



ЖУРНАЛ
БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

ЖУРНАЛИСТИКА ПЕДАГОГИКА

JOURNAL
OF THE BELARUSIAN STATE UNIVERSITY

JOURNALISM and PEDAGOGICS

Издается с января 1969 г.
(до 2017 г. – под названием «Веснік БДУ.
Серыя 4, Філалогія. Журналістыка. Педагагіка»)

Выходит один раз в полугодие

2

2017

МИНСК
БГУ

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор	ДУБОВИК С. В. – кандидат филологических наук, доцент; директор Института журналистики Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь. E-mail: vauchkova@bsu.by
Заместитель главного редактора	ЖУК О. Л. – доктор педагогических наук, профессор; заведующий кафедрой педагогики и проблем развития образования Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь. E-mail: olzhuk@bsu.by
Ответственный секретарь	САЕНКОВА-МЕЛЬНИЦКАЯ Л. П. – кандидат филологических наук, доцент; заведующий кафедрой литературно-художественной критики Института журналистики Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь. E-mail: sayenkova@gmail.com
Баранова Е. В.	Институт журналистики Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь.
Басова А. И.	Институт журналистики Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь.
Бёхм Я.	Высшая педагогическая школа Верхней Австрии, Линц, Австрия.
Булатова Э. В.	Институт гуманитарных наук и искусств, Екатеринбург, Россия.
Даики Х.	Иватский университет, Мориока, Япония.
Дасаева Т. Н.	Институт журналистики Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь.
Загидуллина М. В.	Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия.
Захарова С. Н.	Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь.
Ивченко В. И.	Институт журналистики Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь.
Казаренков В. И.	Российский университет дружбы народов, Москва, Россия.
Капитанова Л. А.	Псковский государственный университет, Псков, Россия.
Клим-Климашевска А.	Естественно-гуманитарный университет, Седльце, Польша.
Короченский А. П.	Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия.
Кунцевич З. С.	Витебский государственный Ордена дружбы народов медицинский университет, Витебск, Беларусь.
Орлова Т. Д.	Институт журналистики Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь.
Пискунова Е. В.	Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия.
Самусевич О. М.	Институт журналистики Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь.
Саченко И. И.	Институт журналистики Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь.
Сидоренко Н. Н.	Институт журналистики Киевского национального университета им. Тараса Шевченко, Киев, Украина.
Слука О. Г.	Институт журналистики Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь.
Тертычный А. А.	Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия.
Тошевич Б.	Институт славистики Грацкого университета им. Карла и Франца, Грац, Австрия.
Фрольцова Н. Т.	Институт журналистики Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь.
Хведченя Л. В.	Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь.

EDITORIAL BOARD

Editor-in-chief **DUBOVİK S. V.**, PhD (philology), docent; director of the Institute of Journalism of the Belarusian State University, Minsk, Belarus.
E-mail: vauchkova@bsu.by

Deputy editor-in-chief **ZHUK O. L.**, doctor of science (pedagogics), full professor; head of the department of pedagogics and education development problems of the Belarusian State University, Minsk, Belarus.
E-mail: olzhuk@bsu.by

Executive secretary **SAENKOVA-MELNICKAYA L. P.**, PhD (philology), docent; head of the department of literary-art critics of the Institute of Journalism of the Belarusian State University, Minsk, Belarus.
E-mail: sayenkova@gmail.com

- Baranova E. V.** Institute of Journalism of the Belarusian State University, Minsk, Belarus.
Basova A. I. Institute of Journalism of the Belarusian State University, Minsk, Belarus.
Boehm J. University of Education upper Austria, Linz, Austria.
Bulatova E. V. Institute of Humanities and Arts, Yekaterinburg, Russia.
Daiki H. Iwate University, Morioka, Japan.
Dasaeva T. N. Institute of Journalism of the Belarusian State University, Minsk, Belarus.
Zagidullina M. V. Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.
Zaharova S. N. Belarusian State University, Minsk, Belarus.
Ivchenkov V. I. Institute of Journalism of the Belarusian State University, Minsk, Belarus.
Kazarenkov V. I. Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia.
Capitanova L. A. Pskov State University, Pskov, Russia.
Klim-Klimashevskaya A. Natural University for the Humanities, Siedlce, Poland.
Korochensky A. P. Belgorod National Research University, Belgorod, Russia.
Kuntcevich Z. S. Vitebsk State Order of Peoples' Friendship Medical University, Vitebsk, Belarus.
Orlova T. D. Institute of Journalism of the Belarusian State University, Minsk, Belarus.
Piskunova E. V. Research Institute of Continuous Teacher Education of Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint Petersburg, Russia.
Samusevich O. M. Journalism of the Belarusian State University, Minsk, Belarus.
Sachenko I. I. Institute of Journalism of the Belarusian State University, Minsk, Belarus.
Sidorenko N. N. Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine.
Sluka O. G. Institute of Journalism of the Belarusian State University, Minsk, Belarus.
Tertychny A. A. Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.
Toshovich B. Institute of Slavic Studies of the University of Graz, Graz, Austria.
Frolova N. T. Institute of Journalism of the Belarusian State University, Minsk, Belarus.
Khvedchenya L. V. Belarusian State University, Minsk, Belarus.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИЙНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ

CONTEMPORARY MEDIA STRATEGIES AND TACTICS

УДК 070:004.738.5+379.81

ГЕЙМИФИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ МЕДИЙНОЙ ПРАКТИКИ

Н. А. ФЕДОТОВА¹⁾

¹⁾Институт журналистики БГУ,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Беларусь

Рассматриваются актуальные исследовательские вопросы, связанные с тенденцией совмещения информационного и рекреативного контента в медийной практике. Показываются изменения в содержании, тематике и форматах медиатекстов; насыщение новостей и комментариев рекреативными элементами; эксплуатация сенсационности; выделение забавного и смешного. Анализируется апелляция к эмоциональной сфере аудитории как инструмент журналистской практики. Выделяются функции, приобретаемые игрой, в новой технологической среде. Основное внимание уделяется геймификации как востребованному формату медийной практики. Дается ответ на ряд вопросов: как работает геймификация в массмедиа? что такое новостные игры? какие потребности удовлетворяет игровая деятельность и как она связана с эмоциональной сферой? способствует ли игровая деятельность вовлечению пользователей в потребление медиаконтента? Формулируются выводы, основанные на типичных примерах из медийной практики, в которых геймификация используется не только как развлечение, но и как интеллектуальный и познавательный ресурс.

Ключевые слова: массмедиа; рекреативный контент; эмоции; развлечение; постправда; геймификация; новостные игры; тесты; вовлечение; познавательный ресурс.

GAMIFICATION IN THE CONTEXT OF MEDIA PRACTICE

N. A. FEDOTOVA^a

^aThe Institute of Journalism, Belarusian State University, 9 Kal'varyjskaja Street, Minsk 220004, Belarus

This article is devoted to current research issues, which are related with the trend of combining information and recreative content in media practice. The text reflects the change in the content, themes and formats of media texts. It is shown how

Образец цитирования:

Федотова Н. А. Геймификация в контексте медийной практики // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 4–11.

For citation:

Fedotova N. A. Gamification in the context of media practice. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 4–11 (in Russ.).

Автор:

Наталья Александровна Федотова – кандидат филологических наук; доцент кафедры медиалогии и веб-журналистики.

Author:

Natallia F. Fedotova, PhD (philology); associate professor at the department of medialogy and web-journalism.
nf333@yandex.by

news and comments are united with recreative elements, sensationalism and fun. The author considers how emotional appeal becomes a tool of journalistic practice. What does the game matter in new technological conditions? The main focus is on the gamification as a demanded format of media practice. The article raises a number of actual questions. How does mass media work? What are news games? How does gamification relate to the emotional sphere and what needs does it satisfy? Does it promote the engagement of users in the consumption of media content? The conclusions are based on typical examples from media, where gamification is used not only for entertainment, but as an intellectual and cognitive resource.

Key words: massmedia; recreative content; emotions; entertainment; post-truth; gamification; newsgames; tests; media engagement; cognitive resource.

Введение

В XX в. была отмечена тенденция к размыванию границ между серьезным общественным дискурсом и развлечением, также были определены неоднозначная роль и возможные последствия этой тенденции. Так, М. Хоркхаймер и Т. Адорно специфическим предназначением распространенных типов развлечения считали апологию общества, поскольку быть удовлетворенным для исследователей означало быть согласным, получать удовольствие, «не сметь ни о чем серьезном думать, забыть о страдании даже там и тогда, где и когда показывают его. В основе его лежит бессилие. Оно действительно является бегством, но не <...> бегством от скверной реальности, а от последней мысли о сопротивлении. <...> Освобождение, обещаемое развлечением, является освобождением от мышления, равно как и от отрицания» [1, с. 181]. О результатах совмещения новостного и рекреативного контента медиаисследователи размышляли: «Как музыка соотносится с новостями? Можно предположить, что в данном случае музыка используется в тех же целях, что и в театре и кино. То есть для создания настроения и обеспечения лейтмотива для развлечения. <...> До тех пор, пока музыка является некоторым обрамлением программы, зрителю предлагается поверить, что беспокоиться особенно не о чем; что по сути своей события, о которых сообщается, имеют такое же отношение к реальности как сцены в пьесе» [2, с. 166–167].

О событиях *omnibus*, выражающих тенденцию к инфотейнменту, П. Бурдье писал: «...если ценные минуты эфирного времени используются для того, чтобы говорить подобную ерунду, это значит, что эта ерунда не так уж бессмысленна, поскольку скрывает

за собой нечто важное» [3, с. 30–31]. Н. Луман отмечал, что развлекательные форматы массмедиа создают «новую мифологию», поскольку развлечение, в отличие от новостей и репортажей, не направлено на разъяснение. Оно, как когда-то и мифические рассказы, стремится активизировать в адресатах воспоминания о пережитом, о надеждах и опасениях, о чем-либо забытом [4, с. 93–94].

Из вышесказанного следует, что коммуникация, которой свойственны соблазнительность, сенсорная имитация реальности, а также восприятие с наименьшим психологическим усилием, способствует скорее «усыплению» рядового слушателя или читателя, нежели пробуждению в нем активности. Поскольку все больше времени отводится чтению и просмотру медиаконтента, все меньше внимания уделяется организованному социальному действию. Возрастающий поток информации может непреднамеренно привести к преобразованию энергии людей из активного участия в пассивное знание.

Взяв за основу эти опасения ученых, в настоящей статье попытаемся ответить на вопросы, актуализирующие тенденцию совмещения в медийной практике информационного и рекреативного контента. Это вопросы о том, как апелляция к эмоциям влияет на журналистскую практику; какие форматы в связи с этим востребованы сегодня в медиапрактике; что такое геймификация массмедиа; способствует ли она активизации и вовлечению пользователей в потребление медиаконтента; может ли геймификация использоваться для стимуляции познавательной деятельности.

Трансформация медиаформатов: от информации к эмоциям

По причине того, что источники информации небеспристрастны, а их задача заключается не в информировании общества, а в продаже ему развлечения [5, с. 266], на сегодняшний день наблюдается изменение и содержания, и тематики, и форматов медиатекстов. Новостям и комментариям приходится не только «потесниться», но и насыщаться рекреативными элементами, эксплуатировать сенсационность, выделять забавное и смешное. Политики и ньюсмейкеры произносят остроумные, частично эпатажные речи, которые удобно исполь-

зовать в качестве заголовков или анонсов к текстам. В результате этого читатель и слушатель не может быть уверен в достоверности информации.

Актуальность и глобальность обозначенной тенденции подтверждается тем фактом, что по версии Оксфордского словаря английского языка словом 2016 г. является неологизм *post-truth* ‘постправда’ или ‘постистина’. По определению британских лингвистов, это понятие означает «обстоятельства, в которых объективные факты менее влияют на формирование общественного мнения, чем эмоции

или личные убеждения» [6]. В основе информационной политики постправды лежит манипулирование эмоциями и скандальные заявления, которые транслируют массмедиа. Предполагается, что факты скучны, ими невозможно заинтересовать пресыщенную информацией аудиторию.

Полевое исследование «Медиатор», проведенное в 2016 г. для системы редакционной аналитики, показало, что российские медиаменеджеры успешных онлайн-проектов постоянно экспериментируют, они ориентированы на создание рекреативных форматов, которые воздействуют на эмоциональную сферу. По мнению одного из экспертов, «двигатель любых продаж – обычных товаров и контента в том числе – эмоции. Если тот предмет, который ты производишь, вызывает какую-то эмоцию, он будет продаваться. <...> “Мне безразлично” не может быть содержанием поста. Информация должна вызывать эмоции. Неважно какие, положительные или отрицательные. Почему так хорошо продается смех? Это положительные эмоции, которыми не стыдно делиться, которые не стыдно навязать. Они также вызывают положительные эмоции у тех, с кем ты поделился. Но, бывает, ты возмущен – и делишься своим возмущением» [7].

В интервью, которое проводилось в рамках указанного исследования, Е. Дементьева говорит: «Мне кажется, наша задача – развлекать читателя. <...> Хочется, чтобы читатель больше играл с твоими материалами. <...> На *Afisha* есть и длинные тексты, интервью, репортажи, колонки, личный опыт... Человек потребляет впечатления в тексте. Интересно поговорить с тем, кто пережил некий опыт. Мы не просто побывали в дорогом датском ресторане, мы были в ресторане “Номо”, в котором нам подали козлоторопника. Все, о чем мы говорим, – это какие мы получили впечатления. И по метрикам видно – такие истории дочитывают» [8].

Игра: функции и смыслы

Универсальным и общепризнанным видом развлечений является игра. Она ослабляет травмирующее воздействие среды и прежде всего выполняет компенсаторную функцию [10]. Игра сохраняет и развивает врожденные, но не востребованные в реальной жизни человеческие качества. Спортивные состязания в обобщенной форме изображают борьбу и охоту, стратегические игры – систему личностных отношений между людьми, некоторые иные виды игр – познавательные проблемы. По мнению культуролога Й. Хейзинги, мировая культура развивается по принципу игрового начала: «Игра старше культуры. <...> Животные играют точно так же, как люди. Все основные черты игры уже присутствуют в игре животных» [11, с. 10–13].

Игры обеспечивают эмоциональную разрядку, создавая такие ситуации, в которых человек переживает ряд быстро сменяющихся друг друга острых

Для восприятия, помимо личных, эмоционально окрашенных историй, приемлемыми оказываются картинки с короткими текстами. Такие формы подачи информации воспринимаются аудиторией практически за долю секунды.

К отказу массмедиа от длинных текстов привел и ряд других причин. Во-первых, под влиянием интернета сокращается длительность линейного чтения – пользователи либо читают короткие статьи, либо переходят от текста к тексту. Во-вторых, появилась техническая возможность передавать информацию не только вербальными, но и визуальными, звуковыми средствами. Даже печатные издания (газеты и журналы), которые не приспособлены к передаче звука и видео, следуя общей тенденции, сокращают количество объемных текстов и добавляют визуальные элементы.

Конкурентная борьба за внимание и эмоции аудитории – это естественный процесс, который требует продуманной работы, постоянного поиска новых смысловых поворотов, риска при использовании неожиданных идей. Однако тяга к апробированию свежих рекреативных форматов и работа по правилам новых массмедиа свойственны далеко не всем печатным изданиям. Некоторые эксперты причиной исчезновения газеты как формы СМИ называют консервативность печатных изданий, что приводит к предсказуемости и потере читательского интереса: «Если мы предпримем попытку писать хорошо, нам придется пробовать новые форматы, новые темы, привлекать новых авторов, вводить новый размер для статьи. <...> Какие-то из этих приемов могут не сработать, поскольку хорошее изложение всегда экспериментально» [9, с. 160]. Очевидно, что онлайн-проекты СМИ в этом смысле гораздо более маневренны, они готовы играть с аудиторией, искать новые решения, совмещающие информирование и развлечение.

ощущений, например: соперничество, риск, опасность, преследование, победа. В состязательно-игровой обстановке, где побеждает тот, кто лучше других может проявить ловкость, находчивость, сообразительность, эрудицию, художественно-творческую одаренность, происходит мобилизация человеческих сил. Игрок освобождается от ряда условностей и механизмов, сдерживающих его спонтанное поведение, это позволяет человеку испытать удовольствие и эмоциональный подъем.

Особую группу составляют интеллектуальные игры, предполагающие огромное количество вариантов развития событий с учетом разных уровней потребностей и интересов человека, а также его умственных способностей. Одни из таких игр сложны, требуют обучения и постоянных тренировок (например, бридж), другие – являются одновременно упражнением для ума и интеллектуальным

искусством (например, шахматы). Интеллектуальные игры моделируют мыслительную деятельность применительно к пиковым ситуациям реальности. Игра является набором безвыходных на первый взгляд ситуаций. В связи с этим можно предположить, что помимо компенсаторной, игры выполняют и развивающую функцию, подготавливая человека к сложным жизненным ситуациям и поддерживая хорошую умственную форму и эмоциональный тонус.

В новой технологической среде игра приобретает дополнительные смыслы и функции. Так, германский исследователь Н. Больц пишет: «Игра – прямая дорога в цифровой мир. В случае техники, которую легче использовать, чем объяснить, игра –

лучший способ понимания. <...> Технологии медиа нужно, играя, познавать, чтобы раскрыть их инструментальный потенциал. То есть речь идет о взаимно сокращающемся расстоянии между *tool* и *toy*» [12, с. 89–90].

В подтверждение этой идеи можно привести опубликованную в марте 2017 г. статистику, касающуюся особенностей поведения и привычек российской молодежи в онлайн-пространстве. По результатам исследования, третье место среди интересов пользователей занимают различные виды игр, в том числе и онлайн (26 % людей в возрасте от 13 до 24 лет, 19 % – от 25 до 34 лет). Игры как вид развлечений выбирает 51 % пользователей смартфонов в возрасте от 13 до 24 лет и 56 % – от 25 до 34 лет [13].

Играй и вовлекай

Медиааналитики предполагали, что к 2016 г. рынок услуг по геймификации (англ. – *gamification*) возрастет до 2,8 млрд долл. [14]. При этом следует понимать, что геймификация в целом – это не только использование игровых механик в не игровых процессах. Основная задача геймификации – это вовлечение пользователя, стимулирование его совершить нужное действие или процедуру через игровые механики. Как показывает опыт мировой медиаиндустрии, сфера использования стратегий геймификации открывает новые возможности для вовлечения аудитории в процесс распространения информации (англ. – *media engagement*).

Рассмотрим, как работает геймификация в масс-медиа и что подразумевает под собой понятие «новостные игры». Игра актуальна и напрямую связана с конкретным новостным поводом. Новостные игры (англ. – *newsgames*) позволяют аудитории виртуально участвовать в важных общественно значимых событиях. Форма подачи игры может быть разная, начиная политическим мультфильмом и заканчивая симуляцией смерти Усама бен Ладена. Проще говоря, новостные игры – это игры в контексте журналистики. Маркус Бёш, тренер *DW Akademie* и сооснователь игровой студии *The Good Evil* в Кельне, отмечает: «Новостные игры не заменят классическое освещение новостей, но зато могут расширить сферу журналистики в XXI веке. Я считаю, что новостные игры, как и хорошая журналистика, должны вызывать у игроков понимание сложных процессов, чему-то их учить» [15].

Новостные игры позволяют в интерактивной форме донести новость до читателя, помочь ему в понимании сложных взаимосвязей, тогда как традиционная журналистика лишь рассказывает истории. Игра может представлять собой симуляцию сложных научных явлений, перестановку сумм в государственном бюджете или интерактивный политический комментарий.

Создатель проекта на пересечении журналистики и игры «Восстанавливая Гаити» (игрокам прихо-

дится принимать непростые решения, касающиеся будущего разрушенного землетрясением острова) Флорен Морин считает, что «геймификация – это взять что-нибудь, что игрой не является, и попытаться сделать так, чтобы оно выглядело как игра, добавив таблицу результатов и поощрительные значки» [16]. Ф. Морин обращает внимание на то, что он занимается разработкой только таких игр, которые имеют значение для журналистики и несут в себе серьезную информационно-новостную составляющую.

Проект «Восстанавливая Гаити» мог бы стать очередным качественным мультимедийным лонгридом, рассказывающем о трудностях, с которыми столкнулись власти страны, разбираясь с последствиями землетрясения. Однако в сюжете присутствует важный элемент: на определенном этапе игрок должен из нескольких вариантов выбрать наиболее целесообразный. Это может быть вопрос о том, на что потратить деньги или к кому обратиться за помощью. Каждое решение имеет как краткосрочные, так и долгосрочные последствия, которые авторы подробно объясняют пользователям [17].

Качественно сделанные новостные игры, с одной стороны, вовлекают пользователей, вызывают живое участие аудитории, заставляют проводить больше времени на странице, улучшая метрические показатели сайта, а с другой – решают потребность медиаменеджеров в более глубоком и долгосрочном вовлечении читателей в контент. Такие проекты реализуют важную функцию журналистики: они пробуждают интерес аудитории к социально значимым темам. Подобная интерактивная встряска позволяет пользователям узнавать что-то новое и обращать внимание на важные для человечества проблемы.

