными структурами, рекламная и коммерческая деятельность. Многообразие объектов отражения и источников информации. Реализация его в условиях деятельности в традиционных политематических и монотематических СМИ (печатные и онлайн-форматы), а также во взаимодействии СМИ социальной направленности с социальными сетями. Новый вид журналистской деятельности - сотрудник редакции по работе с сетью (SMM-менеджер).

Сочетание индивидуального и коллективного видов творчества. Редакция как творческий коллектив. Взаимодополнение и взаимозаменяе-

мость. Индивидуальные и коллективные формы творчества. Номер издания, телевизионная или радиопрограмма как результат труда творческого коллектива. Качества массовой информации: достоверность, объективность, актуальность, оперативность, последовательность и т.д. Доказательность и убедительность. Опровержение и переубеждение.

Творческие формы деятельности. Система рубрик, материалы «колумнистов», крупные авторские («гвоздевые») материалы, «рядовые» публикации в системе номера или телевизионной радиопрограммы. Кампании. Выбор типов повествования (направленности): позитивно-утверждающий, критический, сатирический, полемический, проблемный, дискуссионный. Организация социального диалога и формы его ведения. Области диалога: журналистика – социальные институты, СМИ – СМИ, журналистика – аудитория.

Типы и методологические основы творчества в журналистике. Использование в журналистике научного, художественного, публицистического типов творчества. Роль и специфика публицистики в журналистике. Публицистика и общественное мнение. Публицистичность других произведений в современной журналистике.

3. Журналист как субъект информационно-коммуникативной деятельности

Структура личности. Черты творческой личности. Модель журналиста как совокупность социально-демографических, профессионально-творческих, личностно-психологических, гражданских и нравственных качеств, необходимых для высококвалифицированного выполнения профессиональных обязанностей. Социально-демографические признаки: уровень и тип образования, опыт работы, пол, возраст. Требования к психологическим качествам. Тип личности. Темперамент. Особенности характера. Свойства мышления, памяти, внимания, воображения. Тип способностей. Креативность личности журналиста. Социально-гражданские и морально-этические качества, социальная ответственность, принципиальность, настроенность на поиск истины, способность работать в условиях плюрализма, толерантность. Требования к профессиональным качествам: отчетливо выраженная творческая мотивация и творческие способности, компетентность, широта кругозора, умение писать лаконично, ярко, доступно, способность к саморазвитию, оперативность, объективность, коммуникабельность, эмпатия, находчивость, быстрота реакции, наблюдательность, любознательность, работоспособность, выносливость, инициативность, стрессоустойчивость, помехоустойчивость, мужество, мобильность, адаптивность, умение ориентироваться в обстановке, способность работать в любых условиях при физических и нервных перегрузках.

Модификация общей модели для различных платформ подачи информации: печатных, электронных, мультимедийных, для специализаций: репортер, аналитик, публицист, ведущий ТВ-передач и т.п. Сочетание

традиционных и новых компетенций как следствие дигитализации отрасли. Социологические исследования журналистской профессии и личности журналиста.

4. Социальный и должностной статус журналиста

Гражданская ответственность журналиста перед обществом. Определение журналистской ответственности. Внешняя и внутренняя ответственность: объективный характер и субъективное осознание. Теоретические обоснования того, что, несмотря на гарантии свободы (особенно публикации материалов), у журналиста есть мера ответственности перед обществом. Общественный долг и социальная позиция. Сознательность и убежденность в выборе своей социальной позиции. Формы ответственности: гражданские, юридические, нормативные и этические. Обязательства, вытекающие из природы ответственности ответственность за вредные последствия; моральная ответственность за непреднамеренный или долгосрочный ущерб; ответственность как профессионала. Характер их кодификации. Толерантное и честное отношение к другим общественным силам и их представителям в сфере массовой информации. Ответственность за свою компетентность, добросовестность поиска, обработки и представления информации. Ответственное отношение к медиа иных позиций, открытость и готовность к диалогу и компромиссу. Конфликт между ответственностью и свободой. История становления свободы слова. Появление сетевых медиа в виртуальном пространстве (сети интернет) как фактор актуализации темы публичной ответственности журналиста. Определение возможных границ свободы прессы во имя общественного блага. Соотношение пользы или вреда от безответственных журналистских материалов. Понятие общественного интереса. Ответственность и обязанность журналиста. Свобода и подотчетность. Проблемы и подходы нормативной теории. Освоение сетью (Интернетом) общепринятых правил журналистской деятельности.

5. Журналистский долг

Журналистский долг как выполнение профессиональных обязанностей в соответствии с современными версиями кодексов прав человека, таких как Устав ООН и Европейская конвенция прав человека. Всеобщая декларация прав человека, принятая Генеральной Ассамблеей ООН в 1948 г. Статья 19. Европейская конвенция прав человека, вступившая в силу в 1953 г. и одобренная 47 странами Совета Европы. Ее осуществление Европейским судом по правам человека – органом Совета Европы. Деятельность ЮНЕСКО согласно ее уставу во имя «свободного распространения идей словесным и изобразительным путем». ЮНЕСКО в области развития средств информации и защиты свободы прессы: Декларация об основных принципах, касающихся вклада средств массовой информации в укрепление мира и международного

взаимопонимания, в развитие прав человека и в борьбу против расизма и апартеида и подстрекательства к войне, принятая Генеральной конференцией ЮНЕСКО на её двадцатой сессии 28 ноября 1978 г. Статьи I, II, III, V. Примеры национальных законодательных актов разных стран, относящихся к правам и обязанностям прессы. Межправительственный совет Международной программы развития коммуникации (МПРК). Определенные им ключевые характеристики медийной среды, основанные на принципах, изложенных в Виндхукской декларации (1991 г.) и последующих декларациях, принятых региональными семинарами в целях укрепления независимых и плюралистических средств информации (Алма-Аты, Сантьяго, Сана и София). Медийная экология как возможность оценивать состояние средств коммуникации в данном национальном контексте и определять степень влияния программ развития.

Пять основных категорий показателей развития средств информации: правовая система, способствующая свободе слова, плюрализму и развитию средств информации; плюрализм и разнообразие средств информации, равные «правила игры» и прозрачная информация об их владельце; средства информации как платформа для демократического обсуждения; наращивание профессионального потенциала и поддержка институтов, укрепляющих свободу слова, плюрализм и разнообразие; адекватные возможности инфраструктуры для поддержки независимых и плюралистических средств информации. Целеполагание данных критериев – создание целостной картины медийной среды. Всеобъемлющая медийная экологическая карта.

6. Правовые аспекты деятельности журналиста

Понятие права как совокупности установленных или санкционированных государством общеобязательных правил (запреты, дозволения, обязывания, меры поощрения и наказания), регулирующие общественные отношения и обеспеченная мерами государственного воздействия. Источники права: законы (Конституция, основы законодательства в той или иной сфере, кодексы, законы, указы, постановления и др.), подзаконные акты, изданные на основе законов и во исполнение их. Существующие также неправовые социальные нормы, принимаемые общественными, корпоративными организациями, союзами и обществами (уставы, положения и т.д.), регистрируемые органами власти, если они приняты в соответствии с законом. Журналист как субъект права. Юридическая ответственность журналиста. Правовые рамки деятельности в СМИ. Закон РФ о средствах массовой информации и другие законы, связанные с функционированием информационной сферы (о гласности и информации, об отдельных видах журналистики и т.д.). СМИ и охрана тайн и секретов. Также разделы уголовного, уголовно-процессуального и гражданского права, непосредственно затрагивающие деятельность журналистики. Юридическая компетентность журналиста

в сфере его предметно-тематических интересов. Права и обязанности журналиста. Ответственность за злоупотребление свободой журналистской деятельности. Охрана чести, достоинства, деловой репутации журналистов. Защита журналиста от неправомерных действий: закон и практика. Основания исков к журналистам. Авторское право. Ответственность за плагиат.