Отвечая на вопрос, почему геймификация работает, отметим, что понимание психологии человека и его внутренних стимулов является ключевым моментом внедрения игровых механик в не игровые процессы. Как известно, игровая деятель-

ность связана с эмоциональной сферой и влияет на удовлетворение целого ряда потребностей. Так, в случае победы мы испытываем радость и чувство превосходства; при поиске игровых решений и преодолении препятствий – совершаем открытия, обучаемся, получаем новый опыт; иногда мы играем с целью отвлечься и отдохнуть, а иногда нами движет азарт. Игра позволяет человеку самовыразиться, проявить фантазию, выразить протест.

Когда речь идет о геймификации, необходимо учитывать тот факт, что она, в первую очередь, яв-

ляется опытом пользователя при взаимодействии с медиапродуктом (позитивные эмоции, вовлечение, создание взаимоотношений, значимость). Помимо этого, в результате игры (или при использовании геймифицированных форматов, например, тестов, викторин, конкурсов и др.) пользователь создает некий «творческий продукт», который брендирован логотипом медиаресурса, создавшего игру. Когда пользователь делится своим игровым результатом в социальных сетях, он участвует в продвижении бренда.

Геймификация как познавательный ресурс медийной практики

Известный медиапроект «Медуза»¹ не скрывает того факта, что некоторые идеи проекта заимствованы из зарубежных медиа и адаптированы под российскую действительность. Главный ориентир для издания – *The New York Times*. Издатель «Медузы» И. Красильщик убежден в том, что «сегодня медиа спокойно может расти благодаря качественно-му и интересному контенту, а не только из-за того, что оно пытается манипулировать читателем» [18]. Редакция делает ставку на нестандартные подходы и экспериментирование с рекреативными форматами, четко осознавая, что аудитория любит неожиданные решения, а с предсказуемым изданием читателю будет скучно.

Одна из первых новостных игр, сделанная «Медузой», – «Помоги Путину успеть на встречу к папе римскому». Поводом послужило опоздание В. В. Путина 10 июня 2015 г. на встречу с папой римским Франциском. Пресс-секретарь президента Российской Федерации сослался на затянувшиеся переговоры в Милане и затруднения при движении кортежа. Руководство «Медузы» вспомнило известного игрового персонажа Марио, которому, подобно В. В. Путину, что-то постоянно мешало добраться до цели. На этой основе издание предложило читателям помочь президенту Российской Федерации успеть к папе римскому за отведенное время.

В рубрике «Игры» на сайте «Медузы» особой популярностью пользуются тесты, которые являются одним из самых виральных игровых форматов, использующихся в СМИ. Как показывает практика, пользователям нравится отвечать на вопросы и делиться результатами в социальных сетях. Судя по показателям, результаты теста «Приведите медиа к успеху. Сыграйте в медиаменеджера, почувствуйте нашу боль!» в *Facebook* опубликовали 1,2 тыс. пользователей, во «ВКонтакте» – 595 пользователей; основанного на реальных событиях теста «Как не нарушить журналистскую этику?» в *Facebook* опубликовали 2,2 тыс. пользователей, во «ВКонтакте» – 1,7 тыс.; теста ««Не» слитно или раздельно»

в *Facebook* – 1,2 тыс. пользователей, во «ВКонтакте» – 1,1 тыс.

Тематику рубрики «Игры» можно разделить на три вида:

1) новостной материал (например, блокировка доступа к «Яндексу», «ВКонтакте» и «Одноклассникам» в Украине; фактчек «Сможете ли вы найти ошибки в текстах о Второй мировой войне?», приуроченный к 9 мая);

2) партнерский материал (например, тест «Пушкин написал “Кавказского пленника”. Или все-таки Лермонтов?», сделанный редакцией совместно с петербургским книжным магазином «Подписные издания»; игра «Статуя Свободы или Эйфелева башня? Угадайте, что чаще фотографируют») под авторством «Медузы» и компании *Canon*;

3) познавательный материал (например, тестовый блок «Игры с русским языком»).

Следует обратить внимание на то, что редакция «Медузы» предлагает аудитории не облегченный развлекательный контент, а игровые форматы, которые обладают познавательной ценностью и требуют интеллектуальных усилий. Так, например, «Медуза» накануне «Тотального диктанта» предложила подготовиться к нему с помощью игры. Один из тестов начинается с обращения к читателям: «Умение проверять источники – одно из самых важных умений в современном мире, когда информации много, но далеко не вся она качественная. Особенно это касается истории». Проект «Медуза» предлагает провести небольшой эксперимент и попробовать проверить три небольших текста, которые только на первый взгляд кажутся корректными. Редакция отмечает: «И помните: Википедия – не самый надежный источник».

Помимо прочего, на сайте проекта публикуются тесты, которые популяризируют культуру чтения. «Медуза» и «Подписные издания» предлагают проверить знания об авторах произведений классической и современной литературы: «Хорошо в компании друзей как бы невзначай блеснуть тем, что вы не просто успеваете много читать, но еще

¹Медуза : [сайт]. URL: <https://meduza.io> (дата обращения: 15.05.2017).

и помните, что именно и кто это написал. В этой ситуации главное – не сесть в лужу и не перепутать, например, Алексея со Львом Толстым» [19].

В игровых заданиях «Медузы» наблюдается определенная закономерность. Этот рекреативный ресурс редакция использует не для бездумного и примитивного развлечения, а для реализации гуманистических задач, связанных с познавательной деятельностью, развитием интеллекта и эрудиции читателя.

Рассмотрим, как геймификацию применяют белорусские онлайн-медиа различной тематической направленности. Крупнейший интернет-портал Беларуси *TUT.BY*¹ регулярно обращается к созданию геймифицированных форматов (тестов и загадок). Самые популярные тесты имеют прикладное либо познавательное значение. Так, в летний период сайт обращается к сезонным темам, например, «Какой вы рыбак? Тест на знание рыб наших водоемов», «Отличите ли вы съедобный гриб от ядовитого?», «Отличите ли вы съедобную ягоду от ядовитой?». Интерес аудитории вызывают такие тесты, как «Что вы помните из школьной программы по химии/биологии/математике?».

Читатели портала активно обсуждают результаты тестов и делятся ими в социальных сетях. Тест «Куда бежать при землетрясении и что делать при ядерном взрыве? Тест по ОБЖ» (собрал 130 комментариев пользователей), а «Получите ли вы штраф за поведение в интернете?» – 196 комментариев. Помимо этого, каждую пятницу на *42.TUT.BY*² публикуются классические познавательные задачи. Например, «Нанял бы вас Эдисон, если бы вы попытались устроиться к нему на работу?» (117 комментариев).

В практике интернет-журнала о Минске *CityDog*³, который входит в топ-10 белорусских интернет-изданий, есть постоянная рубрика «Тесты». Лидирующие по просмотрам и количеству поделившихся читателями тесты указывают на приоритет познавательной тематики, а также на использование партнерского материала. Так, например, тест «Поўны гаманец»: самы складаны тэст па беларускай мове»

редакцией *CityDog* совместно с брендом «Луч» был приурочен ко дню родного языка. Согласно показателям, тест набрал более 40 тыс. просмотров, в *Facebook* им поделился 6151 человек, во «ВКонтакте» – 709 человек. Тест «Догадайтесь, откуда у минских компаний такие названия?» набрал 24 тыс. просмотров, «Знаете ли вы, что означают модные слова?» – более 25 тыс. просмотров, «Отличаете ли вы Минск от других городов?», посвященный 948-му дню рождения города, – 24,5 тыс. просмотров.

Бизнес-портал Беларуси *BelBiz*⁴ также демонстрирует заинтересованность редакции в геймифицированных форматах. Для издания типичны познавательные и партнерские тесты. Например, «Что такое “интернет вещей” и для чего он нам? Инновационный тест», а также тесты на знание английского языка, сделанные совместно со школой *Meliora* – официальным партнером *BelBiz*.

В контексте разговора о геймифицированных форматах следует обратить внимание на редакционный спецпроект «Biz.умство». Слоган проекта: «Умные встречи для тех, кому не все равно». Раз в месяц редакция *BelBiz* приглашает читателей на встречу с известным человеком – бизнесменом, общественным деятелем, лидером мнений – и предлагает обсудить книгу, оказавшую на гостя сильное влияние или содержащую идеи, которые должны быть услышаны.

Данный проект, помимо развлекательной, реализует и ряд иных задач:

- 1) популяризация культуры чтения;
- 2) вовлечение аудитории в обсуждение общественно значимых тем – от специфики формирования государственных институтов (Н. Фергюсон «Великое вырождение. Как разрушаются институты и гибнут государства») до использования психологических практик в управлении бизнес-процессами (Э. Берн «Игры, в которые играют люди»);
- 3) консолидация целевой аудитории;
- 4) формирование имиджа редакции как интеллектуального медиаресурса;
- 5) монетизация сайта (платное участие во встречах «Biz.умства»).

Выводы

Рассмотренные примеры медийной практики показывают, что белорусские интернет-ресурсы практически не используют новостные игры для показа событий «повестки дня» и вовлечения аудитории в потребление и распространение контента. Для новостных порталов типичным оказывается обращение к таким геймифицированным форматам, как тесты, викторины, задачи, обладающим

высокой виральностью. Тестовые задания с точки зрения их тематики можно разделить на новостные, партнерские и познавательные материалы. Геймификация в массмедиа приоритетно решает не только развлекательные, но и познавательные задачи, связанные с популяризацией культуры чтения, развитием эрудиции и интеллекта аудитории.

¹TUT.BY : [сайт]. URL: <http://www.tut.by> (дата обращения: 17.05.2017).

²42.TUT.BY : [сайт]. URL: <https://42.tut.by> (дата обращения: 17.05.2017).

³CityDog : [сайт]. URL: <https://citydog.by> (дата обращения: 17.09.2017).

⁴BelBiz : [сайт]. URL: <https://bel.biz> (дата обращения: 17.09.2017).

Тенденция к совмещению информационного и рекреативного контента вызвала ряд последствий для медийной практики. Во-первых, издатели постоянно экспериментируют, они осознанно ориентированы на создание рекреативных форматов, воздействующих на эмоциональную сферу аудитории. Во-вторых, новостные игры – один из перспективных геймифицированных медиаформатов, который позволяет в интерактивной форме объяснить новости, а также вовлекает пользователей, заставляет читателя проводить больше времени на странице, улучшая метрические показатели сайта.

В-третьих, как показывает опыт медиаиндустрии, геймификация открывает новые возможности не только для развлечения и вовлечения аудитории, но и для решения познавательных задач. Некоторые приемы геймификации, которые способствуют обогащению, саморазвитию и активности аудитории – это использование интерактивных форм увлекательного движения от факта к выводу, от поверхностного к существенному, от события к закономерности; проигрывание разнообразных ситуаций; демонстрация хода рассуждений, предполагающая самостоятельный анализ сути явлений.

Библиографические ссылки

1. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / пер. с нем. Н. Кузнецова. М. : СПб. : Медиум : Ювента, 1997.
2. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. М. : Авантиплюс, 2003.
3. Бурдые П. О телевидении и журналистике / пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой; отв. ред., предисл. Н. Шматко. М. : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2002.
4. Луман Н. Реальность массмедиа / пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М. : Праксис, 2005.
5. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / пер. с англ. Н. В. Аранова, Н. В. Малыхиной. М. : Аспект Пресс, 2004.
6. Как жить в эпоху постправды [Электронный ресурс]. URL: <https://newtonew.com/science/post-truth-and-its-discontents> (дата обращения: 20.05.2017).
7. Шейн М. Настоящий лентач : интервью [Электронный ресурс]. URL: https://media.mail.ru/shein_text/ (дата обращения: 18.05.2017).
8. Дементьева Е. Настоящий лентач : интервью [Электронный ресурс]. URL: https://media.mail.ru/dementeva_text/ (дата обращения: 18.05.2017).
9. Дэннис Э., Мэррилл Дж. Беседы о масс-медиа : пер. с англ. М. : Рос.-амер. информ. пресс-центр «Вагирус», 1996.
10. Ильин В. И. Игра как социальное явление [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consumers.narod.ru/book/game.html> (дата обращения: 19.05.2017).
11. Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / пер. В. Омисы. М. : ООО «Издательство АСТ», 2004.
12. Больц Н. Азбука медиа / пер. с нем. Л. Ионина, А. Черных. М. : Европа, 2011.
13. Пуля В. Геймификация СМИ: новости, в которые играют люди [Электронный ресурс]. URL: <http://mediatoolbox.ru/blog/geymifikatsiya-smi-novosti-v-kotoryie-igrayut-lyudi/> (дата обращения: 20.05.2017).
14. Peterson S. Gamification market to reach \$2.8 billion in 2016 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gamesindustry.biz/articles/2012-05-21-gamification-market-to-reach-usd2-8-billion-in-2016> (дата обращения: 20.05.2017).
15. Карбасова Н. Зачем СМИ нужны новостные игры и что с ними делать [Электронный ресурс]. URL: <http://onmedia.dw-akademie.com/russian/?p=5259> (дата обращения: 18.05.2017).
16. Новое поколение интернет-пользователей: исследование привычек и поведения российской молодежи онлайн [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/research-study/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privyчек-i-povedeniia-rossiiskoi-molodezhi-onlain/> (дата обращения: 21.05.2017).
17. Новые способы вовлечения читателя: игры и коммуникации внутри контента [Электронный ресурс]. URL: <https://medium.com/@giraff.io/новые-способы-вовлечения-читателя-игры-и-коммуникации-внутри-контента-a809540faa0a> (дата обращения: 20.05.2017).
18. Грамович А. «Мы не обслуга власти» и другие правила хорошего СМИ от издателя «Медузы» Ильи Красильщика [Электронный ресурс]. URL: <https://afisha.tut.by/news/reviews/505677.html> (дата обращения: 17.05.2107).
19. Пушкин написал «Кавказского пленника». Или все-таки Лермонтов? Сложный тест «Медузы» и «Подписных изданий» по литературе [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/games/pushkin-napisal-kavkazskogo-plennika-ili-vse-taki-lermontov> (дата обращения: 18.05.2017).

References

1. Horkheimer M., Adorno T. [Dialectic of enlightenment. Philosophical fragments]. Moscow ; Saint Petersburg : Medium : Yuventa, 1997 (in Russ.).
2. Nazarov M. M. [Mass Communication and Society]. Moscow : Avantiplus, 2003 (in Russ.).
3. Burd'e P. [About television and journalism]. Moscow : Fond for scientific research «Pragmatika kyl'tury», 2002 (in Russ.).
4. Luman N. [Reality of the mass-media]. Moscow : Praksis, 2005 (in Russ.).
5. Webster F. [Theories of the information society]. Moscow : Aspekt Press, 2004 (in Russ.).
6. [How to live in the era of post-truth]. URL: <https://newtonew.com/science/post-truth-and-its-discontents> (date of access: 20.05.2017) (in Russ.).
7. Shein M. [Realy lentach] : interview. URL: https://media.mail.ru/shein_text/ (date of access: 18.05.2017) (in Russ.).

8. Dement'eva E. [Really lentach] : interview. URL: https://media.mail.ru/dementeva_text/ (date of access: 18.05.2017) (in Russ.).
9. Dennis J. [Talks about the mass-media]. Moscow : Russ.-Am. press and inf. cent. «Vagirus», 1996 (in Russ.).
10. Il'in V. I. [The game as a social phenomenon]. URL: <http://www.consumers.narod.ru/book/game.html> (date of access: 19.05.2017) (in Russ.).
11. Huizinga J. [Homo ludens. In the shadow of tomorrow]. Moscow : Ltd «Izdatelstvo AST», 2004 (in Russ.).
12. Bol'ts N. [Mediaalphabet]. Moscow : Evropa, 2011 (in Russ.).
13. Pulia V. [Gamification of the media: news in which people play]. 2015. No. 3. URL: <http://mediatoolbox.ru/blog/geymifikatsiya-smi-novosti-v-kotoryie-igrayut-lyudi/> (date of access: 20.05.2017) (in Russ.).
14. Peterson S. [Gamification market to reach \$ 2.8 billion in 2016]. URL: <http://www.gamesindustry.biz/articles/2012-05-21-gamification-market-to-reach-usd2-8-billion-in-2016> (date of access: 20.05.2017) (in Russ.).
15. Karbasova N. [Why do the media need news games and what to do with them]. URL: <http://onmedia.dw-akademie.com/russian/?p=5259> (date of access: 20.05.2017) (in Russ.).
16. [A new generation of Internet users: a study of the habits and behavior of Russian youth online]. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/research-study/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privyчек-i-povedeniia-rossiiskoi-molodezhi-onlain/> (date of access: 21.05.2017) (in Russ.).
17. [New ways to engage readers: games and communications inside of content]. URL: <https://medium.com/@giraff.io/novye-sposoby-vovlechenija-chitatelja-igry-i-kommunikacii-vnutri-kontenta-a809540faa0a> (date of access: 21.05.2017) (in Russ.).
18. Gramovich A. [«We are not servants of power» and other rules of good media from the publisher of «Medusa» Ilya Krasil'schik]. URL: <https://afisha.tut.by/news/reviews/505677> (date of access: 17.05.2017) (in Russ.).
19. [Did Pushkin write «Caucasian captive» or still Lermontov?]. URL: <https://meduza.io/games/pushkin-napisal-kavkazskogo-plennika-ili-vse-taki-lermontov> (date of access: 19.05.2017) (in Russ.).

*Статья поступила в редколлегию 26.05.2017.
Received by editorial board 26.05.2017.*

УДК 070.4+808.5

КАМУНІКАТЫЎНА-ПРАГМАТЫЧНЫЯ ТАКТЫКІ ВЕТЛІВАСЦІ Ў ТЭЛЕВІЗІЙНЫМ ЭФІРЫ

Л. Р. ХМЕЛЬ^{1*}

^{1*}Інстытут журналістыкі БДУ,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Беларусь

Разглядаецца такі тып маўленчага ўзаемадзеяння, як ветлівасць. Аналізуюцца пэўныя тактыкі, у межах якіх камунікатыўна-прагматычныя тактыкі (этыкетныя, апелятыўныя, тактыкі з прамым выражэннем думак), якія складаюць стратэгію ветлівых маўленчых паводзін. Прапануецца класіфікацыя тактык ветлівасці, праводзіцца аналіз кожнай з іх.

Ключавыя словы: ветлівасць; камунікатыўна-прагматычная тактыка; маўленчыя паводзіны; камунікант; тэлевізійная праграма.

КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ТАКТИКИ ВЕЖЛИВОСТИ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ ЭФИРЕ

Е. Р. ХМЕЛЬ¹⁾

¹⁾Институт журналистики БГУ,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Беларусь

Рассматривается такой тип речевого взаимодействия, как вежливость. Анализируются определенные тактики, в рамках которых коммуниканты осуществляют свое речевое поведение. На примере белорусского телеконтента выделяются группы коммуникативно-прагматических тактик (этикетные, апеллятивные, тактики с прямым выражением мыслей), которые составляют стратегию вежливого речевого поведения на телеэкране. Дана классификация тактик вежливости, проведен анализ каждой речевой тактики.

Ключевые слова: вежливость; коммуникативно-прагматическая тактика; речевое поведение; коммуникант; телевизионная программа.

COMMUNICATIVE-PRAGMATIC TACTICS OF POLITENESS IN A TELEVISION BROADCASTING

L. R. KHMEL^a

^aThe Institute of Journalism, Belarusian State University,
9 Kal'varyjskaja Street, Minsk 220004, Belarus

In the article courtesy is considered as a type of speech interaction and certain speech tactics are analyzed within the framework of which communicants exercise their speech behavior. For example, within the Belarusian TV content there are

Образец цитирования:

Хмель Л. Р. Камунікатыўна-прагматычныя тактыкі ветлівасці ў тэлевізійным эфіры // Журн. Беларус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 12–18.

For citation:

Khmel L. R. Communicative-pragmatic tactics of politeness in a television broadcasting. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 12–18 (in Belarus.).

Автор:

Елизавета Романовна Хмель – аспирантка кафедры телевидения и радиовещания. Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент О. М. Самусевич.

Author:

Lizaveta R. Khmel, postgraduate student at the department of TV and radio broadcasting.
elizaveta_chmel@mail.ru

groups of communicative-pragmatic tactics (etiquette, appellations, with direct expression of thought) which make up the strategy of polite verbal behavior. The study analyzes each verbal polite tactic.

Key words: politeness; communicative-pragmatic tactics; speech behavior; communicant; television program.

У маўленчай камунікацыі ветлівасць з'яўляецца адным з трох камунікатыўна-прагматычных тыпаў маўленчых паводзін, вынік якога прадугледжвае адпаведнасць рэакцыі адрасата намерам суразмоўцы і гарманічнае захаванне ў працэсе зносін статусна-ролевых пазіцый камунікантаў, а таксама ўзаемную пазітыўную арыентацыю на культурныя каштоўнасці і рэгулятывы, прынятыя ў пэўным асяроддзі [1, с. 580]. Каб прытрымлівацца ветлівага маўленчага ўзаемадзеяння, адрасант павінен выпрацаваць пэўную маўленчую стратэгію, якая рэалізуецца з дапамогай розных камунікатыўна-прагматычных тактык. Абгрунтаваным з'яўляецца меркаванне В. Міхайлавай, якая пад камунікатыўна-прагматычнай тактыкай разумее «канкрэтны маўленчы ход у працэсе ажыццяўлення

маўленчай стратэгіі, накіраваны на рашэнне прыватнай камунікатыўнай задачы»¹ [2].

Прынцып ветлівасці, які ўпершыню быў агучаны прафесарам Дж. Лічам у працы «Прынцыпы прагматыкі» (*Principles of Pragmatics*), з'яўляецца вядучым крытэрыем этыкетных маўленчых стасункаў і галоўным прагматычным фактарам, на якім будуецца міжасабовыя адносіны. Прафесар сфармуляваў асноўныя правілы, або ўвасобленыя ў максімах тактыкі, ветлівых паводзін камунікантаў [3, р. 22].

Аднак сучасны тэлевізійны дыскурс паспрыяў выпрацоўцы новых тактык і стратэгий ветлівага ўзаемадзеяння. Разгледзім асноўныя іх групы і дэталёва ахарактарызуем кожную камунікатыўна-прагматычную тактыку ветлівасці.

Этыкетныя тактыкі

Самым простым сродкам ажыццяўлення запланаванага камунікатыўнага намеру для адрасанта становіцца стратэгія з выкарыстаннем этыкетных тактык, якія ўвасабляюцца ў кампліментах, вітаннях, падзяках і выбачэннях. Валоданне этыкетнымі маўленчымі формуламі з'яўляецца паказчыкам узроўню інтэлігентнасці і добразычлівых адносін да маўленчага партнёра. У тэлевізійным эфіры выкарыстанне этыкетных тактык садзейнічае не толькі наладжванню гарманічнай размовы паміж камунікантамі, напрыклад, у тэлестудыі, але і ўплывае на кагнітыўную свядомасць тэлеаўдыторыі, выпрацоўвае маўленчыя паводзіны па аналогіі з убачаным.

Вітанне. Пачатак гутаркі, як і канцоўка, найбольш запамінаецца. Пры абмене вітаннямі наладжваецца пачатковы маўленчы кантакт, задаецца танальнасць размовы, праяўляецца добразычлівае і паважлівае стаўленне партнёраў адзін да аднаго і да сітуацыі ў цэлым, выбіраецца код зносін, тым самым ствараюцца ўмовы для паспяховага ўзаемадзеяння ці, наадварот, бар'еры паміж суразмоўцамі. Варта пагадзіцца з меркаваннем Н. Фарманоўскай, якая адзначала, што вітацца – «значыць праяўляць добразычлівасць і павагу ў дачыненні да знаёмага і нават незнаёмага» [4, с. 167]. У беларускім і расійскім грамадствах адсутнасць вітання з чалавекам расцэньваецца як непавага і дэманстрацыўнае яго ігнараванне.

На працягу некалькіх секунд камунікацыі складаецца першае ўражанне аб партнёрах, ад якога залежыць далейшы ход размовы. Псіхолагі вылучаюць

тры фактары, што ўплываюць на фарміраванне гэтага ўражання: як чалавек трымаецца (постаць), як гаворыць (голас), што гаворыць (словы).

У беларускай тэлевізійнай прасторы можна адзначыць наступныя тыпы вітанняў: прывітальныя словы вядучага (мадэратара) праграмы ў адрас гасцей, герояў перадачы або глядачоў (тэлеглядачоў); вітанне астатніх удзельнікаў праграмы паміж сабой. Асноўнае адрозненне прывітальных слоў мадэратараў праграм і гасцей у студыі заключаецца ў тым, што, па-першае, вядучы павінен прадстаўляць людзей, знаёміць, хоць і апасродкавана, з гледачамі; па-другое, ён павінен быць пачынальнікам камунікатыўнага акта. Вітанне вядучага, як правіла, выглядае наступным чынам: *Александр Михайлович, добрый вечер!* («Главный эфир», Дзмітрый Бачкоў). Падчас тэлевізійнай праграмы можа адбывацца працэс вітання як са знаёмым чалавекам, так і з незнаёмым (у такім выпадку яно накладаецца на працэс знаёмства). Вітанне са знаёмым чалавекам можа быць афіцыйным (*Здравствуйте!*; *Добрый день*; *Рады вас бачыць*) і неафіцыйным. Прыкладам сяброўскага вітання з'яўляецца слова *Привет*, якое часта выкарыстоўвае вядучы Андрэй Малахаў у праграме «Пусть говорят», звяртаючыся да сваіх гасцей. Нягледзячы на статус вядучага з прэтэнзіяй на мадэратарскую аб'ектыўнасць, журналіст дазваляе сабе прыватнае вітанне са сваімі сябрамі, што ўласціва сучаснаму тэлеэфіру і прэзентуе тэндэнцыю персаніфікацыі. Сваімі маўленчымі паводзінамі Андрэй Малахаў задае тон размове і настройвае ўсіх на станоўчую камунікацыю. Вядучыя

¹Тут і далей пераклад наш. – Л. Х.

беларускіх праграм, як правіла, не дазваляюць сабе такога вольнага вітання і захоўваюць пэўную дыстанцыю.

Іншая сітуацыя ўзнікае, калі камуніканы стракаюцца ўпершыню. Чалавек, убачыўшы будучага суразмоўцу, не ведае, чаго ад яго чакаць, і таму адчувае збянтэжанасць, якая не дазваляе яму паводзіць сябе разняволена. У выніку адрасант хвалюецца і часцей за ўсё вымаўляе стрыманае *Добры дзень* або *Здраўствуйце*.

Вітальныя лексемы могуць суправаджацца і невербальнымі жэстамі, напрыклад усмешкай (яна з'яўляецца сведчаннем прыязных адносін да партнёра), прамым позіркам у вочы ці рухамі рук з указаннем на асобу.

Камплімент. Пры дапамозе кампліменту, пахвалы і ліслівасці адрасант імкнецца ўзвялічыць

адрасата ў яго вачах. Падобны намер прадыхтаваны жаданнем прыйсці да згоды ў дзелавых адносінах. Навуковец Т. Ларына называе камплімент «камунікатыўным падарункам» і адзначае, што «дорацы такія “падарункі”, адрасант хоча завуаліраваць свае сапраўдныя мэты» [5, с. 428]. Такім чынам, да асноўных інтэнцый кампліменту можна аднесці як сапраўднае прызнанне станоўчых якасцей адрасата і жаданне зрабіць яму прыемна ці падняць настрой, так і дзеянні з мэтай змяншэння пільнасці і камунікатыўнага падпарадкавання, а потым і дамінавання над партнёрам. На тэлебачанні выкарыстанне тактыкі кампліменту з'яўляецца адным з псіхалагічных прыёмаў, які дзейнічае амаль безадмоўна і садзейнічае канструктыўнаму развіццю размовы. Тактыкай кампліменту карыстаюцца ў першую чаргу вядучыя:

Антон Мартыненка, вядучы: *Лола, у тебя такая красивая фигура!*

Кацярына Забянько, вядучая: *Антон, она была такой стройной, даже когда работала на телевидении. Кстати, Лола Романцевич работала на телеканале СТБ.*

Лола Раманцэвіч, гераіня: *Ой, спасибо большое, совсем засмущали!* («Такова судьба», 5 лют. 2016 г.).

Выбачэнне. Акт выбачэння дэманструе характэрныя рысы этыкетнай камунікацыі як складніка ветлівых паводзін. Формулы выбачэння выкарыстоўваюцца для падтрымання бесканфліктных адносін, праяўлення пашаны, увагі, добразычлівасці. Яны дазваляюць рэалізоўваць стратэгію збліжэння: чалавек, які выбачаецца за свае ўчынкі ці словы, захоўвае і павагу да партнёра, і свой імідж. Прабачэнне дазваляе мінімізаваць раздражненне, незадаволенасць, папярэдзіць узнікненне крыўды, аказаць уздзеянне на эмацыянальны стан чалавека. У беларускай, як і ў рускай, тэлевізійнай практыцы выкарыстанне гэтай тактыкі павінна быць абумоўлена пэўнай нагодай: звычайна адзін з камунікантаў становіцца ініцыятарам негатыўнага дзеяння, якое аказвае адмоўны ўплыў на адрасата. У такім выпадку адрасант павінен прызнаць сваю віну і папрасіць прабачэння. Расійскі даследчык Г. Тальмінаў лічыць, што «ў сітуацыі, у якой неабходнае выбачэнне, ігнараванне апошняга можа прывесці да камунікатыўнай няўдачы» [6]. Гэта з'яўляецца абавязковай умовай для працягу размовы. Часцей за ўсё можна пачуць наступныя формулы: *Выбачайце; Прабачце; Прашу прабачэння*. Здраецца так, што чалавек падкрэслівае ненаўмысны характар сваіх дзеянняў: *Прабачце. Я выпадкова*. Таксама праяўленнем ветлівасці лічацца ўскосныя выбачэнні, у маўленчых формулах якіх гэта тактыка

выражаецца апасродкавана праз выкарыстанне наступных прыёмаў:

- прызнанне асабістай віны (*Это моя вина; Простите, что перебиваю вас; Я наговорил глупостей*);
- выражэнне просьбы (*Не сердитесь*);
- абяцанне не паўтараць такія ўчынкі (*Я больше не буду*);
- апісанне свайго становішча з дапамогай слоў, якія выражаюць сорам (*Мне так стыдно*).

Тэлебачанне дае магчымасць не толькі чуць, але і бачыць буйным планам таго, хто вядзе размову. Для ўзмацнення ўздзеяння маўленчых паводзін камунікантамі могуць выкарыстоўвацца і невербальныя жэсты: прыцісканне рукі да грудзей, нахіл галавы ўперад, злучэнне левай і правай далоней, як пры малітве. Традыцыйна яны падаюцца буйным планам для лепшага ўспрымання [6]. У тэлевізійным эфіры тактыка выбачэння рэалізуецца вядучым і астатнімі ўдзельнікамі перадачы з некаторымі адрозненнямі на лінгвістычным узроўні. Так, гасць праграмы просіць прабачэння за прычыненне крыўды ці знявагі ад свайго імя. Вядучы з'яўляецца, як правіла, абязлічанай асобай і за ўсе нязручнасці просіць выбачэння ад імя тэлеканала. Такі прыём дазваляе адрасанту падняць статус адрасата, падкрэсліць павагу да тэлегледачоў. Героі праграмы могуць прасіць прабачэння ад свайго імя за ўласныя памылкі або ад імя арганізацыі ці ўстановаў, якую прадстаўляюць:

Андрэй Сцёпін, кіраўнік упраўлення ДАІ Гродзенскага аблвыканкама: *Я от наших сотрудников хочу попросить прощения за их несанкционированные действия. Они не имели права так делать* («Форум», 29 лют. 2016 г.).

Падзяка. Падзяка з'яўляецца сацыяльна-культурнай з'явай, у якой адлюстроўваецца нацыянальны менталітэт і культурная спецыфіка народа. Гэта

тактыка рэалізуецца як дэманстрацыя, з аднаго боку, ветлівасці, выхаванасці адрасанта, з іншага – добразычлівасці, паважлівых адносін да адрасата.

Аднак у тэлевізійным эфіры падзяка з'яўляецца галоўным чынам праяўленнем ветлівых паводзін вядучага. У канцы эфіру мадэратар праграмы звычайна дзякуе ўсім удзельнікам тэлевізійнай камунікацыі – героям і прысутным у студыі глядачам – за наведванне перадачы і актыўнасць пры абмеркаванні праблемы. Яго словы могуць выглядаць наступным чынам: *Спасибо всем; Спасибо, что пришли; Мы были очень рады вас всех видеть!* Найбольш стандартным сродкам рэалізацыі дадзенай тактыкі з'яўляецца лексема *дзякуй*, а ў апошнім прыкладзе – інтэнсіфікатар *вельмі рады*. Факт падзякі, па-першае, дапамагае запомніць змест і тэматыку праграмы, па-другое, з'яўляецца прыемным завяршэннем канструктыўнай размовы, па-трэцяе, пакідае ў кожнага ўдзельніка камунікацыі добрыя ўражанні. Асноўная мэта вядучага пры гэтым – павышэнне рэйтыngu тэлеканала і забеспячэнне далейшай тэлевізійнай камунікацыі ў праграме з былымі ўдзельнікамі ўжо ў якасці тэлегледачоў.

Развітанне. Акт развітання служыць для завяршэння працэсу камунікацыі. Гэта адзін са спосабаў заўважыць свайго гледача, падкрэсліць яго важнасць для адрасанта. З дапамогай гэтай тактыкі перарываецца маўленчы кантакт і праяўляюцца

добразычлівыя і паважлівыя адносіны да адрасанта (тэлегледачоў, гасцей у студыі). Развітанне – значыць прадэманстраваць ветлівасць і свае сяброўскія пачуцці.

Важнай асаблівасцю дадзенай тактыкі ў тэлевізійным дыскурсе з'яўляецца тое, што яна рэалізуецца выключна вядучым (мадэратарам). Ад імя ўсіх удзельнікаў ён бярэ на сябе гэту ініцыятыву, яшчэ раз дэманструючы ўсеагульную ветлівую скіраванасць да тэлегледача. Яскравым прыкладам служыць развітанне Вадзіма Гігіна, вядучага праграмы «Дело принципа»: *Желаем вам отличного начала недели, а мы же с вами прощаемся до следующего понедельника. С вами была программа «Дело принципа». Всего доброго.*

Даволі часта разам з развітаннем можна пачуць пажаданні здароўя, поспехаў на працы і г. д. Вядучы зычыць усім добрага пачатку тыдня і прадбачліва нагадвае, што роўна праз сем дзён зноў будзе рады сустрэчы. Лагічны ланцужок (*добрага пачатку тыдня – сустрэнемся ў наступны панядзелак*) скіраваны на рацыянальны і псіхалагічны бакі мыслення, актуалізуе катэгорыю ветлівасці пры фінальным кантакце. Відавочна, развітанне заснавана на лагічным працягу дзеянняў:

Ягор Хрусталёў, вядучы: *Мы требуем от спортсменов медалей, забывая, что это игра. Так уж получилось, что мир уже никогда не будет другим, но давайте верить в спорт, давайте любить спорт и болеть от всей души за наших спортсменов. Увидимся через неделю. Всего доброго* («Что происходит», 02 кастр. 2015 г.).

Апелятыўныя тактыкі

У публіцыстычным дыскурсе шырока выкарыстоўваюцца сродкі наладжвання ветлівых зносін паміж удзельнікамі камунікацыі. Апелятыў – моўны сродак, пры дапамозе якога аацяццўляецца прыцягненне ўвагі і зварот суразмоўцаў адзін да аднаго. Апелятывы, роля якіх не абмяжоўваецца выключна зваротам, выконваюць сацыяльна-этыкетную і экспрэсіўную функцыі.

Зварот. Дадзеная тактыка служыць для падтрымання міжасабовага кантакту і прыцягнення ўвагі камуніканта да праблемы, якая абмяркоўваецца. Сродкі выражэння звароту носяць рэкурсіўны характар, гэта значыць з'яўляюцца ўстойлівымі. На сучасным этапе ў рускамоўнай камунікатыўнай практыцы асноўнай формай звароту з'яўляецца імя і імя па бацьку, адзіная лексема-зваротак, у якасці якой раней выступала слова *товарищ*, адсутнічае. У беларускай традыцыі захавалася абазначэнне партнёра па камунікацыі лексмай *спадар* (*спадарыня*) незалежна ад сацыяльнага статусу чалавека. Набор фармальных сродкаў выражэння звароту, акрамя іменных, уключае таксама першасныя займеннікавыя, дзеяслоўныя формулы. У адрозненне ад назоўнікаў, якія ўжываюцца ў межах свабодных форм звароту, займеннікі вымаўляюцца часцей з устойлівымі формамі: *Ілья, вы соглас-*

ны с моим утверждением? Дзейнікавыя формулы выкарыстоўваюцца, калі камуніканты незнаёмыя: *Простите, повторите, что вы сказали?* Існуе таксама і другасны зварот, які ўвасабляецца ў нейтральных назоўніках і з'яўляецца агульным для ўсіх: *девушка, молодой человек, уважаемый*. Праяўленнем своеасаблівай ветлівасці і сімпатыі да чалавека могуць стаць і нестандартныя звароты: *милая, дорогая, девочка*.

Асноўныя тыпы звароткаў адрозніваюцца па прыкметах кантактнасці/дыстантнасці і знаёмства/незнаёмства. Камунікатыўная тэлевізійная практыка ўяўляе сабой публічны дыкурс і прадугледжвае ўжыванне толькі афіцыйных звароткаў, якія з'яўляюцца пераважна дыстантнымі, скіраванымі на незнаёмага чалавека. Напрыклад, Аляксандр Вараб'ёў, кіраўнік упраўлення Брэсцкага аблвыканкама, звяртаўся да свайго маўленчага партнёра наступным чынам: *Наказание понес наш уважаемый оппонент Андрей* («Форум», 29 лют. 2016 г.). Падчас тэлепраграмы камуніканты абавязкова будуць выкарыстоўваць «вы-форму» ў дачыненні да знаёмых людзей (напрыклад, *Андрэй Віктаравіч* замест *Андрэй*).

Такім чынам, ветлівыя паводзіны прадугледжваюць толькі афіцыйныя звароткі, таму выкарыс-

танне «ты-формы» расцэнчваецца як знявага і прыніжэнне партнёра. Асобная роля ў такой камунікацыі адводзіцца вядучаму, які павінен быць аб'ектыўным і прытрымлівацца правіл ветлівасці. Ён заўсёды прадстаўляецца, называе сваё імя і прозвішча, аднак ніколі да яго не звяртаюцца па імені па бацьку. Так атрымліваецца таму, што пры прадстаўленні вядучы сам сябе намінуе, гэта значыць самастойна вызначае зварот да сябе: *...все «за» и «против» дачного отдыха обсуждаем сегодня в ток-шоу «Такова судьба».* Екатерина Забенко, Антон Мартыненко. *По традиции мы начинаем!* (Антон Мартыненко, «Такова судьба», 20 мая

2016 г.). Сітуацыя з гасцем праграмы іншая: пры знаёстве вядучы абавязкова яго прадстаўляе, называючы пасаду чалавека ці іншую яго характарыстыку, каб стала зразумела, чаму менавіта гэтага гасця запрасілі на праграму. Далей вядучы дазваляе сабе пры звароце да гасця не называць імя і імя па бацьку, а выкарыстоўваць толькі займеннік. Героі ж у студыі могуць адразу ўжываць любыя формы звароту. Цікавай асаблівасцю з'яўляецца тое, што, калі адрасанту важна звярнуцца да партнёра, каб ні з кім яго не пераблытаць, абавязкова выкарыстоўваецца намінатыўная форма.

Віталь Жукоўскі, галоўны трэнер футбольнага клуба «Іслач»: *Везде звучит такая реклама, что в футболе такие большие деньги, а в детские школы все меньше и меньше родители отдают детей, я вот этого не могу понять <...> такая реклама, сколько денег в белорусском футболе, почему вы не отдаете детей в детские футбольные школы?*

Васіль Хамутоўскі, трэнер: *Виталик, тут я тебе могу ответить, ты знаешь, что в минских школах не хватает места, у нас селекция в 9–10 лет, у меня три примера было, когда паренька приводят и говорят, что он неперспективный, а паренек –фанат футбола во дворе, этот мяч не отпускает* («Форум», 19 снеж. 2016 г.).

Прысваенне «тытула» адрасату. Падчас тэлевізійнай праграмы кожнаму з камунікантаў прысвойваецца «тытул» у залежнасці ад удзелу ў праграме [3]. З усіх СМІ толькі на тэлебачанні пасыл да аўдыторыі адбываецца як прама, так і апасродкавана. Напрыклад, адначасова адрасатамі інфармацыі могуць быць як гледачы ў студыі, так і тэлегледачы, якія назіраюць за працэсам праз экран. Гледач (тэлегледач) – тытул, які ўмоўна прысуджаецца людзям, якія не ўдзельнічаюць у размове і з'яўляюцца спажывальцамі інфармацыі. Адрозненне гледача ад тэлегледача заключаецца толькі ў дыстантнасці і часе атрымання інфармацыі: калі праграма ідзе ў запісе, то гледачы ў студыі маюць магчымасць значна раней быць яе сведкамі. Аднак сучасныя інфармацыйныя тэхналогіі забяспечваюць двухбаковую сувязь, што дазваляе гледачам і тэлегледачам таксама быць удзельнікамі размовы. Інтэрактыў, пры якім адбываецца непасрэднае ўзаемадзеянне з адрасатамі, рэалізуецца праз

прамыя тэлефонныя лініі, магчымасць выказваць свае меркаванні і пакідаць прапановы на сайце тэлеканала.

Атрымліваюць свой «тытул» і людзі, якія непасрэдна прымаюць удзел у камунікацыі. Яны класіфікуюцца на герояў праграмы і экспертаў. Да першай групы належаць асобы, жыццёвы прыклад якіх варты разгляду і пэўным чынам суадносіцца з абранай тэматыкай, якая і абумоўлівае выбар герояў праграмы. Паміж героямі адбываецца камунікацыя і фарміруюцца пэўныя маўленчыя паводзіны. Часта для павышэння рэйтыngu праграмы ў студыю запрашаюцца людзі з процілеглымі светапоглядамі, таму патрэбныя трэція асобы, здольныя аб'ектыўна ацаніць сітуацыю. Гэта эксперты, кампетэнтныя ў пэўнай галіне дзейнасці, да якіх падчас праграмы вядучы ці героі звяртаюцца ў выпадку неабходнасці ці спрэчнай сітуацыі [3]. Эксперты займаюць прывілеяваную пазіцыю, іх статус найвышэйшы ў тэлевізійнай камунікацыі.