6. Журналистская деонтология. Этические основы деятельности журналиста

Журналистская этика. Понятие «деонтология». Журналистская деонтология как система знаний о профессиональном долге и обеспечивающих его выполнении свойствах личности и формах поведения работников информационно-коммуникативной сферы во всех областях их деятельности. Деонтологическая норма как самокритичная оценка всех параметров своей личности как профессионала. Выработка гуманистической направленности в познавательной и профессиональной сферах, способность к анализу собственной практической деятельности. Этическая ответственность журналиста. Понятия «этика», «мораль», «такт» и др. Мораль как один из регуляторов поведения, незафиксированный в законодательных актах в отличие от юридических норм. Профессиональная журналистская этика как обеспечение морально безупречного выполнения профессионалами своих задач в соответствии с общепринятыми в обществе этическими принципами. Принципы, нормы и правила этического поведения в различных сферах журналистской деятельности: «журналист – аудитория», «журналист – источник информации», «журналист – персонаж произведения», «журналист – коллеги» и др. Этические кодексы. Правила «писаные» и «неписаные». Журналистские кодексы зарубежных стран: «Каноны журналистики» (1923), «Кодекс этики» (1929), «Кодекс радио», «Кодекс телевидения» (США); «Международные принципы профессиональной журналистской этики» (1980-1983) и др. Кодекс профессиональной этики российского журналиста, принятый Союзом журналистов (1989, 1994). Контроль за соблюдением правил этического поведения, предписанных кодексами. Ответственность за нарушения. Журналистский такт как умение держать себя подобающим образом в любой ситуации. Журналистский этикет. Соблюдение основного правила медиков, «*Primum non nocere*».

7. Журналистский корпус и профессиональные объединения

Журналистские организации и профессиональные издания. Внутригосударственные и международные организации журналистов. Уставные требования. Характер и организация деятельности. Общественные центры защиты журналистов в мире. Цели и задачи общественных журналистских образований: содействие развитию отрасли; участие в дальнейшем укреплении правовой базы деятельности медиа; защита прав и свободы журна-

листов, их экономических и профессионально-творческих интересов, авторских прав, чести и достоинства и т.д. Союз журналистов России (СЖР) как профессиональная, независимая, самоуправляемая общественная организация, объединяющая журналистские союзы республик в составе Российской Федерации, краев, областей, городов федерального значения, созданная в 1990 г. Устав Союза журналистов России. Гильдия издателей периодической печати (ГИПП) как некоммерческое партнерство, созданная в 1998 г.; Союз общественных объединений «Международная конфедерация журналистских союзов» (МКЖС) как неправительственное, некоммерческое творческое корпоративное объединение журналистов и журналистских организаций стран Восточной Европы и Азии, образованное в 1991 г.; Профессиональный союз журналистов, созданный в 1998 г.; Ассоциация средств массовой информации Северо-Западного региона (АСМИ), созданная в 2000 г.; Национальная ассоциация телерадиовещателей (НАТ), созданная в 1995 г. и др.

8. Журналистское образование

История журналистского образования. Первые школы журналистики в Европе, США, Японии, Китае. Ремесленническая и теоретическая системы подготовки. Первые курсы для журналистов в России (1904 г.). Курсы газетных техников при РОСТА (1919 г.). Создание Московского института журналистики (1921 г.). Другие формы обучения в 1920-е годы. Система подготовки журналистов в 1930-е годы. Постановление «О кадрах газетных работников» (1930 г.), о задачах и системе дифференцированной подготовки журналистов разных профилей. Специальные редакторские отделения в Институте языка и литературы, Комакадемии, Высшей школе профдвижения. Курсовое обучение журналистов в годы Великой отечественной войны. Создание университетской системы подготовки журналистов после войны. Необходимость фундаментальной подготовки в сочетании с профессионально-творческим обучением. Современная система подготовки кадров журналистов в стране и за рубежом. Государственные и коммерческие формы подготовки журналистов. Основные направления и проблемы обучения журналистов. Многоуровневая подготовка: бакалавр, специалист, магистр. Государственные образовательные стандарты, учебные планы и программы подготовки журналистов. Перспективы развития научного знания. Теоретическое осмысление практики. Учебно-научные учреждения. Журналистские специализированные и научно-популярные издания.

III. ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛОБЩЕСТВА КАК ОСНОВА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТА

1. Инфосфера как совокупность информации, информационных объектов, информационных процессов, информационной инфраструктуры

Наличие современных проблем инфосферы как предпосылки обновления парадигмы медийных, в том числе журналистских исследований

и подготовки кадров, отвечающих запросам общества и отрасли. Понятие инфосферы как сложной целостной системы, вбирающей в себя медиасферу (медиасистему и журналистику как ее составную часть), а также другие сферы, основанные на информационном взаимодействии. Инфосфера как совокупность информации, информационных объектов, информационных процессов, информационной инфраструктуры. Включение в инфосферу и участников межличностного и массового общения, осуществляющих сбор, обработку, хранение, распространение, производство и потребление информации, а также субъектов регулирования возникающих при этом отношений производства, использования, владения и распоряжения информацией. Инфосфера как сфера деятельности, в рамках которой осуществляются не только производство и потребление информационных ресурсов и знаний; управление социальными, экономическими и техническими системами; но и обучение и подготовка кадров; распространение, потребление, хранение и доступ к информационным ресурсам (знаниям); межличностный, внутриобщественный и международный информационный обмен; создание и применение информационных систем, других информационно-телекоммуникационных технологий. Возрастание роли информационного потенциала общества. Глобальная целостность инфосферы как единого объекта исследований для всех наук об информации и важный фактор обогащения их парадигм, а также базовая основа для подготовки кадров новой формации. Инфосфера как основа журналистской деятельности в качестве процесса, функционирующей в условиях мультимедийности.

2. Информационный потенциал общества

Информационный потенциал общества как сущностная основа инфосферы в качестве системного объекта. Системные закономерности инфосферы, в том числе характер взаимодействия с техносферой и антропосферой. Значимость этих параметров для журналистики как составной части медиасистемы для обновления парадигмы медиаисследований и разработки образовательных программ для подготовки кадров, способных работать в условиях мультимедийности. Информационный потенциал общества в широком смысле, как накопленный в нем информационный ресурс, постоянно создаваемый и обогащаемый как субъектами духовного производства, так и участниками других видов социальной деятельности и представляющий собой концентрированное выражение научных знаний и практического опыта для накопления знаниевых, ценностно-ориентационных, проективно-поведенческих ресурсов. Информационный потенциал общества в узком смысле, как активизированный, введенный в действие информационный ресурс. Информационный потенциал общества как информационный ресурс общества в единстве со средствами, методами и условиями, позволяющими его активизировать и эффективно использовать. Разработка со-

временной теории журналистики, обновление современной парадигмы медийных исследований, создание новых образовательных программ для журналистов, работающих в условиях мультимедийности, с учетом особенностей информационного потенциала общества.

3. Структура информационного потенциала

Процесс информатизации общества как социо-технологическая революция. Информационный потенциал общества как совокупность средств, методов и условий, позволяющих активизировать и эффективно использовать информационные ресурсы. Структура этой совокупности: все инструментальные средства информационной техносферы (технические и программные средства информатики и вычислительной техники, средства информационной коммуникации и информационные технологии); средства, методы и социальные структуры, содействующие воспроизводству и развитию инфосферы, повышению информационной культуры общества, его интеллектуального потенциала. Базовые структуры информационного потенциала общества: индустриально-технологический комплекс средств информатики страны, сеть научно-исследовательских, учебных, административных, коммерческих и других организаций и социальных институтов, деятельность которых содействует активизации и эффективному использованию информационных ресурсов. Новый формат базовых структур. Оцифрованные хранилища 150 тысяч библиотек, архивных фондов, составляющих более 460 млн ед. хр., музейных коллекций и др. Подготовка для этих целей специалистов, а также журналистов, обладающих новыми компетенциями. Информационный потенциал общества в узком смысле как активизированный, введенный в действие информационный ресурс. Информационные продукты и услуги. Рынок информационных продуктов и услуг.