Дзяніс Кур'ян, вядучы: *Это была презентация мультигриля, уважаемые менторы, что у вас есть сказать по этому поводу?* («Мой бизнес», 18 лют. 2015 г.).

У дадзеным прыкладзе вядучы прысвойвае экспертам тытул «ментар», які ўзвясцівае іх да ролі настаўнікаў.

Прапанова сумеснай дзейнасці. Сутнасць дадзенай тактыкі заключаецца ў тым, што камунікант прапануе партнёру сумесныя дзеянні на парытэтных пачатках (пабуджэнне да дзейнасці: *Давайте попробуем; Давайте взглянем на проблему;* аксіялагічнага асэнсавання: *Давайте будем честны перед собой*). Асноўная ініцыятыва ў сумесных прапановах адводзіцца вядучаму як гаспадару эфіру. У яго ўладзе ветліва, але разам з тым настойліва

і ў адпаведнасці з задумай звярнуць увагу на экран (*Давайте посмотрим на экран* («Форум»)), перадаць слова выступаўцу (*Пожалуйста, передаем вам слово* («Дело принципа»)), у патрэбны час спыніць камуніканта, які пераходзіць межы канструктыўнай дыскусіі, але зрабіць гэта ветліва і ад імя ўсіх прысутных (*Мы вас услышали* («Форум»)), завяршыць размову (*Я извиняюсь, но наше время подходит к концу* («Такова судьба»)). Усе свае маўленчыя дзеянні вядучы праграмы, як было адзначана раней, выказвае ў форме множнага ліку, ад імя тэлеканала і ўсёй тэлевізійнай аўдыторыі.

На кагнітыўным узроўні прапануюць сумесныя дзеянні і госці праграмы. Пры разглядзе пэўнай праблемы адзін з камунікантаў «запрашае» суразмоўцу далучыцца да яго думак і тым самым скласці

агульную кагнітыўную прастору (*Давайце прадставім; Что ж мы делаем, друзья?; Давайте проанализируем эту ситуацию...*). Прапановы могуць суправаджацца звароткамі *сябры, калегі, таварышы*.

Тактыкі з прамым выказваннем думак

Стратэгія рэалізацыі ветлівых маўленчых паводзін можа рэалізоўвацца не толькі праз групы апелятыўных і этыкетных устойлівых формул, але і з дапамогай тактык з прамым выказваннем думак, якія ўвасабляюцца ў просьбах, парадах і перадачы камунікатыўнай ініцыятывы [1, с. 556]. Паколькі пералічаныя катэгорыі не маюць пэўнай сістэмы ўжывання падчас камунікацыі, некаторыя даследчыкі не адносяць іх да тактык ветлівых паводзін. Тым не менш лінгвістычна-псіхалагічныя тактыкі з прамым выказваннем думак сведчаць аб жаданні наладзіць канструктыўную размову, яны разлічаны на актывізацыю маўленчай ініцыятывы менавіта адрасата і стварэнне ўзаемнай гарманічнай камунікатыўнай прасторы.

Ганна Куліпановіч, студэнтка: *Андрей, а за сколько времени я смогу получить такую фигуру, как у вас? За три года смогу?*

Андрэй Барадушкін, майстар спорту па бодзібілдывгу: *Ну... нет, наверное, от пяти лет.*

Ганна Куліпановіч, студэнтка: *А скажите, если девушка хочет похудеть, сколько месяцев ей нужно, чтобы результат был замечен?* («Такова судьба», 05 лют. 2016 г.).

У гэтым выпадку камунікант выступае ў якасці эксперта, з якім раяцца. Праявіць ветлівасць у такой сітуацыі – значыць паспрабаваць дапамагчы суразмоўцу з вырашэннем пэўнай праблемы. Падобнае слова *магчыма* прыўносіць у выказванне кампанент ветлівасці. Такім чынам, адрасант не хоча браць на сябе поўную адказнасць за свае рэкамендацыі. Універсальныя выразы *Я лічу; Мне здаецца*, з аднаго боку, адказваюць на пытанне, а з другога – не даюць ніякай гарантыі і здымаюць адказнасць з адрасанта.

Просьба. Гэта тактыка ўяўляе сабой зварот да каго-небудзь з мэтай выканаць жаданні і патрэбы таго, хто просіць. Яна выкарыстоўваецца па ініцыятыве адрасанта, зацікаўленага ў хуткім вырашэнні праблемы ці атрымання ад адрасата неабходнай інфармацыі. Для таго каб атрымаць штосьці з дапамогай просьбы, чалавек павінен быць ветлівым, інакш ён рызыкуе не дасягнуць жаданага. Просьба як маўленчае ўзаемадзеянне разглядаецца традыцыйна сярод формул маўленчага этыкету, аднак у тэлевізійным дыскурсе публічная просьба з'яўляецца прамым і афіцыйным выказваннем думак і намераў. Просьба прадвызначае будучае дзеянне партнёра, абмяжоўвае яго свабоду, таму той, хто просіць, не павінен забываць, што ў кожнай маўленчай сітуацыі патрэбна выбіраць найбольш дарэчную форму. Самыя распаўсюджаныя лексемы, якія пры гэтым выкарыстоўваюцца, – словы

Парада. Адною з камунікатыўных тактык ветлівасці з'яўляецца парада – рэкамендацыя, настаўленне і ўказанні, як зрабіць правільна. Гэты канцэпт ветлівасці праяўляецца ў двух выпадках: па-першае, калі чалавек просіць дапамогі ў камунікатыўнага партнёра; па-другое, калі з аналагічнай просьбай да адрасанта звяртаецца хто-небудзь іншы. У першым выпадку адрасант паказвае сваю зацікаўленасць і неабыхавасць да асобы суразмоўцы, тым самым завуаліравана дэманструючы станоўчыя камунікатыўныя намеры. Просьба аб парадзе – гэта прамая перадача думак, якая абавязкова выяўляецца ў пытанні, ветлівым звароце і галоўным дзеяслове (*падкажыце, дапамажыце, лічыце*). Звычайна тэлекамунікацыя ў такім выпадку ўвасабляецца ў дыялогу:

калі ласка, магчы (ва ўсіх формах). Часам ужываюцца і пыталыныя канструкцыі з адмаўленнем, якія з'яўляюцца даволі распаўсюджанымі, паколькі надаюць просьбе ненавязлівы характар: Не маглі б вы паўтарыць?

У тэлевізійным эфіры часцей за ўсё просьбу выказвае вядучы, аднак часам да гэтай тактыкі звяртаюцца і героі праграмы. Просьбы выказваюцца пры перадачы дадатковага слова госцю (*Добавьте что-нибудь по этому поводу*), неабходнасці нешта паўтарыць (*Повторите, пожалуйста, еще раз; Дайте мне слово*), што-небудзь зрабіць (*Не хотели бы вы стать на мое место?*), перапыніцца, напрыклад на рэкламную паўзу, або пры пажаданні не перапыняць адзін аднаго.

Камунікатыўная ініцыятыва. У постсавецкай камунікатыўнай практыцы праяўленнем ветлівасці лічыцца ўменне гаварыць менш, а больш слухаць суразмоўцу. Камунікатыўная ініцыятыва – перадача «маўленчай улады» свайму партнёру [1, с. 557]. Накіравана яна не толькі на атрыманне каштоўнаснай інфармацыі, але і на захаванне ветлівых адносін. Аднак гэта не азначае, што камунікант падчас маналогу не павінен удзельнічаць у размове і падтрымліваць рэплікамі суразмоўцу. Камунікатыўная ініцыятыва праяўляецца таксама і ва ўменні не перапыняць і слухаць чужую думку да канца.

Падтактыка адваротнай сувязі. Праяўленнем ветлівасці і ўвагі з боку тэлевізійнай праграмы да

тэлегледачоў з'яўляецца стратэгія адваротнай сувязі з гледачамі, выкананне якой ускладнена на вядучага [6]. Як правіла, напрыканцы праграмы ён

нагадвае, што тэлеканал адкрыты для прапаноў і супрацоўніцтва, а дасылаць лісты можна на электронную пошту ці пакідаць на сайце тэлеканала:

Ганна Пыж, суведучая праграмы: *Всем добрый вечер, и отдельно хочу поприветствовать нашу аудиторию. Это люди разных возрастов, но люди работающие, поэтому попрошу вас быть активными, у вас в руках пульты, с их помощью вы можете выразить одобрение либо неодобрение тому, что будут говорить наши эксперты, а я буду следить за ходом вашего голосования* («Дело принципа», 14 снеж. 2016 г.).

Прынцып адваротнай сувязі дазваляе кожнаму тэлегледачу звязацца з рэдакцыяй праграмы, задаць свае пытанні і такім чынам стаць паўнаважным удзельнікам тэлекамунікацыі [6]. Пры рэалізацыі гэтай маўленчай стратэгіі кожны адрасат

адчувае сваю значнасць і, што найбольш важна, прыналежнасць да праграмы. Акрамя даведачнай інфармацыі, некаторыя вядучыя даюць спасылкі на інтэрнэт-каналы і суполкі ў сацыяльных сетках для рэкламы свайго тэлеканала:

Ілья Коласаў, вядучы: *Ознакомиться со всеми выпусками программы вы можете на нашем интернет-канале на YouTube* («Контур», 26 студ. 2016 г.).

Такім чынам, каб праяўляць ветлівасць у розных камунікатыўна-прагматычных сітуацыях з выкарыстаннем патрэбнага лексіка-граматычнага складніка, неабходна прытрымлівацца пэўнай стратэгіі паводзін і карыстацца спецыяльнымі тактыкамі ўзаемадзеяння. Пры гэтым ветлівая маў-

ленчая стратэгія на тэлеэкране дазваляе ўжываць і сумяшчаць розныя групы маўленчых тактык (этыкетныя, апелятыўныя, тактыкі з прамым выражэннем думак), а таксама пры неабходнасці мяняць ход зносін, безумоўна, з улікам тэлевізійнай практыкі.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Воронцова Т. А. Речевая агрессия, толерантность, вежливость // Язык СМИ и политика : коллект. моногр. / под ред. Г. Я. Солганика. М. : Изд. Моск. ун-та, 2012.
2. Михайлова О. И. Лингвокультурологические аспекты толерантности [Электронный ресурс]. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/30862/1/978-5-7996-1406-5.pdf> (дата обращения: 05.07.2016).
3. Leech G. Principles of Pragmatics. London ; New York : Longman, 1983.
4. Формановская И. Н. Речевое общение. М. : Русский язык, 2002.
5. Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации. М. : Языки славянских культур, 2009.
6. Тельминов Г. Н. Коммуникативные тактики позитивной вежливости в российской интернет-рекламе [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-taktiki-pozitivnoy-vezhливости-v-rossiyskoy-internet-reklame> (дата обращения: 31.11.2016).

References

1. Vorontsova T. A. [Speech aggression, tolerance, politeness]. In: *Yazyk SMI i politika* [The language of the media and politics] : collect. monogr. Moscow : Publ. Mosc. State Univ., 2012 (in Russ.).
2. Mikhailova O. I. [Linguistic and cultural aspects of tolerance]. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/30862/1/978-5-7996-1406-5.pdf> (date of access: 05.07.2016) (in Russ.).
3. Leech G. Principles of Pragmatics. London ; New York : Longman, 1983.
4. Formanovskaya I. N. [Speech communication]. Moscow : Russkii yazyk, 2002 (in Russ.).
5. Larina T. V. [Category of politeness and style of communication]. Moscow : Yazyki slavyanskikh kul'tur, 2009 (in Russ.).
6. Telminov G. N. [Communicative tactics of positive politeness in the russian Internet advertising]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-taktiki-pozitivnoy-vezhливости-v-rossiyskoy-internet-reklame> (date of access: 31.11.2016) (in Russ.).

Артыкул паступіў у рэдкалегію 09.02.2017.
Received by editorial board 09.02.2017.

УДК 070.33:004.772

РАСПРОСТРАНЕНИЕ КОНТЕНТА СОВРЕМЕННЫМИ МЕДИА: ТЕНДЕНЦИИ И СПЕЦИФИКА

М. Л. ЗАЙЦЕВ¹⁾

¹⁾Институт журналистики БГУ,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Беларусь

Рассматриваются подходы средств массовой информации к работе с распространением контента, механика которой претерпевает существенные изменения под влиянием технологических процессов и эволюции в межличностной коммуникации пользователей. Отмечается появление экспериментальных форм работы СМИ в данном направлении, а также основные тенденции в трансляции контента мировыми и белорусскими медиакомпаниями и новые форматы взаимодействия с аудиторией. Анализируются трансформации контента в плане содержания и формы.

Ключевые слова: медиа; контент; социальные сети; интернет-коммуникация.

DISTRIBUTION OF THE CONTENT OF NEW MEDIA: TRENDS AND SPECIFICITY

M. L. ZAITSAU^a

^aThe Institute of Journalism, Belarusian State University, 9 Kal'varyjskaja Street, Minsk 220004, Belarus

The mass media's approaches to work with content distribution undergo a significant change due to technological processes and evolution in users' interpersonal communication. This leads to the experimental practice of mass media work in that field. The major trends in the broadcast of content by world's and Belarusian media companies, the new concepts of interaction with the audience are considered in the article, as well as the transformations of content in terms of subject and form are analyzed.

Key word: media; content; social network; internet communication.

Современные средства массовой информации появились в социальных сетях практически одновременно с началом роста популярности таких ресурсов. Развитие социальных сетей *Facebook*, *ВКонтакте*, *Twitter*, *Одноклассники* в некоторой степени перевело коммуникацию значительной части населения планеты в интернет-пространство, что позволило СМИ использовать сети как дополнительный способ контакта с аудиторией.

Первоначально такое взаимодействие сводилось к публикации материалов с материнских сайтов

СМИ и рассматривалось как способ привлечения дополнительного трафика. Со временем выработка определенных закономерностей коммуникации на таких платформах привела СМИ к вынужденному изменению подхода и поиску новых форматов взаимодействия. В большинстве случаев подход белорусских медиа к работе с социальными сетями не отвечает потребностям аудитории.

Эпоха активного развития компьютерных технологий и проникновения интернета во все сферы общественной жизни, носящая название «Веб 2.0»,

Образец цитирования:

Зайцев М. Л. Распространение контента современными медиа: тенденции и специфика // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 19–23.

For citation:

Zaitsau M. L. Distribution of the content of new media: trends and specificity. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 19–23 (in Russ.).

Автор:

Максим Леонидович Зайцев – аспирант кафедры стилистики и литературного редактирования. Научный руководитель – доктор филологических наук, профессор В. И. Ивченков.

Author:

Maksim L. Zaitsau, postgraduate student at the department of style and literary editing.
maxzaitsau@outlook.com

поставила средства массовой информации в ситуацию, когда гибкость, способность к быстрой переориентации, поиску и внедрению новых способов коммуникации с аудиторией, комфортных в первую очередь для самой аудитории, стали определяющими для выживания СМИ, сохранения статуса и воздействия на аудиторию.

Исчезновения традиционных форм СМИ, которое прогнозировали в начале 1990-х гг., не произошло, они по-прежнему популярны и в большинстве своем определяют повестку дня в медиасфере. Речь может идти скорее о перераспределении функций. В тоже время влияние и востребованность масс-медиа напрямую зависит от корреляции с интернет-технологиями.

Цель настоящей статьи – выявить основные тенденции и причины трансформации коммуникации СМИ с аудиторией. На примере ведущих онлайн-ресурсов Беларуси (*TUT.BY*¹ и *Onliner*²), а также крупнейших мировых СМИ рассмотрим экспериментальные формы распространения контента, принципы его создания и особенности функционирования некоторых коммуникационных каналов.

Изменение моделей поведения человека в социальных сетях (социальных медиа) привело к новым практикам потребления контента. Увеличение информационного потока существенно скорректировало пропорции вербальной и невербальной составляющей информационных фреймов (постов, сообщений, заметок и т. д.). Постепенно информация в глобальной сети стала двигаться в сторону визуализации. Изображение – уже не просто иллюстрация текстового материала, а самостоятельный вид информационного сообщения. Такое сообщение зачастую преобладает над другими видами в содержательном плане.

Сдвиг в пропорции визуальной составляющей в контенте современных СМИ повлиял не только на объемы текстовой информации, но и на ее содержание. В частности, все большим изменениям подвергаются стилистические параметры. Профессор В. И. Ивченков отмечает, что медиатекст современности, освобожденный от ритуальной заданности, апеллирует к таким качествам, как ироничность и самоироничность, скепсис, критичность в восприятии и сопоставлении информации, нетерпимость к категорической оценочности и т. д. Ученый отмечает, что массовые потребители информации переориентируются на устно-разговорную речь. Этот факт отражает и в тоже время обуславливает грамматическую и орфоэпическую непритязательность аудитории [1, с. 82].

Влиянию подверглись и качественные составляющие вербальных средств коммуникации. Среди

наиболее выраженных изменений необходимо отметить упрощение конструкций предложений (отказ от сложносочиненных и сложноподчиненных предложений), игнорирование орфографических и грамматических норм (вырабатываются и принимаются искаженные словоформы как норма, происходит уход от использования знаков препинания), исключительная свобода в использовании варваризмов (заимствованные слова быстро принимаются и внедряются в коммуникацию) и т. д.

Мультиплатформенность распространения контента изменила и форму восприятия передаваемой информации. Пользователи получили возможность влиять на контент современных СМИ. Сегодня неотъемлемой частью любой публикации являются комментарии, которые не только позволяют изучить отклик аудитории, но и дополняют дискурс восприятия материалов. Многие исследователи отмечают тот факт, что журналисты включены в общение с пользователями новостного ресурса. Следует иметь в виду, что интерактивность всегда была присуща журналистике. Так, в газетном дискурсе XX в. существовали рубрики, организующие обратную связь с читателем: «Письмо в редакцию», «Письма читателей», «Обратная связь» и т. д. Но только в интернет-изданиях обратная связь развилась и стала одной из важнейших особенностей нового вида СМИ. Интернет-пользователи могут комментировать новости, составлять рейтинг материалов, участвовать в голосованиях, предоставлять свой контент, делиться интересной новостью с людьми через социальные сети. Если раньше читатели являлись объект-аудиторией, то сейчас они больше представляют субъект-аудиорию и сами определяют информационную повестку дня [2, с. 26].

Изменения в практике потребления контента отразились на процессе его создания и трансляции. Появление и рост новых каналов коммуникации вынуждают современные СМИ находиться в перманентном поиске и развитии путей распространения своего контента.

Общеизвестно, что современные СМИ подвержены персонализации коммуникации, что приводит не просто к трансляции СМИ контента, а к взаимодействию с аудиторией, созданию своего рода межличностного общения, имитируя личностную коммуникативную ситуацию, несмотря на то, что в роли одного из субъектов выступает издание или его официальный представитель. Данное обстоятельство ярко проявляется в использовании *мессенджеров*³. Названные системы появились практически одновременно с «Веб 2.0» в начале 2000-х гг. Однако пик популярности этих систем пришелся на

¹TUT.BY : [сайт]. URL: <https://www.tut.by> (дата обращения: 01.02.2017).

²Onliner : [сайт]. URL: <https://www.onliner.by> (дата обращения: 01.02.2017).

³Мессенджер (заимств., англ. *messaging*) – система мгновенного обмена сообщениями.

начало развития мобильных технологий и массового распространения мобильного интернета. Мессенджеры существенно повлияли на позиции социальных сетей, сконцентрировав в себе фактически все повседневное общение пользователей.

Наиболее распространенными мессенджерами являются *Viber*, *Telegram*, *WhatsApp*, *Facebook Messenger*, *Skype*, *Snapchat*, *QQ*, *WeChat*. Причем пропорции распространенности зависят от региона. Так, среди пользователей Азии наиболее популярными являются *QQ* и *WeChat*; в Северной Америке и Западной Европе – *WhatsApp*, *Facebook Messenger* и *Snapchat*; в России и Беларуси – *Viber*.

Специфика использования мессенджеров современными СМИ зависит от особенностей того или иного приложения. Принципы их работы схожи: мгновенный обмен текстовыми сообщениями, изображениями, файлами, ссылками, стикерами. Мессенджер, как правило, интегрирован в какую-либо систему: социальную сеть (*Facebook Messenger*, *Skype*), либо телефонную книгу устройства (*Viber*, *Telegram*, *WhatsApp*, *Snapchat*).

Необходимо отметить различия в предлагаемых способах коммуникации. Так, *Snapchat* ориентирован на обмен визуальным контентом (фотографиями и короткими видео-сообщениями). По сути, эти сообщения представляют собой креализованную структуру, поскольку пользователи дополняют изображения и видео графическими элементами (рисунками, смайлами, надписями и т. д.).

Созданным в 2011 г. сервисом *Snapchat*¹ используется не менее 41 % жителей США в возрасте от 18 до 34 лет. В общей сложности сервис имеет 150 миллионов активных пользователей. По количеству ежедневных обращений *Snapchat* уже опередил *Twitter* [3]. Данный фактор привлек в новый мессенджер крупные американские медиа. Свои аккаунты в *Snapchat* (по состоянию на январь 2017 г.) имеют телеканалы *CNN* и *ESPN*, издания *Daily Mail*, *BuzzFeed*, *National Geographic* и др. В приложении, в разделе *Discover* СМИ могут на платной основе создавать корпоративные аккаунты, которые наполняются анимированными баннерами с анонсами материалов. При взаимодействии с данным баннером пользователь получает доступ к материалу. Анимированные баннеры (англ. *snaps*, рус. – «снапы») представляют собой небольшие видеоролики, построенные на технологии *gif*² и чаще всего дополненные звуковым рядом.

Похожие функции для использования медиакомпаниями предлагают и прочие мессенджеры. В частности, *Viber* в 2014 г. запустил так называемые публич-чаты, задача которых – распространение сообщений на большую аудиторию. Такая возможность привлекла в публич-чаты крупные СМИ.

Несмотря на то что использование публич-чатов декларируется как дополнительный канал продвижения материалов масс-медиа, не менее важной функцией каналов является возможность поддержания контакта с аудиторией, что в основном реализуется в качестве «неформального» общения. Вовлеченность пользователей позволяет создавать эффект личного общения, когда медиа наделяется чертами индивидуальности.

Реализуется этот вид коммуникации через использование в публич-чатах неформальной лексики, наблюдается отход от публицистического стиля речи, использование невербального контента (смайлов, *gif*, стикеров и др.).

Из крупных игроков белорусского медиарынка собственные публич-чаты в мессенджерах имеют только *TUT.BY* (285 тыс. подписчиков) и *Onliner* (12 тыс. подписчиков). Принцип формирования общения через мессенджер *Viber* заместитель главного редактора портала *TUT.BY* описывает так: «Для себя мы определили модель работы с аудиторией следующим образом: часть редакции неформально рассказывает о самом главном, что происходит в стране и мире. При этом редактор может выразить свое субъективное мнение о происходящем. Периодически устраиваем разные опросы, стараемся сформулировать ответы как можно забавнее. <...> С новостями стараемся не частить, выдерживая интервал в 20 минут» [4].

Другой подход к ведению публич-чата в *Viber* применяет *Onliner*: практикуется вечерняя рассылка основных авторских материалов, выпущенных за день. Осуществляется это в качестве подборки наиболее значимых материалов для той части аудитории, которая не посещает основной сайт в течение дня.

Распространение неспецифических мобильных платформ создало предпосылки для появления нового, дополнительного, вида контента. Опыт ведения новостными порталами Беларуси публич-чатов показывает, что читатели не воспринимают ссылки на материалы ресурса. Только адаптация контента под формат платформы позволяет добиться эффективности ее использования, что подтверждается опытом работы в *Viber* двух крупнейших белорусских новостных порталов: *TUT.BY* и *Onliner*.

Дополнительный контент разрабатывается СМИ исключительно для мобильных платформ, и не используется на материнском ресурсе. Медиакомпаниями целенаправленно тратят на такой контент как финансовые, так и трудовые ресурсы.

Подобная тенденция присуща и другим платформам. Среди наиболее активно используемых современными СМИ приложений стоит отметить *Instagram*. Это приложение, предназначенное для

¹Snapchat : [site]. URL: <https://www.snapchat.com/ads> (date of access: 01.02.2017).

²Gif – последовательность нескольких статичных кадров.

обмена и оценки фотографий и коротких видеороликов, было запущено в 2010 г. В середине 2016 г. число пользователей этой социальной сети превысило 500 млн человек [5]. Сегодня в *Instagram* зарегистрированы аккаунты огромного количества как мировых, так и белорусских СМИ (*TUT.BY*, *Onliner*, *Белтелерадиокомпания*, *СБ. Беларусь сегодня*, *БЕЛТА*, *ОНТ* и др.). Ориентированность *Instagram* на визуальный контент было определено особенностью работы СМИ с этой социальной сетью. Например, аккаунт телекомпании *BBC* (Великобритания) в *Instagram*¹ содержит специально созданные короткие видеосюжеты. Их особенность заключается в наличии поясняющего текста, наложенного на видеоряд. Обусловлено это тем, что в новостной ленте приложения *Instagram* видео запускаются автоматически, но без звукового сопровождения.

Особенный подход к работе в *Instagram* применяют и новостные порталы. Подбор контента основывается на выборке оригинального фотоматериала, соответствующего четким критериям качества и содержания.

Определяя основные направления в работе современных средств массовой информации в эпоху развития интернет-технологий, стоит отметить изменения в функционировании СМИ. Наибольшим изменениям подвергся процесс трансляции (передачи, распространения) контента. В эпоху традиционных медиа это направление не занимало важных позиций, процесс был понятен и консервативен: газеты печатались на бумаге и распространялись через почту, торговые сети, курьерскую службу. Телевидение претерпело революционные изменения только при переходе на цветное вещание, а позже – в формат *HD*. Однако появление интернета, актуализация его позиций в современной коммуникации заставили СМИ перепрофилировать направление своей работы.

Современные интернет-пользователи, а это значительная часть населения развитых и развивающихся стран, освоив всемирную сеть не просто как площадку для получения информации, но и как коммуникационную платформу, достаточно быстро (в течение 15 лет) и легко подвергли коммуникацию серьезным трансформациям. Изменились не только формы общения (разделение на живое и онлайн-общение), но и язык, принципы, поведенческие модели и нормы.

В новых реалиях СМИ вынуждены сами искать пути доступа к аудитории через те каналы, которые эта аудитория использует и которые являются для нее наиболее комфортными и привычными. Фактически изменился принцип работы средств массовой информации, преобразовав их в *средства массовой коммуникации* (СМК). Однако и данный

термин должен быть заменен более емким, поскольку он постепенно утрачивает полноту определения. Наиболее подходящим, на наш взгляд, является термин «медиакоммуникация».

В то же время специфика новых каналов распространения информации оказала беспрецедентное влияние на сам контент, по сути под вопрос было поставлено существование традиционных жанровых и стилистических систем журналистской сферы. Передача контента в новых форматах требует его радикального видоизменения, адаптации к особенностям определенного канала. Это вызвано несколькими следующими причинами. Во-первых, усилилась визуализация в медийном процессе. Сдвиг в сторону паравербального контента был вызван в первую очередь ростом объемов информации и невозможностью ее быстрой и качественной передачи и восприятия в вербальном (текстовом) варианте. Во-вторых, наблюдается жанровая энтропия. Мерой внутренней неупорядоченности системы следует считать развитие виртуальной формы существования языка. В. И. Ивченков отмечает: «Вербальная практика человека сегодня настолько активна, что не оставляет ему выбора, как жить в контексте слова – устного, письменного и “виртуального”. Последний компонент интегрирует в себе особенности первых двух. Если раньше стилистические ресурсы устной и письменной форм языка имели принципиальные различия, то в информационную эпоху они стираются. Это обстоятельство существенно влияет на речь: возникает доселе неизвестный инструментарий, который не поддается традиционной обработке. Речь приобретает новые черты, вызванные вовлечением человека в виртуальное общение» [6]. Появление новых форм и сокращение вербальной части содержания позволяют говорить об уходе от четкого разделения контента на жанры. В-третьих, активизируется содержательное упрощение, характеризующееся максимальным сокращением информации, отказом от деталей и пояснений. Это в свою очередь усиливает гипертекстуальность контента, то есть происходит замещение образующегося смыслового эллипсиса ссылками на другой контент.

Названные тенденции в наибольшей степени демонстрируют глубокие, фундаментальные перемены, происходящие в современной медиасфере. В первую очередь меняется общество, выставляются новые стандарты и требования ко многим составляющим жизнедеятельности человека. Интернет проникает во все сферы жизни, существенно изменяя их. Понимание смены парадигм, принятие такого положения вещей и готовность работы в нетипичных условиях – реальная возможность для СМК сохранить свое доминирующее место и статус.

¹Телекомпания *BBC* в *Instagram* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/bbcnews/> (дата обращения: 01.02.2017).

Особенно остро данный вопрос стоит перед белорусскими масс-медиа, которые в большинстве случаев не принимают и не понимают перемены, а также не стремятся вникнуть в эти процессы. На практике применяются подходы, утратившие ак-

туальность. Современные условия требуют радикальных и, возможно, болезненных перемен в отечественной медиасреде, которые помогут СМИ вернуть лидирующие позиции и таким образом защитить информационное пространство Беларуси.

Библиографические ссылки

1. Іўчанкаў В. І. Медыярыторыка: рытарычныя асновы журналістыкі, лінгвістыка публіцыстычнага тэксту, дыскурсны аналіз СМІ. Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2009.
2. Градзюшко А. А. Современная веб-журналистика Беларуси. Минск : БГУ, 2013.
3. Frier S. Snapchat Passes Twitter in Daily Usage [Electronic resource]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-06-02/snapchat-passes-twitter-in-daily-usage> (date of access: 01.02.2017).
4. От TUT.BY до Onliner.by. Как медиа работают в публичных аккаунтах Viber и что им это дает [Электронный ресурс]. URL: <http://marketing.by/novosti-rynka/ot-tut-by-do-onliner-by-kak-media-rabotayut-v-publik-chatakh-viber-i-chto-im-eto-daet/> (дата обращения: 01.02.2017).
5. Количество пользователей Instagram превысило полмиллиарда [Электронный ресурс]. URL: <https://sputnik.by/society/20160621/1023481393.html> (дата обращения: 01.02.2017).
6. Івченков В. І. Медіалінгвістыка як навуковае напраўленне ў сферах языкознання і журналістыкі // Медіалінгвістыка : сб. статей / под ред. Л. Р. Дускаевой. СПб., 2015. Вып. 4 : Профессиональная речевая коммуникация в массмедиа. С. 26–29.

References

1. Iuchankau V. I. [Mediarhetoric: rhetorical basis of journalism, linguistics of the journalistic text, discourse analysis of the media: lecture course]. Minsk : Education & Upbringing , 2009 (in Belarus.).
2. Gradyushko A. A. [Modern web-journalism in Belarus]. Minsk : BSU, 2013 (in Russ.).
3. Frier S. Snapchat Passes Twitter in Daily Usage URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-06-02/snapchat-passes-twitter-in-daily-usage> (date of access: 01.02.2017).
4. [From TUT.BY to Onliner.by. How media work in public accounts Viber and what it gives them]. URL: <http://marketing.by/novosti-rynka/ot-tut-by-do-onliner-by-kak-media-rabotayut-v-publik-chatakh-viber-i-chto-im-eto-daet/> (date of access: 01.02.2017) (in Russ.).
5. [The number of Instagram users has exceeded half a billion]. URL: <https://sputnik.by/society/20160621/1023481393.html> (date of access: 01.02.2017) (in Russ.).
6. Ivchenkov V. I. [Medialinguistics as a scientific direction in the fields of linguistics and journalism]. *Medialingvistika* [Medialinguistics]. Issue 4 : collect. of articles. Saint Petersburg, 2015. [Professional speech communication in mass media]. P. 26–29 (in Russ.).

Статья поступила в редколлегию 24.03.2017.
Received by editorial board 24.03.2017.

УДК 34:070(476)

БЕЛАРУСКАЯ КАНЦЭПЦЫЯ ГРАМАДЗЯНСКОЙ СУПОЛЬНАСЦІ: ТЭАРЭТЫКА-МЕТАДАЛАГІЧНЫ АСПЕКТ

М. В. ПРАХАРЭНЯ^{1*}

^{1*}Інстытут журналістыкі БДУ,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Беларусь

Разглядаюцца асаблівасці развіцця канцэптуальных палажэнняў беларускай тэорыі грамадзянскай супольнасці. Адлюстроўваюцца асноўныя падыходы вучоных да трактоўкі паняцця «грамадзянская супольнасць», раскрываецца ўзаемасувязь гэтай катэгорыі з нацыянальным менталітэтам, духоўнымі і маральнымі каштоўнасцямі, ідэалогіяй беларускай дзяржавы. Вызначаюцца характэрныя рысы айчынай мадэлі грамадзянскай супольнасці – трываласць ідэалаў гуманізму і агульначалавечых каштоўнасцей, высокі ўзровень прававой свядомасці, палітычнай культуры і сацыяльнага ўзаемадзеяння грамадзян, развітасць эканамічнай, культурнай і іншых сфер дзейнасці грамадства, наяўнасць свабоднага інфармацыйнага поля. Падкрэсліваецца асаблівая роля СМІ ў працэсе кансалідацыі соц്യуму і станаўлення грамадзянскай супольнасці. Адзначаецца, што задача медыя сёння заключаецца ў тым, каб спрыяць партнёрскаму ўзаемадзеянню ўлады і соц്യуму, ствараць прывабны вобраз грамадзянскай супольнасці ў масавай свядомасці, умацоўваць духоўна-маральныя асновы грамадства. Паказана, што менавіта праз СМІ адбываецца публічнае абмеркаванне найважнейшых пытанняў узаемаадносін дзяржаўнай і недзяржаўнай сфер, што, у сваю чаргу, прыводзіць да аб'ектыўнага ўзмацнення ролі масавай камунікацыі ў развіцці грамадзянскай супольнасці.

Ключавыя словы: грамадзянская супольнасць; прававая дзяржава; грамадзянская супольнасць і СМІ; дзяржава; дэмакратычныя працэсы.

БЕЛОРУССКАЯ КОНЦЕПЦИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

М. В. ПРОХОРЕНЯ¹⁾

¹⁾Институт журналистики БГУ,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Беларусь

Рассматриваются особенности развития концептуальных положений белорусской теории гражданского общества. Отражаются основные подходы ученых к трактовке понятия «гражданское общество», раскрывается взаимосвязь этой категории с национальным менталитетом, духовными и моральными ценностями, идеологией белорусского государства. Определяются характерные черты отечественной модели гражданского общества – прочность идеалов гуманизма и общечеловеческих ценностей, высокий уровень правового сознания, политической культуры и социального взаимодействия граждан, развитость экономической, культурной и других сфер деятельности общества, наличие свободного информационного поля. Подчеркивается особая роль СМИ в процессе консолидации социума и становления гражданского общества. Отмечено, что задача медиа сегодня заключается в том, чтобы способствовать партнерскому взаимодействию власти и общества, создавать привлекательный образ гражданского

Образец цитирования:

Прахарэня М. В. Беларуская канцэпцыя грамадзянскай супольнасці: тэарэтыка-метадалагічны аспект // Журн. Беларус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 24–32.

For citation:

Prakharenia M. V. Belarusian concept of civil society: theoretical and methodological aspect. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 24–32 (in Belarus.).

Автор:

Марина Валерьевна Прохореня – аспирантка кафедры истории журналистики и менеджмента СМИ. Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Н. А. Зубчонок.

Author:

Maryna V. Prakharenia, postgraduate student at the department of history of journalism and media management. marina.prohorenya@tut.by

общества в массовом сознании, укреплять духовно-моральные основы социума. Показано, что именно через СМИ происходит публичное обсуждение важнейших вопросов взаимоотношений государственной и негосударственной сфер, что, в свою очередь, приводит к объективному росту значения массовой коммуникации во время развития гражданского общества.

Ключевые слова: гражданское общество; правовое государство; гражданское общество и СМИ; государство; демократические процессы.

BELARUSIAN CONCEPT OF CIVIL SOCIETY: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECT

M. V. PRAKHARENYA^a

^a*The Institute of Journalism, Belarusian State University,
9 Kal'varyjskaja Street, Minsk 220004, Belarus*

The article is devoted to the peculiarities of the development of conceptual provisions of the Belarusian theory of civil society. The main points of view of Belarusian scientists on the concept of «civil society» are reflected. Reveals the relationship of this category with the national mentality, spiritual and moral values, the ideology of the Belarusian state. The characteristic features of the Belarusian model of civil society are defined as the affirmation of the ideals of humanism and universal human values, the high level of legal awareness, political culture and social interaction of citizens, the development of economic, cultural and other spheres of the society, the availability of a free information field. The special role of mass media in the process of consolidation of society and the formation of civil society is underlined. The task of the media today is to promote partnership between the authorities and the society, create an attractive image of civil society in the mass consciousness, and strengthen the spiritual and moral foundations of society. It is through the media that a public discussion of the most important issues of the relationship between the state and non-state spheres occurs, which, in turn, leads to an objective increase in the importance of mass communication during the development of civil society.

Key words: civil society; constitutional state; civil society and the media; state; democratic processes.

Пытанні фарміравання ў Рэспубліцы Беларусь грамадзянскай супольнасці, уплыву яе інстытутаў на сацыяльна-эканамічную палітыку ў краіне, узаемадзеяння соцыуму і органаў улады сёння надзвычай актуальныя. Уступленне грамадства ў новую сталую фазу развіцця з'яўляецца перспектыўным сістэмаўтваральным фактарам яго стабільнасці. Неабходнасць удасканалення інстытута грамадзянскай супольнасці ў наш час звязана і з яго выключным значэннем у забеспячэнні сацыяльнай салідарнасці, абароне правоў грамадзян нашай краіны.

На сёння паняцце «грамадзянская супольнасць» мае шэраг вызначэнняў, паколькі не існуе яе ідэальнай мадэлі. Кожная краіна развіваецца па-свойму, таму ўзор грамадзянскай супольнасці нельга навязаць звонку. Гэта пагражае разбурэннем суб'ектнасці народа, стратай нацыянальнай ідэнтычнасці насельніцтва краіны, скасаваннем духоўных традыцый, унутраных структур менталітэту, асноўных прынцыпаў жыццядзейнасці грамадства.

За сваю доўгую гісторыю Беларусь прайшла ўласны адметны шлях фарміравання грамадзянскай супольнасці. Асаблівасці палітычнага, сацыяльна-эканамічнага і культурнага развіцця краіны вызначылі спецыфіку станаўлення грамадска-палітычнай думкі, нацыянальнага светапогляду, жыццёвага ўкладу народа, механізмы ўзаемадзеяння асобы, соцыуму і дзяржавы.

Канцэптуальныя палажэнні тэорыі грамадзянскай супольнасці, ідэі палітычных і грамадскіх свабод сталі фарміравацца на тэрыторыі Беларусі ў XVI ст., у эпоху Адраджэння. Тэарэтычны падмурак асэнсавання палітыка-прававых асноў функцыянавання грамадства распрацоўвалі Францыск Скарына, Сымон Будны, Леў Сапега, Андрэй Волан, Васіль Цяпінскі, Міхалон Літвін і іншыя прадстаўнікі беларускай нацыянальнай культуры і грамадскай думкі.

На працягу XVI–XIX стст. адбывалася паступальнае развіццё тэорыі грамадзянскай супольнасці. Само паняцце ў той час яшчэ не ўвайшло ва ўжытак, аднак яго палажэнні вызначалі грамадска-палітычную думку. У складаных сацыяльна-палітычных умовах актыўна распрацоўваліся і неаднаразова пераасэнсоўваліся такія катэгорыі, як свабода асобы, сацыяльная справядлівасць, роўнасць усіх грамадзян перад законам, іх палітычныя і эканамічныя правы, удзел у кіраванні краінай, права на маёмасць, суверэннае нацыянальнае развіццё і інш.

Пачатак XX ст., які вызначыўся рэвалюцыйнымі падзеямі, стаў новым этапам у фарміраванні не толькі тэорыі грамадзянскай супольнасці, але

і яе практычнай рэалізацыі. Адбылася буржуазна-дэмакратычная рэвалюцыя, якая паспрыяла правядзенню дэмакратычных рэформ існуючага ладу. Так, Маніфестам 17 кастрычніка 1905 г. у краіне абвешчаны палітычныя правы, свабода сумлення, слова, сходаў, саюзаў і недатыкальнасць асобы, легалізаваліся дзейнасць палітычных партый, друк на нацыянальных мовах.

Гуманістычныя ідэі свабоды народа і асобы сталі галоўнымі ў творчасці прадстаўнікоў беларускай інтэлігенцыі: Іван і Антон Луцкевічы, Алаіза Пашкевіч, Янка Купала, Якуб Колас, Аляксандр Уласаў і іншыя дзеячы выступалі за сацыяльную справядлівасць, дэмакратызацыю грамадскага жыцця, павагу да нацыянальнай гісторыі і культуры. Гэтымі ідэямі былі прасякнуты публікацыі нацыянальных выданняў пачатку ХХ ст. – газет «Наша доля», «Наша ніва», «Вольная Беларусь», «Звон», «Беларусь» і інш.

У 1920-я гг. у савецкай краіне пачала складацца адметная мадэль грамадзянскай супольнасці. Адносіны паміж людзьмі рэгуляваліся нормамі савецкай маралі, якая прапагандавала агульначалавчыя каштоўнасці – гуманізм, усеагульную роўнасць, патрыятызм.

Аднак адміністрацыйна-камандная сістэма, якая ўсталявалася ў савецкай краіне ў канцы 1920-х гг., фактычна знішчыла набыткі папярэдняга перыяду. Быў прыняты курс на змену ранейшай палітыкі і метадаў яе правядзення. Дзяржава пашырала свой уплыў, большай рэгламентацыі падвяргаліся грамадзянскія адносіны, умацоўваўся культ асобы. У такіх умовах далейшае развіццё элементаў грамадзянскай супольнасці стала немагчымым. Тым не менш актыўнае развіццё беларускай літаратуры і публіцыстыкі ў гэты час спрыяла станаўленню грамадскай актыўнасці, узгодненасці ідэй і поглядаў соцыуму, фарміраванню каштоўнасцей арыентацый людзей.