4. Информационный потенциал общества как активизированный информационный ресурс

Ресурс как запасы, источники чего-нибудь. Понятие «ресурс» в индустриальном обществе, где большая часть усилий направлена на материальное производство. Виды ресурсов, ставшие классическими экономическими категориями: материальные ресурсы, природные ресурсы, трудовые ресурсы, финансовые ресурсы, энергетические ресурсы. Информационный ресурс как прерогатива информационного общества. Информационные ресурсы как ключевое понятие при информатизации общества. Разные толкования и подходы к трактовке понятия «информационный ресурс». Федеральный закон «Об информации, информатизации и защита информации», снявший большую часть неопределенности. Информационные ресурсы – отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, банках

данных, других информационных системах). Информационные ресурсы как формы представления знания, которыми обладали люди, их создавшие. Информационные ресурсы как знания, подготовленные людьми для социального использования в обществе и зафиксированные на материальном носителе (документы, базы данных, базы знаний, алгоритмов, компьютерные программы, а также произведения искусства, литературы, науки). Трудности переходного периода от индустриального к информационному обществу. Информационные ресурсы страны, региона, организации как стратегические ресурсы, аналогичные по значимости запасам сырья, энергии, ископаемых и прочим ресурсам. Развитие мировых информационных ресурсов. Превращение деятельности по оказанию информационных услуг в глобальную человеческую деятельность; формирование мирового и внутригосударственного рынка информационных услуг; образование всевозможных баз данных ресурсов регионов и государств, к которым возможен сравнительно недорогой доступ; повышение обоснованности и оперативности принимаемых решений в государственных и общественных структурах за счет своевременного использования необходимой информации.

5. Стратегическое значение развития информационного потенциала общества и цифровизация журналистской отрасли

Создание научно обоснованной методологии формирования и развития инфосферы, т.е. информационной техносферы и информационной среды общества как ключевого направления исследований. Обоснование удовлетворения все возрастающих информационных потребностей общества. Решение основных крупномасштабных задач: проведение системных исследований для определения оптимальной структуры и стратегии развития национального парка средств вычислительной техники и информатики. Их необходимость для решения задач социально-экономического, научного и культурного развития страны, ее регионов и сфер деятельности людей; организация автоматизированного проектирования и массового промышленного производства высоконадежных средств вычислительной техники, персональной информатики и связи, а также их программного обеспечения; по возможности отстройка от западного информационного обеспечения; создание и развитие интегрированной телекоммуникационной среды общества на основе спутниковых и оптоволоконных систем связи и перспективных информационных технологий их использования, обеспечивающих информационное взаимодействие с соответствующими международными системами и гарантирующих оперативный удаленный доступ абонентов к центрам хранения информационных ресурсов; организация промышленного производства и внедрение перспективных средств подготовки и распространения массовой информации (цифрового многопрограммного телевидения высокой четкости, стереофонического радиовещания, настольных издательских и копировальных систем, средств ввода/вывода

и обработки изображения и т.п.). Внедрение данных видов связи как основа цифровизации журналистской отрасли.

6. Методологические основания деятельности журналистики, активизирующей информационный ресурс

Методологический фундамент как основа концептуальности журналистики, как вида профессиональной деятельности, активизирующей информационный ресурс. Концептуальность в свою очередь – это следование принципам гуманистического общества, разработка долгосрочных информационных программ изданий, выстраивание отношений с аудиторией, отбор технологий, форм и методов формирования их информационного потенциала. Журналистика, как сфера отображения потребностей общества: в оперативном знании о социально-значимых изменениях действительности; в оперативном самоопределении общественного мнения; в оптимизации массового сознания общества с помощью новых знаний, ценностей, норм; в оперативной организации прямой и обратной связи в системе управления обществом; в организации публичных межгрупповых и межличностных контактов; в организации информационных потоков, объединяющих в себе результаты духовного сотрудничества представителей разных видов деятельности; в поддержании жизненного тонуса членов общества путем релаксации и удовлетворения их эстетических потребностей. Работа на интеллектуализацию общества как конечный результат, способствующий его развитию. Системно-синергетический подход, открывающий принципы организации и самоорганизации сложных развивающихся систем. Концепции журналистики как процесса в качестве составной части медиасистемы. Главное противоречие, разрешаемое журналистикой как частью медиасистемы в процессе изменчивости в условиях жизни общества. Обеспечение журналистской необходимости обновлять информационный потенциал социальных субъектов, т.к. информационному потенциалу личности, различных социальных общностей постоянно недостает знаниевых, аксиологических, организационно-поведенческих ресурсов. Осознанная необходимость его непрерывно пополнять, обновлять, обогащать, чтобы личность, социальная общность полноценно участвовали в совместной согласованной деятельности по освоению и преобразованию мира.

7. Журналист как субъект, средство и объект информационного взаимодействия в обществе, способствующий пополнению информационного потенциала общества, вводящий в действие информационный ресурс

Журналист как субъект, средство и объект информационного взаимодействия в обществе, способствующий пополнению информационного потенциала обществ аи каждого отдельного индивида. Роль журналиста в выявлении социального механизма освоения информационного потен-

циала общества как системы удовлетворения информационных потребностей личности, социальных общностей, социума в целом. Журналист как участник межличностного и массового общения, осуществляющий сбор, обработку, хранение, распространение, производство и потребление информации. Журналист как творческая личность в процессе введения в действие информационного ресурса. Журналистские специализации: корреспонденты, спецкоры, собкоры, обозреватели. Главный редактор как профессия менеджмента. Современные процессы в содержании творческой деятельности отечественной журналистики, утрата профессиональной индивидуальности, сращение журналистики с пиар-деятельностью. Социальная сфера как предмет журналистской деятельности, способствующая активизации информационного ресурса. Социальная структура общества как познавательная матрица журналиста: стратификация, мобильность, социальная инфраструктура, ценности, социальный контроль, личность, социализация, социальный капитал, человеческий ресурс, общество в целом, общности по интересам и другим параметрам, средний класс. Российское общество: социальная цена реформ. Трансформация социальной структуры. Социальное расслоение. Дезорганизация инфраструктуры. Ослабление социального контроля. Кризис ценностей. Образы-символы российских реформ: «новые бедные», «русский крест», «великая криминальная революция».

8. Журналистские технологии как фактор реализации концептуальности информационного потенциала общества

Технологические аспекты журналистики как информационного процесса. Информационный потенциал общества как его информационный ресурс в единстве со средствами, методами и условиями. Активизация и эффективность его использования. Как совокупность средств, методов и условий, включающая не только средства информационной техносферы, но также социальные средства, методы и структуры, способствующие воспроизводству и развитию инфосферы. Повышение информационной культуры общества, его интеллектуального потенциала. Журналистские технологии как состав и последовательность профессиональных шагов по формированию информационного потенциала социально ориентированных аудиторных групп. Знаниевые, аксиологические и проектно-поведенческие ресурсы. Их постоянное обновление и обогащение. Создание информационных коммуникаций для производства и освоения массовой аудиторией информационных ресурсов. Журналистские технологии как фактор реализации концептуальности информационного потенциала общества. Гуманитарная повестка дня. Форматы технологий: контентообразующие (информационный повод, смыслообразующие ориентиры в оценках); оперативно-поисковые (нюсмейкер в социальной сфере); организационно-проектные (формы сотрудничества, организация коммуникации); жанровые

(отбор методов, жанров, форматов, которые реализуют задачи журналистики); профильные технологии (портрет специализированной, нишевой аудитории- определенной социальной общности, в том числе и людей с ограниченными возможностями здоровья, и форматы текстов, отвечающие потребностям данной аудитории); этико-ценностные технологии (поиск общего языка с разными социальными общностями, преодоление «языка вражды», поиск путей к согласию в конфликтных ситуациях).

9. Типы и виды источников информации

Работа с четко обозначенными источниками информации как обязательное условие активизации информационного ресурса. Специализация журналиста для работы в условиях инфосферы как результат детального изучения ее внутренней структуры, законов функционирования, мониторинга ее состояния; изучение потребностей отдельных социальных групп и организация общественного диалога; знание социальной и культурной политики государства; анализ реформ в этой сфере информирование общества о разработанных формах и методах социальной адаптации населения. Типы и виды источников информации, формирующих информационный потенциал общества. Государственные организации и учреждения как официальные источники; международные и межправительственные организации; неправительственные, некоммерческие организации (НПО, НКО), гражданские объединения – «третий сектор»; компании, бизнес-структуры - «второй сектор»; СМИ; интернет-ресурсы: интернет-СМИ, включающие сетевые версии традиционных СМИ, онлайн-издания и информационные агентства; социальные сети; граждане и социальные общности.

10. Рекомендуемые образовательные технологии

Учебная дисциплина «Журналистская деятельность в условиях мультимедийности» состоит из трех блоков. Способы предоставления материала дисциплины следующие: лекции, семинары, консультации. Для первого блока базовая методика – лекции как аудиторная, так и в форме вебинара. В рамках лекций, как аудиторных, так и в форме вебинара, важное место занимает визуальная демонстрация преподавателем актуального фактического материала (таблиц, рисунков, схем, графиков, диаграмм и пр.). Во время аудиторных лекций она осуществляется с помощью подготовленных преподавателем презентаций в формате Power Point, которые демонстрируются на экране с помощью компьютера и проекционного оборудования. Во время чтения лекции в форме вебинара аспирант считывает с монитора компьютера мультимедийный материал лекции.

Существенное время отводится также семинарским и практическим занятиям (практикумам), в рамках которых изучаются материалы второго блока. Во время реализации этой формы обучения, которая про-

водится во время приезда аспирантов на очные сессии, обсуждаются ключевые вопросы каждой темы, заслушиваются и обсуждаются доклады, анализируются реальные исследовательские кейсы.

Значительный объем часов отводится на самостоятельную работу, которая структурирована в третьем блоке. В процессе самостоятельного изучения предложенного в рамках данного блока материала аспирант обращается к преподавателю за консультациями по мере возникновения вопросов. Формы работы могут быть как очными, так и онлайн-овыми с использованием различных форм связи (электронная почта, WhatsApp, Skype, аккаунты в социальных сетях и др.). Основными видами самостоятельной работы являются: сбор и отбор необходимой для изучения литературы по теме (монографии, статьи, периодические издания, интернет-ресурсы и т.п.), работа с первоисточниками, написание реферата, подготовка устных докладов и практических заданий (разработка программы и методики качественного исследования по избранной аспирантом теме и др.).

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Самостоятельная работа аспирантов сформулирована в третьем блоке программы, выполнение которой помогает аспиранту сформулировать тему собственного исследования. Она предполагает три уровня работы: чтение рекомендованной литературы по курсу, а также сбор и отбор литературы для проведения собственного исследования; выбор необходимых ему для решения задач собственного исследования из числа существующих подходов и методов его проведения; создание эмпирической базы исследования. Формы текущего контроля: оценка устных выступлений и докладов аспирантов на семинарах и конференциях как в учебном заведении, так и за его пределами, активное участие в обсуждениях на семинарах и практикумах, оценка рефератов, а также выполненного практического задания в рамках самостоятельного исследования. Итоговая аттестация проводится в форме зачета на основе оценки выполненной работы.

Темы семинарских занятий:

II. Журналистская профессиональная деятельность

- Специфика журналистской профессии.
- Журналистика как область творческой деятельности.
- Журналист как субъект информационно-коммуникативной деятельности.
- Социальный и должностной статус журналиста.
- Журналистский долг.

Правовые аспекты деятельности журналиста.

Журналистская деонтология. Этические основы деятельности журналиста.

Журналистский корпус и профессиональные объединения.

Журналистское образование.

III. Информационный потенциал общества как основа деятельности журналиста

- Инфосфера как совокупность информации, информационных объектов, информационных процессов, информационной инфраструктуры.

- Информационный потенциал общества.
- Структура информационного потенциала.
- Информационный потенциал общества как активизированный информационный ресурс.
- Стратегическое значение развития информационного потенциала общества и цифровизация журналистской отрасли.
- Методологические основания деятельности журналистики, активизирующей информационный ресурс.
- Журналист как субъект, средство и объект информационного взаимодействия в обществе, способствующий пополнению информационного потенциала общества, вводящий в действие информационный ресурс.
- Журналистские технологии как фактор реализации концептуальности информационного потенциала общества.
- Типы и виды источников информации.

Темы для самостоятельной работы:

I. Основы журналистики как вида деятельности

- Журналистика как общественная деятельность.
- Пражурналистские явления, предпосылки происхождения журналистики как специфического вида деятельности.
- Концепции и модели журналистики как вида деятельности.
- Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.
- Функционирование журналистики.
- Социальная позиция журналиста. Принципы деятельности журналистики.
- Цели и задачи журналистики как реализация социальных запросов общества.
- Журналистика и общественный интерес.
- Журналистика и удовлетворение потребностей общества, дифференцированных (специализированных, нишевых) аудиторий и отдельных граждан.

II. Журналистская профессиональная деятельность

- Специфика журналистской профессии.

- Журналистика как область творческой деятельности.
- Журналист как субъект информационно-коммуникативной деятельности.

- Социальный и должностной статус журналиста.

- Журналистский долг.

Правовые аспекты деятельности журналиста.

Журналистская деонтология. Этические основы деятельности журналиста.

Журналистский корпус и профессиональные объединения.

Журналистское образование.

III. Информационный потенциал общества как основа деятельности журналиста

- Инфосфера как совокупность информации, информационных объектов, информационных процессов, информационной инфраструктуры.

- Информационный потенциал общества.

- Структура информационного потенциала.

- Информационный потенциал общества как активизированный информационный ресурс.

- Стратегическое значение развития информационного потенциала общества и цифровизация журналистской отрасли.

- Методологические основания деятельности журналистики, активизирующей информационный ресурс.

- Журналист как субъект, средство и объект информационного взаимодействия в обществе, способствующий пополнению информационного потенциала общества, вводящий в действие информационный ресурс.

- Журналистские технологии как фактор реализации концептуальности информационного потенциала общества.

- Типы и виды источников информации.

Примерные темы рефератов:

I. Основы журналистики как вида деятельности

- Журналистика как общественная деятельность.
- Пражурналистские явления, предпосылки происхождения журналистики как специфического вида деятельности.

- Концепции и модели журналистики как вида деятельности

- Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.

- Функционирование журналистики.

- Социальная позиция журналиста. Принципы деятельности журналистики.

- Цели и задачи журналистики как реализация социальных запросов общества.

- Журналистика и общественный интерес.
- Журналистика и удовлетворение потребностей общества, дифференцированных (специализированных, нишевых) аудиторий и отдельных граждан.

II. Журналистская профессиональная деятельность

- Специфика журналистской профессии.
- Журналистика как область творческой деятельности.
- Журналист как субъект информационно-коммуникативной деятельности.

- Социальный и должностной статус журналиста.

- Журналистский долг.

Правовые аспекты деятельности журналиста.

Журналистская деонтология. Этические основы деятельности журналиста.

Журналистский корпус и профессиональные объединения.

Журналистское образование.

III. Информационный потенциал общества как основа деятельности журналиста

- Инфосфера как совокупность информации, информационных объектов, информационных процессов, информационной инфраструктуры.

- Информационный потенциал общества.

- Структура информационного потенциала.

- Информационный потенциал общества как активизированный информационный ресурс.

- Стратегическое значение развития информационного потенциала общества и цифровизация журналистской отрасли.

- Методологические основания деятельности журналистики, активизирующей информационный ресурс.

- Журналист как субъект, средство и объект информационного взаимодействия в обществе, способствующий пополнению информационного потенциала общества, вводящий в действие информационный ресурс.

- Журналистские технологии как фактор реализации концептуальности информационного потенциала общества.

- Типы и виды источников информации.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

Борецкий Р.А. Начало. К истории ТВ: выпавшее звено, или Мое забытое телевидение. – М.: ООО «ВК». 2010.

Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики. Пер. с англ. – Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», Науменко А.А. 2015.

Голядкин Н. А. История отечественного и зарубежного телевидения: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс. 2004.

Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе: Учебное пособие. М.: РИП-холдинг. 2005.

Дугин Е.Я. Методологический поворот исследований информационно-коммуникативных систем и журналистики // Журналист. Социальные коммуникации. 2015. №3-4. С. 81-102.

Дугин Е.Я. СМИ как смысловое воссоздание образно-символического пространства социальной реальности // Гуманитарий Юга России. Научно-образовательный журнал. Ростов-на-Дону. 2015. № 2.