Новым этапам тэарэтычнай распрацоўкі катэгорыі грамадзянскай супольнасці можна лічыць першую палову 1990-х гг., калі Беларусь набыла незалежнасць і пачала самастойна вызначаць вектар свайго далейшага развіцця. Распад ранейшай палітычнай сістэмы, абумоўлены ўнутранымі і знешнімі прычынамі, паставіў на першае месца праблему пошуку шляхоў рэфармавання грамадства, захавання яго стабільнасці.

Крызісныя з'явы ў сацыяльным, эканамічным і палітычным жыцці Беларусі выклікалі неабходнасць распрацоўкі нарматыўных актаў, якія сталі асновай прававога афармлення не толькі маладой дэмакратычнай суверэннай дзяржавы, але і арганізацыйных асноў фарміравання грамадзянскай супольнасці. Так, былі прыняты законы «Аб мясцовым самакіраванні і мясцовай гаспадарцы ў Беларускай ССР» (1991), «Аб сялянскай (фермер-

скай) гаспадарцы» (1991), «Аб свабодзе сумлення і рэлігійных арганізацыях» (1992), «Аб прафесійных саюзах» (1992), «Аб прыватызацыі жыллёвага фонду» (1992), «Аб раздзяржаўленні і прыватызацыі дзяржаўнай маёмасці ў Рэспубліцы Беларусь» (1993), «Аб палітычных партыях» (1994), «Аб грамадскіх аб'яднаннях» (1994), «Аб друку і іншых сродках масавай інфармацыі» (1995) і інш.

Далейшыя дэмакратычныя пераўтварэнні былі замацаваны ў Канстытуцыі Рэспублікі Беларусь, прынятай 15 сакавіка 1994 г. Паводле Асноўнага Закона, Беларусь з'яўляецца ўнітарнай дэмакратычнай сацыяльнай прававой дзяржавай, а чалавек, яго правы, свабоды і гарантыі іх рэалізацыі – вышэйшай каштоўнасцю. Такім чынам, Канстытуцыя забяспечвала асновы прававой дзяржавы, ва ўмовах якой і можа развівацца грамадзянская супольнасць. Менавіта пры дапамозе структур прававой дзяржавы ствараюцца спрыяльныя ўмовы для рэалізацыі аднаго з асноўных яе пастулатаў – абароны інтарэсаў грамадзян, а функцыянаванне грамадзянскай супольнасці станаўча ўплывае на будаўніцтва эфектыўнай мадэлі дэмакратычнага развіцця.

Неабходнасць распрацоўкі прававых і арганізацыйных асноў грамадзянскай супольнасці ўпершыню была адзначана ў лютым 1991 г. падчас навуковай канферэнцыі «Канцэпцыя Канстытуцыі БССР і фарміраванне прававых асноў грамадзянскай супольнасці і дзяржавы». Яе арганізатарамі выступілі Прэзідыум Вярхоўнага Савета БССР, Канстытуцыйная камісія і юрыдычны факультэт БДУ. У межах дыскусіі аб праекце будучага Асноўнага Закона краіны ўдзельнікі мерапрыемства падкрэслілі, што канстытуцыйны лад павінен грунтавацца на прынцыпах гуманізму, справядлівасці, дэмакратызму і выступаць гарантам развіцця грамадзянскай супольнасці. На думку выступоўцаў, бліжэйшай перспектывай грамадзянскай супольнасці павінна быць усталяванне яе парытэту з дзяржавай. Значная ўвага была нададзена такім важным аспектам, як мясцовае самакіраванне, яго структура і кампетэнцыі, механізмы ўзаемаадносін з дзяржаўнай уладай, што было абумоўлена новымі рэаліямі, якія патрабавалі ўдасканалення сістэмы мясцовага самакіравання, што, у сваю чаргу, дазволіла б пабудаваць устойлівае грамадства [1; 2].

У гэты час было прапанавана адно з першых вызначэнняў паняцця «грамадзянская супольнасць». Пад ім разумелася «самарэгулюючая сістэма недзяржаўных адносін, якая спантанна ўзнікае ў выніку ўзаемадзеяння свабодных, раўнапраўных і юрыдычна незалежных адзін ад аднаго і дзяржавы грамадзян, іх добраахвотных аб'яднанняў»¹ [1, с. 17]. Адною з перадумоў станаўлення гэтага працэсу ў Беларусі палітолаг У. В. Роўда назваў дзей-

¹Тут і далей пераклад наш. – М. П.

насць грамадскіх арганізацый культурна-адрэджэнскага і экалагічнага напрамкаў.

Першым грунтоўным даследаваннем, у якім глыбока і рознабакова разглядалася сутнасць гэтага працэсу, паказваліся яго змест і супярэчнасці ў ім, стала калектыўная манаграфія «Праблемы фарміравання грамадзянскай супольнасці ў Беларусі» [3]. У рабоце падрабязна аналізуецца паняцце і структура грамадзянскай супольнасці, спецыфіка яе фарміравання ў Беларусі. Асабліваю ўвагу даследчыкі звярнулі на развіццё недзяржаўнага сектара эканомікі як асновы грамадзянскай супольнасці. Пасля аналізу вялікага аб'ёму статыстычных даных аўтары выявілі насцярожанае стаўленне да прыватнага сектара, зафіксаванае ў масавай свядомасці беларускага народа, што, у сваю чаргу, пераахвочвала эфектыўнаму будаўніцтву грамадзянскай супольнасці [3, с. 26]. Былі названы і пазітыўныя змены, якія адбыліся ў сярэдзіне 1990-х гг. на шляху да палітычнай мадэрнізацыі беларускага грамадства – прыняцце Канстытуцыі, якая замацавала правы і свабоды грамадзян, усе формы ўласнасці, прэзідэнцкую форму кіравання, усенародныя выбары [3].

З цягам часу да навуковага асэнсавання катэгорыі грамадзянскай супольнасці сталі звяртацца шматлікія беларускія палітолагі, філосафы, сацыёлагі, гісторыкі і інш. Больш дэталёва аналізавалі гэты феномен у сваіх працах І. В. Катляроў, Л. Я. Крыштаповіч, Я. М. Бабосаў, А. Г. Слука, М. І. Дзямчук, С. Р. Драбязка, В. Э. Смірноў і інш. Навукоўцы не маюць адзінства поглядаў на сутнасць феномена грамадзянскай супольнасці, не прапануюць яго дакладнага вызначэння. Гэта тэндэнцыя характэрная і для сусветнай навуковай думкі.

Сёння ў айчыннай навуцы склаліся некалькі пунктаў гледжання на сутнасць паняцця «грамадзянская супольнасць». Некаторыя даследчыкі мяркуюць, што пад ім разумеецца палітычная ці сацыяльная прастора для дзеянняў свабодных грамадзян. Адзін з ініцыятараў распрацоўкі канцэпцыі грамадзянскай супольнасці ў Беларусі доктар сацыялагічных навук І. В. Катляроў сцвярджае, што «грамадзянская супольнасць – гэта грамадства, у якім адбываецца пераход асноўных уладных функцый ад дзяржавы да незалежных грамадскіх аб'яднанняў, здольных стварыць неабходныя ўмовы для рэалізацыі правоў і свабод грамадзян, самаарганізацыі асобы, рэалізацыі яе законных інтарэсаў і найважнейшых патрэб, росту грамадскай самадзейнасці і прававой свядомасці» [4, с. 13–14].

Паводле меркавання члена-карэспандэнта Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі доктара гістарычных навук У. А. Бабкова, грамадзянская супольнасць – гэта «сістэма самастойных і незалежных ад дзяржавы грамадскіх інстытутаў і адносін, якія павінны забяспечыць умовы для самарэалізацыі

асобных індывідаў і калектываў, рэалізацыі прыватных інтарэсаў і патрэб» [5, с. 8].

Філосаф Л. Я. Крыштаповіч пад грамадзянскай супольнасцю разумее сукупнасць грамадскіх арганізацый, характэрных менавіта для дадзенага соц'яму і дзяржавы [6, с. 198].

Найбольш грунтоўным нам падаецца вызначэнне, прапанаванае Т. У. Окуневай. Даследчыца мяркуюе, што грамадзянская супольнасць – гэта «грамадства свабодных і паўнапраўных грамадзян, якое фарміруецца на аснове прынцыпаў плюралізму і дэмакратыі, прававой роўнасці грамадзян, іх самавызначэння і самаарганізацыі, у якім адбываецца пераход некаторых уладных функцый ад дзяржавы да незалежных ад улады грамадскіх структур, здольных ствараць неабходныя і дастатковыя ўмовы для развіцця асобы, рэалізацыі яе правоў, прававой культуры» [7, с. 81].

Грамадзянская супольнасць у структуры соц'яму вывучалася і ў працах акадэміка Я. М. Бабосава. На думку вучонага, грамадзянская супольнасць – гэта спантанная самаарганізацыя індывідаў і добраахвотных арганізацый грамадзян, незалежных ад дзяржавы, якія дзейнічаюць у палітычнай, эканамічнай і сацыякультурнай сферах грамадства, абараняюцца прававымі ўстановамі і нормаў ад прамога ўмяшальніцтва дзяржаўных органаў [8, с. 11]. Даследчыкам вызначаны характэрныя прыкметы грамадзянскай супольнасці (наяўнасць свабодных уладальнікаў сродкаў вытворчасці; развіццё і разгалінаванасць дэмакратыі; канстытуцыйна-адміністрацыйныя гарантыі шырокага спектра правоў, свабод і абавязкаў грамадзян і інш.) і вылучаны чатыры яе кампаненты – эканамічны, сацыяльны, палітычны і духоўны. Так, эканамічную аснову грамадзянскай супольнасці складаюць разнастайнасць і роўнасць форм уласнасці і развітай сацыяльна-арыентаванай рыначнай эканомікі. Грамадская згода сацыяльна-дэмаграфічных, прафесійных, сацыякультурных, этнанацыянальных, канфесійных груп насельніцтва ўваходзіць у склад сацыяльнага базісу грамадзянскай супольнасці. Палітычным падмуркам дадзенага феномена з'яўляюцца народаўладдзе, легітымнасць дзяржаўнай улады, наяўнасць легальнай і канструктыўна дзейнай апазіцыі, масавых прафсаюзных, маладзёжных, жаночых, ветэранскіх і іншых рухаў, дзейнасць незалежных СМІ. Духоўную аснову складаюць высокі ўзровень развіцця грамадскай свядомасці, культуры і маральнасці, плюралізм ідэалагічных дактрын, арганічнае спалучэнне нацыянальных традыцый і культурных каштоўнасцей з дасягненнямі сусветнай культуры, адукацыі і навукі [8, с. 10–11].

Такім чынам, сёння застаецца дыскусійным пытанне не толькі аб дакладным вызначэнні паняцця «грамадзянская супольнасць», але і аб яго структу-

ры. Тым не менш пералічаныя вышэй кампаненты грамадзянскай супольнасці цесна ўзаемазвязаны. Сістэмаўтваральным пачаткам і аб'яднальным фактарам для шматлікіх сувязей паміж імі выступае чалавек з яго натуральнымі патрэбамі і інтарэсамі, на абароне якіх заснавана логіка развіцця грамадзянскай супольнасці.

Даследчыкамі А. П. Марыкавым і А. В. Перапляціцам былі распрацаваны некаторыя палажэнні, якія павінны спрыяць афармленню інстытуцыйнай структуры грамадзянскай супольнасці ў Беларусі. Так, агульнымі рэкамендацыямі для дзяржаўных структур могуць стаць арганізацыя ўмоў для фарміравання ў краіне сацыяльнай базы грамадзянскай супольнасці – устойлівага сярэдняга класа з адпаведнымі свядомасцю, палітычнымі паводзінамі, самаарганізацыяй і тыпам палітычнай культуры; стварэнне нарматыўнай прававой базы; строгае выкананне прынцыпу роўнасці ўсіх перад законам; выключэнне развіцця карупцыйных працэсаў; зацвярджэнне ў грамадстве базавых каштоўнасцей дэмакратыі, незалежнай і справядлівай судовай сістэмы; выкананне норм выбарчага заканадаўства; правядзенне мэтанакіраванай маладзёжнай палітыкі, у якой моладзь павінна разглядацца як стратэгічны рэзерв дэмакратычных пераўтварэнняў; складванне перадумоў для фарміравання ў грамадстве талерантных працэсаў як асновы яго стабільнага развіцця і стварэння сацыяльнага асяроддзя для фарміравання грамадзянскай супольнасці [9, с. 113].

Ужо ў першых канцэпцыях беларускай грамадзянскай супольнасці значная ўвага з боку даследчыкаў акцэнтавалася на ўзаемадзейнасці гэтага феномена з нацыянальна-духоўным развіццём народа. Навукоўцы адзначалі, што грамадзянская супольнасць і нацыянальны менталітэт – узаемавызначальныя катэгорыі, таму ўвага засяроджвалася на праблемах нацыянальна-культурнай ідэнтыфікацыі і гістарычных падзеях, якія ўплывалі на фарміраванне самасвядомасці беларускага народа [10; 11].

Так, І. Катляроў адзначаў, што пры развіцці беларускай мадэлі ўзаемаадносін дзяржавы і грамадзянскай супольнасці трэба ўлічваць традыцыі, культуру, менталітэт, узровень прававой культуры і правасвядомасць беларускіх грамадзян [12, с. 88]. Даследчык прапанаваў стварыць мадэль, пры якой дзяржава гарантавала б бяспеку і годнае жыццё сваім грамадзянам, адказвала за якасць і наступствы кіраўнічых рашэнняў. Грамадзянская супольнасць, паводле І. Катлярова, таксама павінна пэўным чынам адказваць за сітуацыю ў краіне, не толькі кантраляваць дзейнасць органаў і інстытутаў улады, але і прымаць удзел у фарміраванні асноў стратэгіі нацыянальнага развіцця і дзяржаўнай ідэалогіі [12].

Любая дзяржава засноўваецца менавіта на ідэалогіі, якая вызначае задачы палітыкі, стратэгію развіцця грамадства, звязвае грамадзян адзінымі мэтамі і арыенцірамі, уяўленнямі аб мінулым, сучаснасці і будучыні. Доктар гістарычных прафесар А. Г. Слука, адзначаючы асаблівую кансалідуючую функцыю ідэалогіі беларускай дзяржаўнасці, яе важную ролю ў маральна-этычным і палітыка-эканамічным выхаванні, назваў у якасці яе асноўных дэмакратычных каштоўнасцей свабоду і сацыяльную справядлівасць – тыя катэгорыі, без якіх немагчымае існаванне грамадзянскай супольнасці [13].

Такім чынам, будаўніцтва грамадзянскай супольнасці не толькі выступае адным з глабальных нацыянальных інтарэсаў Рэспублікі Беларусь, але і з'яўляецца важным элементам ідэалогіі нашай дзяржавы. Акрамя таго, дадзены працэс развіваецца ў сугуччы з нацыянальным менталітэтам, улічвае культурныя, духоўныя і маральныя каштоўнасці беларускага народа. Гэтаму садзейнічаюць СМІ, якім належыць выключная роля ў трансляцыі каштоўнасцей, кансалідацыі грамадства і, разам з тым, станаўленні грамадзянскай супольнасці.

Без моцных духоўных і гістарычных каранёў, традыцый, прыярытэту агульначалавечых каштоўнасцей, захавання гісторыка-культурнай спадчыны немагчымае паспяховае будаўніцтва грамадзянскай супольнасці. Сёння беларускія СМІ беражліва ставяцца да гістарычнай памяці, рэалізуюць шматлікія праекты патрыятычнага кірунку, умацоўваюць духоўна-маральныя асновы нашага грамадства. Так, напрыклад, на працягу многіх гадоў традыцыйнымі рубрыкамі для абласной газеты «Мінская праўда» сталі наступныя: «Старонкі гісторыі», «Спадчына», «Гісторыя Міншчыны», «Радавыя Вялікай Перамогі», «Адраджэнне», «Радавод Міншчыны», «Незабыўнае», «Прадзіва вечнасці», «На тэмы маралі» і інш.

Асаблівае значэнне СМІ ў фарміраванні і ўмацаванні духоўна-маральных арыентацый грамадства неаднаразова адзначалася міністрам інфармацыі Рэспублікі Беларусь Л. С. Ананіч падчас работы круглых сталоў «Культура як крыніца развіцця духоўна-маральных каштоўнасцей. Роля СМІ ў фарміраванні агульнай культурнай прасторы славянскіх народаў» (ліпень 2015 г.), «Сугучча: слова Скарыны ў сучасным свеце» (верасень 2016 г.), «Моцная сям'я – моцная дзяржава: маральныя ўстоі грамадства і дзяржавы» (кастрычнік 2016 г.) і інш. На сустрэчы з маладымі журналістамі ў лістападзе 2016 г. Л. С. Ананіч падкрэсліла: «Маральнасць – гэта не толькі найважнейшы складнік чалавечай асобы, але і адна з галоўных грамадскіх катэгорый. Фундамент развіцця грамадства – гэта заўсёды маральнасць у дачыненні да людзей, у будаўніцтве будучага краіны, у адносінах да мі-

нулага. Асабліваю ролю ў працэсе фарміравання маральнага жыцця грамадства адыгрываюць журналісты» [14].

Грамадзянская супольнасць у нашай краіне на гэты момант ужо прайшла важны этап станаўлення. Створаны і функцыянуюць асноўныя інстытуты, з дапамогай якіх задавальняюцца інтарэсы грамадзян: палітычныя партыі, грамадскія арганізацыі і аб'яднанні, незалежныя СМІ; распрацаваны юрыдычныя нормы, якія рэгулююць правы і свабоды чалавека і грамадзяніна, яго ўдзел у рэферэндумах, выбарах і Усебеларускім народным сходзе, мясцовым самакіраванні, адносіны форм уласнасці. Канстытуцыя Рэспублікі Беларусь гарантуе кожнаму грамадзяніну роўнасць перад законам, аднолькавыя магчымасці, плюралізм форм уласнасці, палітычных партый і аб'яднанняў, прыярытэт права, сацыяльную падтрымку, спрыяльныя ўмовы для развіцця асобы і інш. Такім чынам, тыя фундаментальныя прынцыпы, якія закладваюць падмурак для фарміравання грамадзянскай супольнасці, былі замацаваны ў Канстытуцыі. Аднак актыўнасць насельніцтва па-ранейшаму застаецца невысокай. У сувязі з гэтым кампаненты грамадзянскай супольнасці, якія маглі б весці раўнапраўны дыялог з уладай, развіваюцца вельмі павольна.

У Пасланні да беларускага народа і Нацыянальнага схода 21 красавіка 2017 г. Прэзідэнт Рэспублікі Беларусь А. Р. Лукашэнка адзначыў: «Актыўная роля дзяржавы – гэта важная ўмова ўстойлівага, збалансаванага развіцця краіны. Асабліва гэта тычыцца Беларусі, дзе менталітэт народа стагоддзямі фарміраваўся пад уплывам ідэй моцнай дзяржаўнасці» [15]. У сувязі з гэтым цалкам натуральна, што ў беларускай мадэлі грамадзянскай супольнасці асаблівае значэнне набывае актыўная роля дзяржавы.

Многія беларускія даследчыкі падкрэсліваюць вялікае значэнне дзяржавы ў фарміраванні грамадзянскай супольнасці. Так, А. Уласаў выказаў думку пра тое, што грамадзянская супольнасць з'яўляецца асновай дзяржавы, носбітам яе суверэнітэту і адзінай крыніцай утварэння цэласнай дзяржаўнай улады з размежаваннем функцый і паўнамоцтваў яе органаў [16, с. 128].

Такім чынам, грамадзянская супольнасць і дзяржава – узаемаабумоўленыя велічыні, якія не выключаюць, а дапаўняюць адна адну. Дзяржава павінна актыўна ўдзельнічаць у стварэнні ўмоў для фарміравання грамадзянскай супольнасці: падтрымліваць грамадскія аб'яднанні і палітычныя партыі, пашыраць іх магчымасці кіравання грамадствам. Грамадзянскай супольнасці, у сваю чаргу, трэба кантраляваць органы ўлады праз пэўныя механізмы: палітычныя партыі, прафесійныя саюзы, нацыянальна-культурныя і рэлігійныя аб'яднанні, сістэму мясцовага самакіравання і г. д. [12].