Дугин Е.Я. Телевидение в условиях мультимедийности. - М. 2013.

Ерофеев С.В. Интернет-журналистика на рубеже XX-XXI вв. - М. 2011.

История русских медиа. 1989-2011. Версия «Афиши». - М. 2011.

Коломиец В.П., Полуэхтова И.А. Российское телевидение: индустрия и бизнес./Аналитический центр «Видео Интернешнл» – М.: ООО «НИПКЦ Восход-А». 2010.

Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики. М.: Изд-во Юрайт, 2016.

Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика: Учебник. Изд. 5-е. М.: Изд. МГУ – Высшая школа. 2005.

Кузнецов Г.В. ТВ-журналистика: критерии профессионализма. М.: Рип-холдинг. 2002.

Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. – М.: Изд-во Моск. университета, 2000.

Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. Санкт-Петербург: «Наука». 2007.

Медиа. Введение / под ред. А. Бриггза, П. Кобли. М. 2005.

Тертычный А.А. Жанры периодической печати. Учеб. пособие. 2-е изд. М.: Аспект-пресс, 2002.

Тулупов В.В. Техника и технология периодических изданий. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2005.

Тулупов В.В., Колосов А.А., Цуканова М.И., Сапунов В.И., Бобряшов А.А. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радио, Интернет. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.

Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М., 2004.

Шкондин М.В., Реснянская Л.Л. Типология периодической печати. – М., 2007.

б) дополнительная литература:

Буданцев Ю.П. В контексте жизни. Системный подход и массовая коммуникация. М., 1979.

Делягин М.Г. Мировой кризис. Общая теория глобализации. Курс лекций. Изд. третье, перераб. и доп. – М., ИНФРА – М., 2003.

Драгунский Д. Состояние кроссмодерна // Российская модернизация: размышления о самобытности. – М., Три квадрата, 2008.

Дугин Е.Я. Местное телевидение: типология, факторы и условия формирования программ / Е.Я.Дугин. – М.: Изд-во МГУ. 1982.

Егоров В.В. Телевидение: Страницы истории / В.В.Егоров. – М.: Аспект Пресс. 2004.

Егоров В.В. На пути к информационному обществу / В.В.Егоров. – М.: ИПК работников телевидения и радиовещания. 2006.

Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика 1990-2004. М., 2004.

Ким М.Н. Новостная журналистика. Базовый курс. Учебник. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005.

Ким М.Н. Очерк: Теория и методология жанра. СПб.: Изд-во Михайлова В.А. 2000.

Ким М.Н. Репортаж: технология жанра. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005.

Ким М.Н. Современные жанры журналистики. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004

Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. Спб., 2001

Лукина М.М. Технология интервью. Учеб. пособие. 2-е изд. М.: Аспект-пресс, 2005.

МакКуэйл Дэнис. Журналистика и общество. – М., Медиа Мир, Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2013.

Монро Э. Прайс. Масс-медиа и государственный суверенитет. Глобальная информационная революция и ее вызов власти государства. – М.: Институт проблем информационного права, 2004.

Монро Э. Прайс. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность. – М.: Моск. ун-та, 2000.

Муратов С.А. Диалог: Телевизионное общение в кадре и за кадром: Уч.пособие. - М.: Аспект-пресс, 2003.

Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2001.

Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия: Интерактивное поле общения: Учеб. пособие для студентов вузов / Е.В. Поберезникова. – М.: Аспект Пресс, 2004.

Полукаров В.Л. Телевизионная реклама: принципы бизнеса. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2002.

Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб. пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2004.

Полуэхтова И.А. Социокультурная динамика российской аудитории телевидения. М.: Аналитический центр «Видео Интернешнл», 2009.

- Саптак В.С.* Телевидение и мы. Изд. 3-е. М.: Искусство, 1988.
- Свитич Л.Г.* Профессия: журналист. Учеб. пособие. М.: Аспект-пресс, 2003.
- Смирнов В.В.* Формы вещания. – М.: Аспект Пресс, 2002.
- Методика типологического анализа периодической печати. М., 1995.
- Новая философская энциклопедия. В 4 т. / Ин-т философии РАН. - М.: Мысль. 2010.
- Типология периодической печати / под. ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. М., 2007.
- Система средств массовой информации России / под ред. Я.Н. Засурского. М., 2005.
- СМИ в меняющейся России: колл. монография / под ред. Е.Л. Варгановой. М., 2010.
- Тощенко Ж.Т.* Фантомы российского общества. – М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015.
- Телевидение: режиссура реальности. Сост. Д.Дондурей. - М.: Искусство кино. 2007.
- Таггл К.А., Карр Ф., Хаффман С.* Новости в телерадиоэфире. Подготовка, продюсирование и презентация новостей в СМИ. – М.: ГИТР, 2006.
- Хейзина Й.* Homo Ludens (Человек играющий). М.: Прогресс, 1992.
- Хелемендик В.С.* Союз пера, микрофона и телекамеры. Опыт системного исследования. М., 1977.
- Цвик В.Л.* Введение в журналистику: Курс лекций. М.: Изд. МНЭПУ. 2000.
- Цвик В.Л.* Телевизионная журналистика. М.: Юнити-Дана. 2008.
- Цвик В.Л.* Телевизионная служба новостей. М.: Юнити-Дана. 2008.
- Цвик В.Л.* История теории или еще раз об изучении ТВ (о конвергенции в журналистской науке) // Вестник Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика, 2009, № 4.
- Юровский А.Я.* Телевидение – поиски и решения: Очерки истории и теории советской тележурналистики. 2-е изд., доп. – М.: Искусство, 1983.

в) Программное обеспечение и интернет-ресурсы:

- Windows 7, MS Office, Internet Explorer
- ИА Интегрум (www.integrum.ru)
- Министерство связи и массовых коммуникаций (www.minsvyaz.ru)
- Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (www.farpmc.ru)
- Национальная ассоциация массмедиа исследователей /НАММИ (nammi.ru/ru/node/1113)
- Гильдия издателей периодической печати (www.gipp.ru)
- Национальная ассоциация телерадиовещателей (www.nat.ru)
- Ассоциация кабельного телевидения России (www.aktr.ru)

TNS Россия (www.tns-global.ru)

Исследовательская компания Фонд «Общественное мнение» (www.fom.ru)

Сайт журнала «Искусство кино» (<http://kinoart.ru>)

Сайт журнала «Социологические исследования» (<http://www.isras.ru/socis.html>)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В зависимости от практики чтения лекций может использоваться *power-point* (мультимедийный проектор, ноутбук). Для самостоятельной работы аспирантов вполне достаточно размещенных в интернете материалов. Целесообразной считается работа аспиранта в научных библиотеках.

Что день грядущий нам готовит?

Голынский А.В., специальный корреспондент журнала «Журналист. Социальные коммуникации»

В Минске состоялся XIII Международный медиафорум «Партнерство во имя будущего»

Он проходил 11-14 октября. Главная тема – цифровая повестка медиапространства. Какие же вызовы и решения цифровой повестки для медиапространства были обозначены на минском форуме?

Разговор шел по широкому спектру проблем, которые выдвинула жизнь сегодня и ждут нас завтра. Тут и технические технологии, экономические вопросы и состояние контента, который получает многомиллионная аудитория.

В медиафоруме принимали участие не только журналисты, но и ученые, издатели, политологи, социологи, эксперты. Перечень стран в этом году значительно расширился: самой представительной была делегация из России, постоянные участники – представители Китая, Германии, США, Сербии, Азербайджана и других стран, впервые прибыли на форум представители Вьетнама, Бангладеш, Монголии. А всего участвовали в форуме 300 человек из 30 стран.

Организаторы мероприятия: Министерство информации Республики Беларусь и Постоянный Комитет Союзного государства.

К участникам форума с приветствием обратился Президент Республики Беларусь *Александр Лукашенко*. «Современное медиапространство не имеет границ, а цифровые технологии открыли широкие возможности для творчества и предоставили богатый выбор источников информации. Поэтому сегодня журналистскому сообществу необходимо сосредоточить внимание на вопросах соблюдения профессиональной этики и норм морали — таких же важных, как свободное выражение своих убеждений» - подчеркнул Лукашенко.

Министр информации *Александр Карлюкевич* акцентировал внимание собравшихся на том, что главная задача для СМИ — формировать конструктивную точку зрения, вдумчиво подавая материалы.

Белорусский медиафорум уже давно зарекомендовал себя как площадка для поиска решений через партнерство. Это касается и такой проблемы, как взаимодействие традиционных средств массовой информации и цифровых медиа. В нашей стране придается большое значение цифровизации, поставлена задача превращения Беларуси в IT-страну. А значит, и цифре в медиапространстве как наиболее эффективной технологии быть. Но не менее важна и авторитетная буква традиционных СМИ. Это стало очевидно в последнее время, когда на первый план вышла борьба с фейковыми новостями.

В медиасфере важно не навязывать правила войны, а проповедовать мир. Это значит — сотрудничать по новым технологиям и новым конструктивным идеям.

Информационная сфера находится под мощнейшим влиянием социальных медиа, благодаря которым сегодня практически каждый человек способен влиять на формирование информационной повестки дня. Наряду с позитивными переменами цифровизация медиaprостранства несет и определенные негативные последствия, отрицательно сказываясь на достоверности, качестве, объективности информационных источников».

И как отмечали участники медиафорума, надо не просто бороться с фейковыми новостями, но и обеспечивать информационную экологию, информационную защиту личности. В этом процессе мощным объединяющим фактором должны стать традиционные СМИ.

Как это делать, шел не просто обмен мнениями, но и разбор практики на панельных дискуссиях: о разработке и реализации крупных совместных проектов с современными тенденциями, о подходах к обеспечению информационной безопасности общества и других направлениях внедрения новых технологий медиаменеджмента, противостоящих трансграничным информационным вызовам и угрозам.

Одним из главных факторов в борьбе с недостоверной информацией в Интернете первый заместитель министра информации *Павел Легкий* назвал доверие людей. Шла речь о достаточной степени доверия, позволяющей любой фейк уничтожить на корню, умело перекрыв пятно его распространения. Поэтому и необходимо завоевать и умело использовать доверие аудитории.

Как подчеркнул руководитель Издательского дома «Беларусь сегодня» *Дмитрий Жук*, в соцсетях можно рассказывать все что угодно, но самое главное — отвечать за то, что пишем и говорим. Ведь нередко соцсети подводят потребителя информации, подсовывая недостоверные факты. Здесь как раз более ответственно и солидно поступают традиционные СМИ, в том числе печатные. Кстати, именно печатные могут разъяснить людям доступно важные темы. А не устраивать сумбур, как часто наблюдается в соцсетях. Это подтвердил и директор Центра социологических и политических исследований Белгосуниверситета профессор *Давид Ротман*. Людей, конечно же, волнует достоверность информации. И поэтому наблюдается спрос на такие СМИ, которые понятно разъясняют, что происходит, как решить проблемы, которые их волнуют.

Стремительное развитие новых технологий привело к цифровизации медиaprостранства. На глобальную авансцену вышли цифровые медиа. Кое-кто заговорил о «смерти» традиционных средств массовой информации. Цифра и буква сошлись в смертельной схватке за потребителя информации. Каков будет исход этой битвы?

Репутация серьезного, солидного издания — один из главных спо-

соборов борьбы за потребителя информации. На Западе традиционные СМИ уже проиграли информационную войну соцсетям (и это подтверждает победа Трампа, против которого ополчились все ведущие СМИ). И свою государственную информационную политику он ведет в Твиттере.

О судьбе печатных средств массовой информации звучали разные мнения. Кто-то говорил, что они будут существовать до того времени, пока будут востребованы, пока интересны рекламодателям; другие — что в западных странах, где, несомненно, развит Интернет, заметна тенденция проявления интереса к газетам и журналам, особенно тем, где можно получить достоверную информацию. В свою очередь востребованы те интернет-порталы, где можно получить быстрообработанную эксклюзивную новость.

На самом деле проблема цифровизации медийного пространства, взаимодействие цифровых и бумажных СМИ — эта проблема далеко не нова. Но она, как сказал один из модераторов панельной дискуссии, генеральный директор Телевизионной службы новостей (Россия) *Александр Гурнов*, актуализирована в свете современного развития и последних событий. В условиях глобальной поляризации нам очень важно культурное и информационное пространство, в котором мы можем решать общие проблемы. Наш девиз в выполнении этой задачи — партнерство. Не важно, говорим ли мы о цифре или других проблемах не только информационного, но и всего евразийского пространства, отмечала в опубликованном в отчете о работе форума обозреватель главной белорусской газеты «СБ сегодня» *Нина Романова*.

Влияние глобальных цифровых трансформаций на СМИ — тренд времени. Он играет ключевую роль в конкуренции экономических и общественных объединений в мире. Как подчеркнул первый заместитель председателя Исполнительного комитета СНГ *Виктор Гуминский*, цифровизация рассматривается как неотъемлемая часть развития общества. Он особо отметил важность белорусской инициативы: дополнить стратегию развития СНГ цифровым инструментарием.

Сегодня люди все больше черпают информацию из Интернета. А значит, чтобы выигрывать конкуренцию, нужны IT-отделы, которые будут продвигать свои СМИ в соцсетях. Это удовольствие дорогое. Как рассказал главный редактор газеты «Комсомольская правда» *Владимир Сунгоркин*, ему приходится тратить миллиард рублей только на то, чтобы на сайт газеты заходили четыре миллиона посетителей в сутки.

Мы живем в эпоху больших медиа и больших бюджетов для их содержания. Они необходимы, чтобы побеждать в мировой конкуренции. Тем более что количество пользователей цифровых СМИ растет. Но не растет их авторитет. В России это стало особенно очевидно, когда шла дискуссия по пенсионной реформе. Пенсионеры не поняли, что им вещали с экранов телевизоров. Все это мельтешение на экранах, не говоря уже о сумбуре в интернет-ресурсах, привело к тому, что по-

явился повышенный интерес к печатным СМИ. Это свидетельствует, резюмировал российский эксперт, что остается важная и незаменимая роль печатных СМИ — разъяснение важных для публики тем. В этом вопросе в соцсетях — сплошной сумбур вместо «музыки».

У нас государством может стимулироваться спрос на честный, объективный анализ. И от этого СМИ только выиграют. Кстати, в Бельгии этот подход уже в действии. Как рассказала бельгийский блогер *Янина Козари*, недавно в стране прошел фестиваль блогеров. Цель акции — сделать из блогосреды блогеров легализованных.

С другой стороны, в мире уже появились контрсилы, сдерживающие дезинформацию. О впечатляющих результатах рассказал директор Азиатско-Европейского бюро Синьхуа *Фан Вэйго*. Облачные вычисления, мобильная связь, искусственный интеллект — все это китайское агентство использует для собственного информационного продвижения в мире. И как итог — сайт Синьхуа ежедневно посещают более 120 миллионов пользователей, а мобильное приложение — 300 миллионов. С такими цифрами, как вы понимаете, Китаю никакая враждебная цифра не страшна.

По подсчетам российского эксперта, профессора *Игоря Панарина*, Минобороны РФ выигрывает у Пентагона по просмотрам в YouTube в соотношении 2:1. Лидер просмотров — удар в Сирии российскими ракетами «Калибр».

Впрочем, очень важно предлагать в медиасфере не правила войны, а правила мира. А еще лучше — правила сотрудничества в области новых технологий и новых конструктивных идей. Генеральный директор агентства Trend (Азербайджан) *Ильгар Гусейнов* рассказал, что агентство активно продает за рубежом свои информационные продукты, которые очень востребованы банкирами, бизнесменами.

Отзываясь о форуме, многие отмечали важность его проведения в Минске. Тот же Ильгар Гусейнов сказал, что белорусская журналистика понимает свою ответственность перед страной, народом и людьми. Украинский политолог *Константин Бондаренко* подчеркнул, что цель этого форума в том, чтобы люди и сообщества пришли к информационному миру. Эстонский профессор *Эдуард Тинн* подытожил, что «ваши парни лучшие в Европе в IT-сфере» и способность Беларуси не делить мир на черное и белое, но сотрудничать со всеми обеспечит великое будущее.