Айчынная даследчыца Л. В. Вансовіч актыўную ролю дзяржавы ў фарміраванні грамадзянскай супольнасці абгрунтоўвае наступным чынам. Па-першае, Беларусь належыць да краін, арыентаваных на дзяржаву, а не на грамадства. У свядомасці людзей існуе перакананне ў неабходнасці моцнай дзяржавы і ўлады. У сувязі з гэтым, на думку даследчыцы, наш сацыум недастаткова аўтаномны, а жыццё грамадзян часта залежыць ад рашэнняў асобных палітычных сіл. Па-другое, грамадская дзейнасць і набыццё грамадзянскіх правоў і свабод гістарычна ажыццяўлялася шляхам вылучэння чалавека на аснове мясцовага самакіравання. Агульныя рэгулятыўныя функцыі абшчыны распаўсюджваліся на ўсё грамадства. Гэта надало нацыянальную спецыфіку працэсу станаўлення грамадзянскай супольнасці, крыху запаволяўшы яе развіццё і абумовіўшы значную залежнасць ад дзяржавы. Па-трэцяе, сацыяльным лідарам станаўлення грамадзянскай супольнасці ў Беларусі з'яўляецца не слой прадпрымальнікаў, як на Захадзе, а інтэлігенцыя. Гэта звужае эканамічныя магчымасці развіцця грамадзянскай супольнасці. Па-чацвёртае, станаўленне гэтага інстытута ў Беларусі працякае на высокім узроўні міжэтнічнай і міжсацыяльнай інтэграцыі, што пазбаўляе ад шматлікіх канфліктаў, якія мелі месца ў іншых краінах. Акрамя таго, беларускае грамадства па-ранейшаму грунтуецца на калектывісцкай мадэлі ўзаемаадносін паміж грамадзянамі і інстытутамі [17].

Падобнай пазіцыі прытрымліваецца С. Я. Кружалава. На падставе аналізу сацыякультурных асноў грамадзянскай супольнасці даследчыца адзначала, што арганічнай часткай нацыянальнай свядомасці беларусаў з'яўляецца маральная сувязь паміж дзяржавай і прадстаўнікамі грамадзянскай супольнасці. Характэрная рыса нацыянальнай беларускай мадэлі грамадзянскай супольнасці – этыка калектывізму, якая звязвае яе з палітычнай уладай [18].

Фарміраванне грамадзянскай супольнасці – вельмі працяглы працэс, абумоўлены шэрагам фактараў. Так, вялікая роля ў ім належыць сярэдняму класу [19–21]. Прадстаўнікі гэтай катэгорыі насельніцтва маюць высокую кваліфікацыю, сталае месца працы і пастаянны даход, дзякуючы якому забяспечваецца эканамічная, сацыякультурная і сямейна-бытавая дзейнасць чалавека. Прафесар А. Г. Слука адзначаў, што «сярэдні клас – стабільнасць дзяржавы ўстойлівага развіцця» [21, с. 190]. Без матэрыяльна забяспечаных і высокаінтэлектуальных спецыялістаў немагчыма павысіць якасць вытворчага працэсу, пабудаваць навукаёмістую эканоміку. Культурна-адукацыйны патэнцыял і інтэлігентнасць сярэдняга класа забяспечваюць яго талерантнасць, зацікаўленасць у абароне сваіх інтарэсаў праз актыўны ўдзел у палітычным жыцці краі-

ны, гатоўнасць весці дыялог і ісці на кампраміс. Менавіта гэта частка соцыуму гарантуе эфектыўнае функцыянаванне грамадзянскай супольнасці і стварае трывалую аснову для пабудовы прававой дзяржавы.

Грамадзянская супольнасць у Беларусі заўсёды была і будзе цесна звязана з дзяржавай. Асновай падобнай узаемасувязі выступае агульнасць грамадскіх інтарэсаў і мэт. У адрозненне ад ліберальнай эканомікацэнтрэтычнай мадэлі, у аснову якой закладзена этыка індывідуалізму – індывідаў, звязаных пераважна вытворчымі адносінамі, – у нашай краіне склалася асаблівая мадэль грамадзянскай супольнасці, заснаваная на этыцы калектывізму, дзе індывіды аб'яднаны агульнымі маральнымі каштоўнасцямі, такімі як любоў да радзімы, свайго народа, яго традыцый, прыхільнасць да моцнай дзяржавы і яе інстытутаў, сацыяльная справядлівасць. Характэрныя яе рысы – цвярдзённе ідэалаў гуманізму і агульначалавечых каштоўнасцей, высокі ўзровень прававой свядомасці, палітычнай культуры і сацыяльнага ўзаемадзеяння грамадзян, развіццё эканамічнай, культурнай і іншых сфер дзейнасці грамадства, наяўнасць свабоднага інфармацыйнага поля, незалежнасць ад дзяржаўных структур, аднак у той жа час – узаемадзеянне з імі (менавіта з дапамогай дзяржаўных структур ствараюцца спрыяльныя ўмовы для рэ-

лізацыі аднаго з асноўных пастулатаў грамадзянскай супольнасці – абароны інтарэсаў грамадзян).

Такім чынам, сёння беларускімі навукоўцамі актыўна распрацоўваецца мадэль грамадзянскай супольнасці, накіраванай на абарону агульначалавечых каштоўнасцей, – натуральнага права чалавека на жыццё і свабоду, прызнання роўнасці ўсіх людзей. Айчыннае тэарэтыка-метадалагічнае вывучэнне гэтага паняцця паказала, што агульнасць любых форм сацыяльнага ўзаемадзеяння стварае ўмовы для палітычнай, эканамічнай, сацыякультурнай і сямейна-бытавой дзейнасці, спрыяе рэалізацыі інтарэсаў і патрэб асобы, сацыяльных груп і аб'яднанняў.

Галоўная задача грамадзян Беларусі сёння – замацаваць становішчы тэндэнцыі грамадзянскай супольнасці, стварыць спрыяльныя ўмовы для яе далейшага развіцця. Актыўны ўдзел у гэтым працэсе павінны прымаць СМІ, задача якіх заключаецца ў тым, каб садзейнічаць партнёрскаму ўзаемадзеянню ўлады і соцыуму, ствараць прывабны вобраз грамадзянскай супольнасці ў масавай свядомасці. Менавіта праз СМІ адбываецца публічнае абмеркаванне найважнейшых пытанняў узаемаадносін дзяржаўнай і недзяржаўнай сфер. Гэта, у сваю чаргу, прыводзіць да аб'ектыўнага павелічэння значэння масавай камунікацыі падчас развіцця грамадзянскай супольнасці.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Концепция Конституции БССР и формирование правовых основ гражданского общества и государства : тез. докл. респ. науч.-практ. конф. (Минск, 27–28 февр. 1991 г.) : в 2 т. / редкол.: А. А. Головки (отв. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 1991. Т. 1.
2. Концепция Конституции БССР и формирование правовых основ гражданского общества и государства : тез. докл. респ. науч.-практ. конф. (Минск, 27–28 февр. 1991 г.) : в 2 т. / редкол.: А. А. Головки (отв. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 1991. Т. 2.
3. Карбалевич В. И., Ровдо В. В., Чернов В. Ю., Шабайлов В. И. Проблемы формирования гражданского общества в Беларуси. Минск : НЦСИ «Восток–Запад», 1996.
4. Проблемы и перспективы становления гражданского общества : в 2 ч. / редкол.: Ю. М. Бубнов (отв. ред.) [и др.]. Могилёв : МГУП, 2010. Ч. 1.
5. Становление гражданского общества в Беларуси в контексте устойчивого развития : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 24–26 мая 1999 г.) / под ред. Н. Г. Павлова [и др.]. Минск : Тесей, 1999.
6. Криштанович Л. Е. К проблеме гражданского общества // Белорусская политология: многообразие в единстве. Республика Беларусь в глобализирующемся мире : тез. докл. IV Междунар. науч.-практ. конф. (Гродно, 13–14 мая 2010 г.) : в 2 ч. / редкол.: В. Н. Ватыль (отв. ред.) [и др.]. Гродно, 2010. Ч. 1. С. 197–200.
7. Окунева Т. В. Гражданское общество в зеркале социологических исследований // Социальное знание и современные проблемы развития белорусского общества : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (21–22 ноября 2013 г.) / редкол.: И. В. Котляров (гл. ред.) [и др.]. Минск, 2013. С. 80–83.
8. Бабосов Е. М., Бубнов Ю. М., Котляров И. В. и др. Гражданское общество и государство (очерки теории и практики взаимодействия). Могилёв : МГУП, 2014.
9. Мариков О. П., Перепелица Е. В. Проблемы и перспективы развития гражданского общества в Республике Беларусь // Право в современном белорусском обществе : сб. науч. тр. Минск, 2007. Вып. 2. С. 108–125.
10. Грамадзянская супольнасць і праблемы нацыянальна-культурнай ідэнтыфікацыі ў Беларусі : матэрыялы навук.-практ. семінара (Мінск, 30–31 мая 1996 г.) / навук. рэд. В. Ф. Голубеў, П. А. Лойка. Брэст : рэд. газ. «Шлях», 1996.
11. Национальная идея и национальные интересы Республики Беларусь : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 19 нояб. 1998 г.) / науч. ред. И. В. Котляров [и др.]. Минск : Институт социально-политических исследований, 1999.

12. Котляров И. Государство vs гражданское общество: в поисках оптимальной модели // Белая вежа. 2015. № 12. С. 73–89.
13. Слука А. Г. Ідэалогія беларускай дзяржаўнасці (метадалогія фарміравання). Мінск : Рэспубліканскі інстытут вышэйшай школы, 2007.
14. Ананич: Журналисты играют особую роль в формировании нравственного общества [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belta.by/society/view/ananich-zhurnalisty-igrajut-osobuju-rol-v-formirovanii-nravstvennogo-obschestva-219828-2016/> (дата обращения: 02.05.2017).
15. Выступление Александра Лукашенко при обращении с ежегодным Посланием к белорусскому народу и Национальному собранию [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sb.by/articles/sila-v-pravde-21-04-2017.html> (дата обращения: 24.04.2017).
16. Власов А. Будущее Беларуси – в становлении и развитии гражданского общества // Нёман. 2003. № 5. С. 128–132.
17. Вонсович Л. В. Роль государства и гражданского общества в обеспечении устойчивого развития // Взаимодействие устойчивости и инновационности в развитии белорусского общества : сб. науч. тр. Минск, 2009. С. 16–39.
18. Кружалова С. Е. Формирование гражданского общества в Республике Беларусь: проблема социокультурных оснований // Философия и соц. науки. 2007. № 4. С. 18–21.
19. Вонсович Л. В. Проблемы формирования гражданского общества в современной Беларуси // Беларусь в современном мире : материалы VIII Междунар. конф., посвящ. 88-летию образования Белорус. гос. ун-та (Минск, 30 окт. 2009 г.) / редкол.: В. Г. Шадурский [и др.]. Минск, 2009. С. 281–282.
20. Ермак О. И. Гражданское общество – объективная потребность времени // Беларус. думка. 2010. № 10. С. 116–119.
21. Слука О. Г. Методология формирования гражданского общества // Проблемы упр. 2010. № 2. С. 186–195.

References

1. Golovko A. A., Vasilevich G. A., Vashkevich A. E., et al. (eds). [The concept of the Constitution of the BSSR and the formation of the legal foundations of civil society and the state] : abstr. of the repub. sci. and pract. conf. (Minsk, 27–28 Febr., 1991) : in 2 vol. Minsk : BSU, 1991. Vol. 1 (in Russ.).
2. Golovko A. A., Vasilevich G. A., Vashkevich A. E., et al. (eds). [The concept of the Constitution of the BSSR and the formation of the legal foundations of civil society and the state] : abstr. of the repub. sci. and pract. conf. (Minsk, 27–28 Febr., 1991) : in 2 vol. Minsk : BSU, 1991. Vol. 2 (in Russ.).
3. Karbalevich V. I., Rovdo V. V., Chernov V. Y., Shabailov V. I. [Problems of the formation of civil society in Belarus]. Minsk : NTSSI «Vostok–Zapad», 1996 (in Russ.).
4. Bubnov Y. M., Bobkova T. G., Pushkin I. A., et al. (eds). [Problems and prospects for the formation of civil society] : in 2 parts. Mogilev : MGUP, 2010. Part 1 (in Russ.).
5. Pavlov N. G., Leskova T. A., Melnik V. A. (eds). [Formation of civil society in Belarus in the context of sustainable development] : materials of the Int. sci. and pract. conf. (Minsk, 24–26 May, 1999). Minsk : Tesei, 1999 (in Russ.).
6. Krishtapovich L. E. [To the problem of civil society]. *Belorusskaya politologiya: mnogoobrazie v edinstve. Respublika Belarus' v globaliziruyushchetsya mire* [Belarusian political science: diversity in unity. The Republic of Belarus in the Globalizing World]: abstr. of the IV Int. sci. and pract. conf. (Hrodna, 13–14 May, 2010) : in 2 parts. Hrodna, 2010. Part 1. P. 197–200 (in Russ.).
7. Okuneva T. V. [Civil Society in the mirror of sociological research]. *Sotsial'noe znanie i sovremennye problemy razvitiya belorusskogo obshchestva* [Social knowledge and contemporary problems of the development of Belarusian society] : proc. of the Int. sci. and pract. conf. (Minsk, 21–22 Novemb., 2013). Minsk, 2013. P. 80–83 (in Russ.).
8. Babosov E. M., Bubnov Y. M., Kotlyarov I. V., et al. [Civil Society and the State (essays on the theory and practice of interaction)]. Mogilev : MGUP, 2014.
9. Marikov O. P., Perepelitsa E. V. [Problems and perspectives of development of civil society in the Republic of Belarus]. *Pravo v sovremennom belorusskom obshchestve* [Law in the modern Belarusian society] : collect. of sci. works. Minsk, 2007. Issue 2. P. 108–125.
10. Holubeu V. F., Lojka P. A. (eds). [Civil society and the problems of the national cultural identity in Belarus] : materials of sci.-pract. semin. (Minsk, 30–31 May, 1996). Brest : Newsp. ed. «Shljah», 1996 (in Belarus.).
11. Kotlyarov I. V., Krishtapovich L. E., Lych L. M. (eds). [National idea and national interests of the Republic of Belarus] : materials of the Int. sci.-pract. conf. (Minsk, 19 Novemb., 1998). Minsk : Institute of the Social and Political Studies, 1999 (in Russ.).
12. Kotlyarov I. [The state vs civil society: in search of the optimal model]. *Belaja Vezha*. 2015. No. 12. P. 73–89 (in Russ.).
13. Sluka A. G. [The ideology of the Belarusian state system (methodology of the formation)]. Minsk : Republuc Institute of the Higher School, 2007 (in Belarus.).
14. [Ananich: journalists play a special role in the formation of a moral society]. URL: <http://www.belta.by/society/view/ananich-zhurnalisty-igrajut-osobuju-rol-v-formirovanii-nravstvennogo-obschestva-219828-2016/> (date of access: 02.05.2017) (in Russ.).
15. [Speech by Alexander Lukashenko at the address to the annual Address to the Belarusian people and the National Assembly]. URL: <https://www.sb.by/articles/sila-v-pravde-21-04-2017.html> (date of access: 24.04.2017).
16. Vlasov A. [The Future of Belarus – in the formation and development of civil society]. *Nyoman*. 2003. No. 5. P. 128–132 (in Russ.).

17. Vonsovich L. V. [The role of the state and civil society in ensuring sustainable development]. *Vzaimodeistvie ustoichivosti i innovatsionnosti v razvitii belorusskogo obshchestva* [The interaction of sustainability and innovation in the development of Belarusian society]: collect. of sci. papers. Minsk, 2009. P. 16–39 (in Russ.).
18. Kruzhalova S. E. [Formation of civil society in the Republic of Belarus: the problem of sociocultural foundations]. *Filosofiya i sots. nauki* [Philosophy and social sciences]. 2007. No. 4. P. 18–21 (in Russ.).
19. Vonsovich L. V. [Problems of civil society formation in contemporary Belarus]. *Belarus' v sovremennom mire* [Belarus in the modern world] : proc. of the VIII Int. conf. dedic. to the 88th anniv. of the form. of the Belarus. State Univ. (Minsk, 30 Oct., 2009). Minsk, 2009. P. 281–282 (in Russ.).
20. Ermak O. I. [Civil society – the objective need of time]. *Belarus. dumka*. 2010. No. 10. P. 116–119 (in Russ.).
21. Sluka O. G. [Methodology of civil society formation]. *Problemy upravleniya*. 2010. No. 2. P. 186–195 (in Russ.).

Артыкул настуніў у рэдкалегію 05.04.2017.
Received by editorial board 05.04.2017.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

REGIONAL JOURNALISM IN THE SOCIO-CULTURAL SPHERE

УДК 070.23

ТЭМАТЫЧНЫЯ ПРЫЯРЫТЭТЫ РАЁННАГА ДРУКУ ВА ЁМОВАХ ТРАНСФАРМАЦЫІ СУЧАСНАЙ МЕДЫЯПРАСТОРЫ

А. І. КУНАХАВЕЦ-ПЛЯВАКА^{1*}

^{1*}Інстытут журналістыкі БДУ,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Беларусь

Даследуецца інфармацыйны патэнцыял сучаснай мясцовай прэсы з улікам трансфармацыі сацыяльнай рэальнасці і станаўлення сучаснай медыяпрасторы. Аналізуюцца асаблівасці асвятлення на старонках раённага друку пытанняў сацыяльнага, культурнага, палітычнага і эканамічнага жыцця рэгіёна. Прадстаўлены вынікі кантэнт-аналітычнага даследавання тэматычнай і жанравай дыферэнцыяцыі зместу раённых газет Брэсцкай вобласці. Абгрунтоўваецца тэзіс аб тым, што ў стратэгічнай перспектыве друкаваныя версіі газет змогуць канкураваць на рынку медыяпрасторы толькі дзякуючы зместу, прычым для эфектыўнага функцыянавання выданняў рэдакцыі мясцовых СМІ павінны ўлічваць спецыфіку ўсіх кампанентаў асяроддзя распаўсюджвання: эканамічную, сацыяльную структуру рэгіёна, навукова-культурны патэнцыял мясцовай супольнасці, яго палітычны стан, а таксама асноўныя характарыстыкі інфармацыйнага рынку. Увага акцэнтуюцца на тым, што са змяненнем медыяіндустрыі СМІ становяцца моцным сектарам сучаснага бізнесу, аднак у барацьбе за камерцыйную выгаду яны рызыкуюць страціць сваю аўдыторыю. Падкрэсліваецца, што толькі запатрабаваны чытачом інфармацыйны прадукт павышае эфектыўнасць эканамічнай дзейнасці рэдакцыі.

Ключавыя словы: СМІ; медыяпрастора; мясцовы друк; раённая газета; чытацкая аўдыторыя; інфармацыя; інфармацыйныя тэхналогіі; кантэнт; тэматычная дыферэнцыяцыя; жанравая палітра выдання.

Образец цитирования:

Кунахавец-Плявака А. І. Тематические приоритеты районного друкa в условиях трансформации современной медиапросторы // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 33–39.

For citation:

Kunakhavets-Pliavaka A. I. Thematic priorities of regional press in terms of transformation of modern media space. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 33–39 (in Belarus.).

Автор:

Елена Ивановна Кунаховец-Плевако – аспирантка кафедры периодической печати. Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент А. К. Свороб.

Author:

Alena I. Kunakhavets-Pliavaka, postgraduate student at the department of print media periodical press.
elena_kunahovec@mail.ru

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЙОННОЙ ПЕЧАТИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАПРОСТРАНСТВА

Е. И. КУНАХОВЕЦ-ПЛЕВАКО¹⁾

¹⁾Институт журналистики БГУ,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Беларусь

Исследуется информационный потенциал современной местной прессы с учетом трансформации социальной реальности и становления современного медиапространства. Анализируются особенности освещения на страницах районной печати вопросов социальной, культурной, политической и экономической жизни региона. Представлены результаты контент-аналитического исследования тематической и жанровой дифференциации содержания районных газет Брестской области. Обосновывается тезис о том, что в стратегической перспективе печатные версии газет смогут конкурировать на рынке медиауслуг только благодаря содержанию, причем для эффективного функционирования изданий редакции местных СМИ должны учитывать специфику всех компонентов среды распространения: экономическую, социальную структуру региона, научно-культурный потенциал местного сообщества, его политическое состояние, а также основные характеристики информационного рынка. Внимание акцентируется на том, что с изменением медиаиндустрии СМИ становятся сильным сектором современного бизнеса, однако в погоне за коммерческой выгодой они рискуют потерять свою аудиторию. Подчеркивается, что только востребованный читателем информационный продукт повышает эффективность экономической деятельности редакции.

Ключевые слова: СМИ; медиапространство; местная печать; районная газета; читательская аудитория; информация; информационные технологии; контент; тематическая дифференциация; жанровая палитра издания.

THEMATIC PRIORITIES OF REGIONAL PRESS IN TERMS OF TRANSFORMATION OF MODERN MEDIA SPACE

A. I. KUNAKHAVETS-PLIAVAKA^a

^aThe Institute of Journalism, Belarusian State University,
9 Kal'varyjskaja Street, Minsk 220004, Belarus

Information potential of contemporary local press in transformation conditions social reality and the emergence of modern media space is explored in this article. Coverage features in the pages of of the district press issues of social, cultural, political and economic life of the region are analyzed. The author presents the results of a content analytical study theme and genre of content differentiation of regional newspapers of Brest region. The idea that in the long term print versions of the newspapers will be able to compete in the media services market only in the content is justified. At that edition of the local media should take into account the specificity of all the components of the propagation environment: the economic, the social structure of the region, scientific and cultural potential of the local community, its political condition, as well as the main characteristics of the information market for the efficient functioning of their publications. Attention is focused on the fact that the media have become more powerful sector of modern business with a change in the media industry, but may lose a very important – its audience – in pursuit of commercial gain. Only an information product that is in demand the reader, increases the efficiency of business of publications.