«Сейчас технологии дают новые возможности для медиа, хотя, конечно, есть и вызовы», - сказал в беседе с корреспондентом «СБ сегодня» *Арам Ананян*, директор информационного агентства Арменпресс. - Для профессиональных журналистов есть какие-то риски, потому что границы между новыми и традиционными медиа очень размыты. На мой взгляд, YouTube не вытеснит телевидение, хотя там огромный пласт людей, которые создают визуальный контент. Но если посмотреть качественные YouTube-каналы, то их, как правило, делают

люди на профессиональной основе, сами связанные с журналистикой, и в частности с телевидением. Есть и другая тенденция — недавние события «бархатной революции» в Армении происходили онлайн, то есть в любом уголке мира можно было за этим следить. Может, у телевидения будет вызов — меняться и становиться быстрее.

По итогам работы форума была принята резолюция. Её участники считают необходимым продолжить практику обмена опытом разработки и реализации совместных проектов, направленных на укрепление традиционных средств массовой информации и их цифровую трансформацию в соответствии с современными тенденциями.

Было подписано соглашение о сотрудничестве между медийными субъектами, например китайским агентством «Синьхуа» и Издательским домом «Беларусь сегодня» и международным радио «Беларусь». Есть также договоренность, что региональные белорусские журналисты смогут стажироваться в московской редакции «Комсомольской правды». Обсуждался и ряд других интересных проектов для дальнейшего общения.

В Летней школе журналистики представители медийной сферы мирового уровня делились опытом, проводили мастер-классы с будущими специалистами этих профессий – сегодняшними студентами Белорусского госуниверситета.

IV Каспийский Медиафорум – территория доверия и сотрудничества

Сальникова А.А., руководитель Службы информационных проектов телеканала «Большая Азия» и сайта bigasia.ru

СМИ пяти стран Каспия собрались в Астрахани

Город на стыке Европы и Азии. Астрахань приняла IV Каспийский Медиафорум. «Информационным мостом через море», который объединяет медиасообщества пяти стран: России, Азербайджана, Ирана, Казахстана и Туркменистана - назвал мероприятие губернатор Астраханской области. (Прим.: 26 сентября стало известно, что Александр Жилкин переходит на новую работу. Президент России Владимир Путин сообщил об этом во время встречи с Сергеем Морозовым, который будет временно исполнять обязанности губернатора Астраханской области).

Программа IV Каспийского Медиафорума, который был организован правительством Астраханской области при поддержке министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций России, включала многочисленные дискуссионные площадки, семинары, мастер-классы, презентации информационных проектов и молодежных инициатив. В качестве официального информационного партнера работу Форума освещал телеканал «Большая Азия».

Представители России, Азербайджана, Ирана, Казахстана и Туркменистана собрались для того, чтобы обсудить созидательные возможности современных медиа.

«В этом году наметилась тенденция, которая заключается в том, что к событию проявляют интерес и государства, не имеющие непосредственного выхода к морю. Тот факт, что в этом году в Каспийском медиафоруме принимает участие делегация из Узбекистана, показывает, что мы движемся в сторону расширения охвата деятельности Медиафорума», — сказал заместитель министра цифрового развития, связи и массовых коммуникаций России *Алексей Волин*.

Одним из главных событий Медиафорума стало заседание Каспийского экспертного клуба на тему: «Информационная повестка дня: только хорошие новости».

Как отметил генеральный директор телеканала «Большая Азия» *Александр Лебедев*, эксперты выяснили, что запрос на позитивные новости есть. А это значит, что хорошие новости могут хорошо продаваться. «Социальная ответственность журналиста сегодня заключается в том, чтобы не врать, не делать чистую пропаганду из позитивных новостей, а брать события и находить интересные нужные факты, потому что позитив двигает нас вперед, а негативная повестка отбрасывает назад», - подчеркнул

Александр Лебедев.

В свою очередь генеральный продюсер телеканала «Большая Азия» *Сергей Савушкин* заявил, что «молодая аудитория россиян очень плохо знает своих соседей. Мы призываем налаживать человеческие отношения, потому что незнание того, как живут люди рядом, незнание их культуры, традиций приводят к фобиям, и тогда становится очень сложно выстраивать бизнес-отношения, совместно развивать экономику, туризм».

IV Медиафорум был представлен широким кругом тематических секций, посвящённых вопросам образования и культуры. Мэтры журналистики поделились опытом и новыми мультимедийными технологиями с молодым поколением.

Астраханцы показали гостям Форума свои сокровища. Среди них - книга Сергея Жильцова «Каспий. Международно-правовые Документы». В ней собраны материалы, которые затрагивают различные аспекты правового статуса Каспийского моря за последние три столетия – от договоров, регулировавших отношения России и Персии в середине 16 века, до недавно согласованной Конвенции о правовом статусе Каспийского моря.

Местные жители гордятся своим музеем-заповедником, который включает 14 филиалов. «Это золото Сарматов, уникальная коллекция археологических и предметов, которые были найдены на территории Астраханской области и сейчас находятся в экспозиции. Здесь мы представили реплики и фотовыставку», – говорит заведующая отделом истории «Астраханского музея-заповедника» *Елизавета Казакова*.

Художник-иллюстратор *Анна Бабышева* представила свою экспозицию и рассказала, что ее вдохновляет. Это и величественный Успенский собор, и Астраханский кремль, церкви, памятники и архитектурные красоты родного города.

Выставка Бабышевой познакомила гостей с культурой многонациональной Астраханской области. Свои экспонаты представили библиотеки, книгоиздатели, государственные архивы, музеи и учебные заведения. Участникам медиафорума рассказали об истории рыбных промыслов и освоении Каспия Россией, особенностях народов, которые заселяют регион.

С гордостью говорил про свой регион и губернатор *Александр Жилкин*. Он дал интервью генеральному директору телеканала «Большая Азия» *Александру Лебедеву*.

Глава региона напомнил, что Астрахань находится на стыке Европы и Азии. «Исторически здесь проживали наши предки всех наций и народов, которые представляют Астраханский регион. Поверьте, это более 150-ти национальностей, народностей, многоконфессиональный край», – сказал Жилкин.

Говоря о примерах интеграционного сотрудничества Астраханской области с Азербайджаном, Ираном и Казахстаном, губернатор отметил судостроение.

«В 19-м веке в Астрахани ещё со времен братьев Нобелей делали наливные баржи или, как их сегодня называют, танкеры для перевозки нефти

- из Баку, с месторождений, сюда, в Астрахань, и дальше по Волге. Сегодня создаются такие верфи и выполняются заказы по разработкам нефтяных и газовых месторождений. Мы строим их для наших партнеров – Казахстана, Туркменистана», – говорил Жилкин.

Налажены поставки мяса в Иран. Республике необходима халяльная продукция и Астрахань этот спрос удовлетворяет.

Особенно глава региона отметил проект «Зелёная энергетика». Область построила пять станций солнечной генерации, в течение ближайших двух с половиной, максимум, трёх лет будет возведено 20 станций.

«Этот проект важен для многих людей, проживающих в Астраханской области, которые находятся, допустим, на островах - туристические фирмы, фермерские хозяйства, которые далеко в полупустынной зоне находятся и туда провести электричество трудно, это большие затраты», – добавил Жилкин.

Что касается дальнейшего развития азиатско-европейского сотрудничества, евразийской интеграции и роли России в этом глобальном процессе, то, по мнению главы региона, Россия будет весьма полезна и Европе, и Азии.

Главным итогом IV Каспийского Медиафорума стало понимание роли средств массовой информации в процессах интеграции. Более двадцати лет шла кропотливая работа по подготовке Конвенции о правовом статусе Каспийского моря. Азербайджанская республика, Исламская республика Иран, Республика Казахстан, Российская Федерация и Туркменистан договорились об углублении и расширении добрососедских отношений. Именно эти страны обладают суверенными правами в отношении Каспийского моря и его ресурсов, поэтому решение всех вопросов в этом регионе – исключительно их компетенция. Именно государства Прикаспия несут ответственность перед нынешними и будущими поколениями за сохранение Каспийского моря, за стабильность и устойчивое развитие. Казалось бы, какие простые термины: «уважение суверенитета», «территориальная целостность», «суверенное равенство государств», «независимость», «взаимное уважение», «невмешательство во внутренние дела друг друга». А как сложно донести этот смысл до вершин мировой власти, чтобы обеспечить мир, стабильность и процветание.

Безопасность – вот главный смысл документа! И роль СМИ здесь является ключевой, потому что именно СМИ сегодня зачастую используются в развязывании информационных войн, газеты и журналы, радио и телевидение зачастую превращаются из средств массовой информации в орудия массовой дезинформации, а порой и в мощнейшее оружие массового уничтожения правды.

На IV Каспийском Медиафоруме развернулась широкая профессиональная полемика о роли СМИ в процессах формирования политической стабильности и доверия. Практически все участники Форума были единодушны в том, что пришло время вернуться к вопросам социальной ответственности журналистики и контентной ответственно-

сти главных редакторов.

Профессиональное сообщество хорошо знает проблемы медиаиндустрии и понимает, что в условиях жёсткой зависимости средств массовой информации от денег владельцев или заказчиков искоренить зло фейковых публикаций практически невозможно. Всегда найдутся штрейкбрехеры, которые на развилке «правды и денег», увы, выберут деньги.

Но ситуация сегодня уже не кажется столь безнадёжной, как ещё пару лет тому назад. Совпадение интересов медиасообщества и власти даёт основания для надежд на правильный поход в борьбе за чистоту журналистики. Этот вопрос является ключевым в российском обществе уже много лет и сегодня с уверенностью можно сказать, что в Астрахани сделан очередной шаг на пути преобразования журналистики. Уже решено, что на V Медиафоруме тема роли медиаиндустрии в формировании атмосферы доверия станет главной темой.

Centenary of the Russian Union of Journalists

L. A. Rechitskiy

In search of Form and Substance

The last month of autumn was marked by the journalist community celebrating the centenary of their own public body — the Union. In 1918 the first all-Russia conference in Moscow united representatives of newspapers and magazines supporting the Soviet government. Three days (the conference meetings were held from November 13th to 15h) were required for the delegates to discuss the burning issues: goals of the Soviet press and creation of a new up-to-date media system that would be able to promote the “dictatorship of the proletariat”; types and content of the Soviet newspapers; criticism of the Soviet power in the print media; the print media regulation. A century ago a desire of various generations of men of letters writing for newspapers and magazines came true — they united into an autonomous professional organisation independent from editors and the state, political parties and movements. The major issue was arrangement of the Union — the superior form of professional journalists’ self-organisation. The article describes the milestones in development of the journalist community. It also covers the causes for transformation in the legal structure of one of the Russia’s oldest and most popular public bodies.

Key words: corporation, professional union, system of public bodies, political and ideological pressure, instrument of influence.

Garifullin V.Z., Bakanov R.P., Bik-Bulatov A.Sh., Sabirova L.R.

From the first soviet newspapers to modern media companies
(towards the anniversary of the Union of journalists of the Republic of Tatarstan)

The article is devoted to the anniversary of the professional organization of journalists of the Republic of Tatarstan. In this regard, the authors analyzed the activities of the journalistic community of the Republic in the Soviet and post-Soviet period. The authors trace the most important historical events that influenced the origin and development of periodicals in the region. The article also analyzes the dynamics of the number of mass media in Russian and Tatar languages in different historical periods. As the most positive changes in the field of regional journalism under the influence of globalization and digitalization, the authors noted their active positioning on the Internet, integration with the most popular social networks. There is also an active development of convergent journalism, bold steps of citizen journalism in the system of regional media. The article also deals the most acute problems on the way of further development of regional media, including the reduction of the audience, thematic limitations, lack of efficiency. The thesis of the necessity of market research in order to identify the necessary types and types of publications, their subjects, as well as forms and means of submission of materials in the Tatar and Russian languages, which could contrib-

Summary

ute to the progress of public consciousness and the development of the region.

Key words: *Republic of Tatarstan, Union of journalists, newspaper, magazine, media, convergence, journalism, editorial office, media market.*

M. Sh. Salimov

Ten Years from the History of Our Union (Professional Experience of the Creative Organisation of Bashkortostan Journalists in Late XX — Early XXI Century)

Key words: *Bashkir journalism, Journalism Veterans Association of the Republic of Bashkortostan, Bashkortostan mass media, Union of Journalists of the Republic of Bashkortostan, conferences of the Union of Journalists of the Republic of Bashkortostan.*

V. P. Komissarov

More Blind Spots Cleared Up

B. A. Igraev

Tula Share in the Union of Journalists' History

The article features the process of organising the Union of Journalists in Tula Province. Having studied various archive materials, the author describes the environment in which the local media carried out their work and personality traits of the founders affecting the formation of the Union.

Key words *printing offices, press, agitation campaign, authorities, Union of Journalists, press department.*

Theory and Practice of Modern Mass Media

A. V. Chernyak

Ideology and Journalism. Discussions in the Mass Media (Article Four)

The previous articles review essential aspects of such concepts as ideology and journalism. Further on the author speculates on the necessity of state ideology and on discussions in the mass media in this regard. It is noted that such concept as ideology is inseparably associated with comprehensive analysis of political, legal, moral and aesthetic relations in the society. As regards politics, this concept enables better understanding of certain phenomena.

Key words: *state, deideologization, criminal glamour ideology, conservative European ideology, ideophobia.*

V. V. Novikov

Internet and Generation Gap: How to Find the Points of Contact with Generation Z in the New Digital Reality?

The article analyses research experience consisting in engagement of modern school students as direct representatives of Generation Z into creation of an information and communication product for Antran (Agency of Scientific Tours) site held by the Russian Academy of Sciences. The research is also accompanied by analysis of media education methods aimed at the digital generation representatives' gaining expertise in modern journalism.

Key words: *information and communication media systems, communication communities, social networks, computer network, digital reality, digital culture, Internet, media producers, media consumers, Generation Z, digital generation, childhood subculture.*

V. V. Varavva

Expressive Means in Covering of Urgent Social Matters in the Nakhodkinskiy Rabochiy Newspaper

One of the mass media goals is socialization of the society. The mass media not only form social attitudes, but also help in resolving various life issues and affect social institutions. Thus, covering of social matters is a major aspect of the mass media work. The object of research is the Nakhodkinskiy Rabochiy newspaper for yrs. 2014-2017, the subject of research is the Social Issues section. The research objective: to detect quantitative indicator of reference to the section and materials concerning social issues; to determine their major topical and subject categories; to perform selective analysis of several newspaper issues as regards reference to social matters in articles of other sections; to study genre, stylistics and language range of articles. The Nakhodkinskiy Rabochiy newspaper has been studied this way for the first time.

Key words: *section, social issues, genres, style, language, Nakhodkinskiy Rabochiy newspaper*

MEDIA EDUCATION

Postgraduates Educational Programme

CONGRESSES, CONFERENCES, FORUMS

A. V. Golynskiy

Partnership for the Future, the XIII International Media Forum, was held in Minsk.

A. A. Salnikova

IV Caspian Media Forum — Territory of Trust and Partnership

Журнал «Журналист. Социальные коммуникации» зарегистрирован
Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС77-66931
от 22 августа 2016 года

Учредитель: Автономная некоммерческая организация
«Институт региональной журналистики»

Главный редактор Черняк А.В.
Адрес редакции: 119019, г. Москва, Никитский бульвар, дом 8-а, стр.1,
Центральный Дом журналиста, офис 305

e-mail: journalist-vak@yandex.ru
Тел. (499) 152-88-71, доб. 421 или +7 910 436 05 92

Ответственный секретарь: Антоновская Ю.Н.
Оформление: Колышев Е.В.
Верстка, корректура: Антоновская Ю.Н.
Подписано в печать .22.12.2018
Формат 70x108/16
печатных листов
Тираж 500 экз.
Заказ №

Отпечатано в ФГУП Издательство «Известия»
Управления делами Президента РФ
127994, Москва, Пушкинская пл., 5

При использовании материалов ссылка на журнал
«Журналист. Социальные коммуникации» обязательна.

ISSN 2221-6073



9 772221 607771 >