Key words: media; media space; the local press; local newspaper; readership; information; information technology; content; thematic differentiation; genre palette of edition.

Мясцовы друк ва ўсім свеце адносіцца да шэрагу найбольш запатрабаваных сегментаў інфармацыйнай прасторы. Магчымасць аператыўнага рэагавання на праблемы, актуальныя для жыхароў таго ці іншага рэгіёна забяспечвае выданням гэтага тыпу аўтарытэт і прызнанне пастаянных чытачоў. Ва ўмовах татальнай глабалізацыі расце значэнне мясцовай, лакальнай інфармацыі, бо менавіта яна ў першую чаргу вызначае інфармацыйнае асяроддзе соцыуму, у якім існуе чалавек, таму меркаванні аб непазбежнай смерці рэгіянальных перыядычных выданняў можна лічыць далёкімі ад рэальных

зрухаў у медыясферы. Іншае пытанне заключаецца ў тым, якімі павінны стаць мясцовыя СМІ, каб цалкам адказваць запытам сучаснай аўдыторыі і грунтоўна ўмацоўваць свае пазіцыі на рынку медыяпаслуг.

Імклівае развіццё новых інфармацыйных тэхналогій пакінула свой адбітак і на функцыянаванні мясцовай прэсы. Друкаваная газета, якая выходзіць адзін-два разы на тыдзень, не можа спаборнічаць у аператыўнасці з інфармацыйнымі рэсурсамі інтэрнэту. Часта бывае, што яшчэ да выхаду нумара ў свет інфармацыя губляе сваю значнасць. У сувязі

з гэтым вельмі важна ўлічваць тэндэнцыі падзелу «сфер уплыву»: аператыўныя навіны, форумы, блогі – прэрэгатыва інтэрнэту, а аналітыка, якасная і праблемная інфармацыя павінны публікавацца ў друкаваных версіях выданняў. Сёння гэта адзін з самых важных напрамкаў развіцця СМІ ўсяго свету. У стратэгічнай перспектыве друкаваныя версіі газет змогуць канкураваць на рынку медыяпаслуг толькі дзякуючы зместу: вярнуць чытача дапаможа якасная, аб'ектыўная і карысная інфармацыя.

Наколькі ж сучасная мясцовая прэса адпавядае патрабаванням часу і запытам сваёй аўдыторыі? Для адказу на гэта пытанне мэтазгодна звярнуцца да вынікаў кантэнт-аналізу раённых грамадска-палітычных выданняў і вызначэння тэматычнай і жанравай дыферэнцыяцыі іх зместу. Аб'ектам нашага кантэнт-аналітычнага даследавання стаў змест раённых газет Брэсцкай вобласці: «Чырвоная звязда» (Іванава), «Полесская правда» (Пінск), «Навіны Палесся» (Столін), «Раённые будні» (Пружаны), «Івацэвіцкі веснік» (Івацэвічы) і «Навіны Камянеччыны» (Камянец); прадметам – іх тэматычны профіль і яго адпаведнасць зарэгістраванаму фармату. Генеральную сукупнасць даследавання склалі ўсе нумары названых газет, што выйшлі ў свет з 1 студзеня па 31 снежня 2016 г. (выніковы аб'ём выбаркі – 44 нумары раённых выданняў).

На падставе праведзенага даследавання можна зрабіць выснову аб тым, што для рэгіянальных выданняў прыярытэтнай з'яўляецца сацыяльная праблематыка. Абсалютная большасць публікацый мясцовага друку тычыцца пытанняў функцынавання сацыяльнай сферы рэгіёна: ад 41,2 % на старонках выдання «Івацэвіцкі веснік» да 57,7 % у газеце «Навіны Палесся». Пры гэтым у структуры дадзенай праблематыкі традыцыйна на першых пазіцыях знаходзяцца тэмы злачыннасці і правапарушэнняў – ад 8 да 18,81 %; фізічнай культуры і спорту – ад 7,45 да 14,9 %; сацыяльнага забеспячэння – ад 5,59 да 13,86 %; адукацыі і выхавання – ад 3 да 18,63 %; экалогіі – ад 2,97 да 12,42 %; сям'і і мацярыства – ад 0,99 да 10 %.

На жаль, пад уплывам тэлебачання, якое сёння здзіўляе засілле перадач, кінафільмаў і серыялаў на крымінальныя тэмы, змяніліся і чытацкія прыхільнасці жыхароў беларускай глыбінкі. Праведзеныя сацыялагічныя даследаванні сведчаць аб існаванні сусветнай тэндэнцыі: «...у патэнцыяльнай аўдыторыі СМІ ўстойлівую цікавасць выклікае “крызісная” праблематыка – войны, міжнацыянальныя і рэлігійныя канфлікты, палітычныя скандалы, экалагічныя забруджванні, беднасць, беспрацоўе, інфляцыя, злачыннасць. Гэтыя праблемы нязменна складаюць глабальны інфармацыйны парадак дня»¹ [1, с. 98–99]. Безумоўна, на патрабаванні сучасна-

га чытача арыентуюцца і супрацоўнікі раённых выданняў Брэстчыны. Менавіта гэтым тлумачыцца пільная ўвага рэдакцый да дзейнасці праваахоўных органаў рэгіёна. На старонках мясцовага друку пастаяннымі сталі такія рубрыкі, як «Закон і мы» і «Крымінальная хроніка» («Навіны Палесся»); «Тры-вожны тэлефон» і «У райадзеле Следчага камітэта» («Раённые будні»); «Здарэнні» і «Крымінал» («Навіны Камянеччыны»); «Тэлефон міліцыі 102» і «3 залы суда» («Івацэвіцкі веснік»); «Крым-экспрэс» і «Правапарадак» («Полесская правда»); «Навіны Следчага камітэта» і «РАУС папярэджвае» («Чырвоная звязда»). Матэрыялы гэтых рубрык, як правіла, уяўляюць сабой падборку нататак і карыстаюцца вялікай папулярнасцю ў чытача: выразныя загалоўкі, невялікія памеры публікацый, безумоўна, прыцягваюць увагу аўдыторыі. Аднак, як лічыць Т. І. Фралова, гэта тэндэнцыя мае і адваротны бок: «Крыміналізацыя бытавых і чалавечых адносін, адна з праяў сацыяльнага крызісу, стала ў прэсе крыніцай здабывання камерцыйнага прыбытку, але не прадметам аналізу і сур'ёзнай грамадскай заклапочанасці» [2, с. 92]. Намаганні СМІ ва ўмовах складаных сітуацый павінны быць накіраваны на захаванне балансу паміж негатывам і пазітывам у адлюстраванні сацыяльных пытанняў, а таксама на глыбокае вывучэнне разнастайных праяў рэчаіснасці.

У тэматычным блоку раённых газет Брэстчыны мала матэрыялаў аб дэмаграфічнай сітуацыі ў рэгіёнах, практычна адсутнічаюць публікацыі аб развіцці навукі і тэхналогій. Магчыма, у 2017 годзе, аб'яўленым у Беларусі годам навукі, на старонках мясцовага друку ўсё ж з'явіцца пастаянныя рубрыкі, якія будуць знаёміць чытачоў з найлепшымі дасягненнямі айчынных навукоўцаў і перспектывамі развіцця новых тэхналогій. СМІ, асабліва ў рэгіёнах, павінны садзейнічаць асвеце грамадства і клапаціцца аб тым, каб людзі мелі аб'ектыўнае ўяўленне аб навакольным свеце, надзённых навуковых праблемах і не падвяргаліся ўплыву ўсялякіх міфаў і правакацый. У гэтым, на наш погляд, і заключаецца сутнасць асветніцкай функцыі медыя, якая мае надзвычай вялікае значэнне.

Эканамічная праблематыка займае на старонках раённых газет ад 9,68 («Навіны Палесся») да 20,7 % («Навіны Камянеччыны»). Пры гэтым прыярытэтнасць тэматыкі ў эканамічнай сферы дыферэнцыравалася наступным чынам: пытанні развіцця сельскай гаспадаркі – ад 24,6 да 68 %; транспарту – ад 7,69 да 15,9 %; гандлю і сфер паслуг – ад 4 да 15,38 %; камунальнай гаспадаркі – ад 4 да 13,63 %; будаўніцтва – 2,63 да 12,9 %; прамысловасці – ад 2,63 да 9,67 %; банкаўскай сістэмы – ад 2,63 да 7,6 %; агульныя пытанні эканамічнага развіцця раёна – ад 3,8 да 6,81 %.

¹Тут і далей пераклад наш. – А. К.-П.

Брэстчына – рэгіён сельскагаспадарчага значэння. Паўднёва-заходняя вобласць нашай рэспублікі спецыялізуецца на вытворчасці малака, мяса, збожжа, цукровых буракоў, рапсу, таму, безумоўна, матэрыялаў, прысвечаных развіццю сельскай гаспадаркі, на старонках раённых газет даволі шмат. Аднак, на наш погляд, супрацоўнікі мясцовых СМІ недастаткова поўна адлюстроўваюць інфармацыю аб такіх важных сферах развіцця эканомікі, як прамысловасць, будаўніцтва, прыватнае прадпрыемства, і не толькі ў маштабе канкрэтнага рэгіёна, а і ў цэлым у рэспубліцы. Тлумачыцца гэта тым, што доля названых галін гаспадаркі ў агульнай вытворчасці раёнаў невялікая, але гэта не азначае, што падобныя пытанні павінны заставацца па-за ўвагай мясцовых журналістаў.

Вядома, кожнае выданне па-свойму вызначае тэматычныя прырытэты: залежаць яны ў першую чаргу ад асаблівасцей развіцця таго ці іншага рэгіёна. Так, на старонках іванаўскай раённай газеты тэме сельскай гаспадаркі прысвечана абсалютная большасць публікацый (68 %), аднак у прааналізаваны перыяд не з'явілася ніводнага матэрыялу аб функцыянаванні транспартнай і банкаўскай сістэм. Праблемы камунальнай гаспадаркі і банкаўскай сферы засталіся па-за ўвагай супрацоўнікаў выдання «Полесская правда». Журналісты сталінскай газеты не асвятлялі тэму будаўніцтва, камянецкай і івацэвіцкай газет – пытанні прамысловасці.

Яшчэ больш вузкая на старонках мясцовага друку прадстаўлена палітычная тэматыка – ад 1,9 («Навіны Камянеччыны») да 6,9 % («Івацэвіцкі веснік»). Пры гэтым большасць адпаведных публікацый рэгіянальных СМІ (ад 33,33 да 83,3 %) арыентаваны на апісанне электаральных працэсаў: у 2016 г. увага рэдакцый была канцэнтравана на асвятленні падзей, звязаных з выбарамі дэпутатаў у Палату прадстаўнікоў Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь. У газетах, акрамя матэрыялаў уласных карэспандэнтаў, аператыўна размяшчалася афіцыйная інфармацыя: паведамленні Цэнтрвыбаркама, стужкі навін інфармацыйных агенцтваў, матэрыялы медыяпакета БелТА «Тэма тыдня», рашэнні райвыканкамаў і г. д. На старонках мясцовых выданняў з'явіліся новыя рубрыкі: «Выбары-2016», «Парламенцкія выбары – 2016», «Акцэнт», «Насустрэч выбарам», «Навіны выбарчай кампаніі» і інш.

У правядзенні выбарчай кампаніі дэлегатаў V Усебеларускага народнага сходу, дэпутатаў Палаты прадстаўнікоў Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь актыўна ўдзельнічалі журналісты газет «Навіны Палесся» і «Івацэвіцкі веснік». Адпаведныя матэрыялы публікаваліся пад рубрыкамі «Слова дэпутату», «Сталіншчына зрабіла свой выбар», «Сталіншчына: крок за крокам», «Выбіраем буду-

чыню», «Перад падзеяй», «Дзяржаўны клопат», «Чаму я іду на выбары» і інш. Імкнучыся шырока ахапіць важную для краіны тэму, рэдакцыя пружанскай газеты таксама адкрыла спецыяльныя рубрыкі: «Пытанні і прапановы дэлегату», «Слова – дэлегатам», «За радком Праграмы развіцця». А вось выданне «Чырвоная звязда» зрабіла акцэнт на рэтраспектыве дасягненняў у развіцці народнай гаспадаркі за перыяд беларускай незалежнасці: праект «25 гадоў без Савецкага Саюза» стартаваў якраз падчас разгортвання агітацыйнай кампаніі па выбарах дэпутатаў у Палату прадстаўнікоў Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь. Героямі публікацый былі вядомыя людзі рэгіёна, якім давялося стаць сведкамі падзей, звязаных з набыццём нашай рэспублікай суверэнітэту. Сваімі меркаваннямі на старонках выдання дзяліліся прадстаўнікі розных сацыяльных груп насельніцтва: былы ваенны, прадпрыемствік, старшыня райвыканкама, работнікі сфер культуры і адукацыі і іншыя асобы.

Цэнтральнай тэмай раённых газет па-ранейшаму застаецца асвятленне работы мясцовых органаў улады. Такое становішча тлумачыцца эканамічнай залежнасцю рэдакцый ад заснавальнікаў, у ролі якіх традыцыйна выступаюць раёныя выканаўчыя камітэты і раёныя Саветы дэпутатаў. Унутраны канфармізм і негатыўнасць (часта нават нежаданне) рэдактараў выходзіць за рамкі існуючай палітыка-эканамічнай залежнасці ад уладных структур негатыўна адбіваецца на аўтарытэце саміх газет. Пры такім падыходзе фінансавыя праблемы рэдакцыі часткова вырашаюцца, аднак разам з імі ўзнікаюць іншыя, больш важныя цяжкасці, звязаныя з адміністрацыйным кантролем, што вядзе да страты змястоўнасці газеты, абмежавання і самаабмежавання журналісцкай дзейнасці. Вядома, усё гэта ў цэлым істотна зніжае якасць выданняў. Сучасныя раёныя СМІ нярэдка балансуюць паміж попытам з боку мясцовага насельніцтва і пазіцыяй заснавальніка, аднак гэта таксама негатыўна адбіваецца на развіцці медыяіндустрыі рэгіёна. Для фарміравання іміджу сур'ёзнага грамадска-палітычнага выдання неабходна замяніць афіцыйз якаснай інфармацыяй і аналітычнымі публікацыямі, у якіх не аднабакова, а цалкам аб'ектыўна ацэньвалася б усё, што адбываецца навокал.

Мінулы год для нашай краіны прайшоў пад знакам культуры, таму, вядома, гэтай тэме супрацоўнікі мясцовага друку надавалі асаблівую ўвагу. Ад 4,89 % публікацый на старонках івацэвіцкай газеты да 12,6 % матэрыялаў у пружанскай тычацца гэтай праблематыкі (для параўнання: у 2015 г. аналагічныя паказчыкі вар'іраваліся ад 0,43 да 10,44 %). Як правіла, у большасці матэрыялаў закраналіся пытанні веры і рэлігіі – ад 10,34 да 46,42 %, а таксама раскрываліся асаблівасці народных трады-

ций і творчасці таго ці іншага рэгіёна – ад 7,14 да 35 %. Акрамя таго, журналісты мясцовых газет звярталіся да літаратурнай тэматыкі – ад 8,33 да 20,68 %; музычнай – ад 4,76 да 14,28 % матэрыялаў. Ад 3,44 да 10 % публікацый тычацца праблем мовы і маўлення. Калі-нікалі на старонках раённых выданняў з’яўляліся матэрыялы пра дзейнасць мясцовых тэатраў, работу музеяў і архітэктурную спадчыну рэгіёна.

Тое, што 2016 год быў абвешчаны годам культуры, дало значны штуршок для журналісцкай творчасці рэдакцыі газеты «Полесская правда». На старонках выдання з’явіліся серыі публікацый пад рубрыкамі «Год культуры», «Традыцыі», «Спадчына», «Сола на пуантах», «Закаханы ў музыку», «Дзівоснае святло паэзіі», «Маэстра іграе Шапэна», «За ўражаннямі – у музей», «Паэзія душы, каханя і ўспамінаў»... Узрасла колькасць матэрыялаў рознага аб’ёму – ад невялікай нататкі да вялікага інтэрв’ю на тэму культуры – у пружанскай газеце: практычна ў кожным нумары выдання змяшчалася інфармацыя пра падзеі ў гэтай сферы.

Традыцыйна тэма культуры на старонках мясцовага друку прадстаўлена ў рубрыках «Кніжная навінка», «Творчасць», «Юбілеі» («Навіны Камянецчыны»); «Наша спадчына», «Духоўнасць», «З гісторыі краю», «Таленты» («Івацэвіцкі веснік»); «Святло веры», «Культурны асяродак», «Выставы», «Міжкультурны дыялог» («Навіны Палесся»); «Творчыя сустрэчы», «Тварам да веры», «Мовай танца», «Аб чым маўчаць помнікі», «Арбіты культуры» («Раённыя будні»); «Парнас», «Факт з гісторыі», «Традыцыі», «Рэха свята» («Полесская правда»); «Неад’емнае», «Культурная спадчына», «Памяць» («Чырвоная звязда»). Больш за тое, амаль у кожнай раённай газеце Брэстчыны ёсць свае літаратурныя і рэлігійныя старонкі, дзе заўсёды знаходзіцца месца для творчасці і духоўнасці: «Ясельда» і «Ператварэнне» («Чырвоная звязда»), «Літаратурная старонка» і «Праваслаўнае слова» («Навіны Камянецчыны»), «Арбіта» і «Дабравест» («Полесская правда»), «Плынь» і «Святло духоўнасці і веры» («Сельская праўда»), «Узлёт» («Івацэвіцкі веснік»), «Ліра» («Навіны Палесся»), «Світанак» («Драгічынскі веснік»), «Над рэчанькай Рытай» («Голас часу») і г. д.

Аднак, нягледзячы на такую шматлікасць і разнастайнасць рубрык і тэматычных старонак, асвятленне культурнай праблематыкі ў мясцовай прэсе Брэсцкай вобласці носіць усё ж спарадычны характар. Інфармацыйнай нагодай для з’яўлення падобных публікацый звычайна выступаюць канкрэтныя падзеі: юбілеі гістарычных асоб або сучаснікаў, правядзенне фестываляў і конкурсаў, арганізацыя выстаў выяўленчага мастацтва, тэатральныя прэм’еры і кінапрэм’еры, перамогі землякоў у рэспубліканскіх і міжнародных конкурсах і г. д. Часцей за ўсё журналісты абмяжоўваюцца паве-

дамленнямі аб факце правядзення мерапрыемства, яго ўдзельніках і арганізатарах.

На жаль, тэндэнцыі перавагі інфармацыйных жанраў у сучаснай журналістыцы, адыход ад аналітыкі і тым больш мастацкай публіцыстыкі сёння праяўляюцца і ў раённых газетах. На старонках мясцовых выданняў пераважаюць кароткія і дэталізаваныя нататкі (ад 51,7 % у газеце «Навіны Палесся» да 70,1 % у выданні «Раённыя будні»); справаздачы аб мерапрыемствах, якія праводзяцца ўладнымі структурамі горада і раёна (ад 1,5 % у газеце «Навіны Камянецчыны» да 9,24 % на старонках выдання «Івацэвіцкі веснік»); замалёўкі аб працаўніках вёскі, лепшых прадстаўніках сваёй прафесіі і проста неардынарных і таленавітых людзях раёна (ад 2,7 % у камянецкай да 8,5 % у столінскай газеце); інтэрв’ю з кіраўнікамі рэгіёна, мясцовай элітай (ад 0,7 % на старонках выдання «Полесская правда» да 8,46 % у газеце «Навіны Камянецчыны»).

Асаблівай папулярнасцю ў журналістаў камянецкай газеты карыстаецца інфармацыйны жанр «пытанне – адказ», які ў свой час узялі на ўзбраенне журналісты выдання «Аргументы и факты». Супрацоўнікі мясцовага штотыднёвіка адвялі матэрыялам дадзенага тыпу цэлую паласу: «Менавіта гэтыя тэксты ў найбольшай ступені адпавядалі інфармацыйным чаканням аўдыторыі. Будучы кароткімі па форме, яны ў той жа час былі больш выйгрышнымі, чым інфармацыйныя матэрыялы іншых жанраў. Выйгрышнасць гэта заключаецца ў іх “зацыкленасці” на тых праблемах, што больш за ўсё займаюць увагу найбольш актыўнай часткі аўдыторыі, якая не шкадуе сваіх сіл, каб звярнуцца ў рэдакцыю, атрымаць неабходную актуальную <...> інфармацыю» [3]. Як паказвае практыка, форму пытанняў і адказаў журналісты выкарыстоўваюць не толькі тады, калі іх падштурхоўваюць да гэтага чытачы. Часам да яе звяртаюцца, каб апублікаваць пэўнае паведамленне, арганізаваўшы такім чынам інфармацыйную нагоду. Аднак і такі прыём патрабуе ад супрацоўнікаў рэдакцыі прафесійнасці: адна справа, калі ў падобных матэрыялах змяшчаецца сапраўды карысная для чытачоў інфармацыя, іншая – калі гэтыя звесткі публікуюцца толькі для таго, каб запоўніць свабоднае месца на паласе.

Раённыя газеты належаць да выданняў агульнага профілю, імкнуча як мага шырэй ахапіць сацыяльнае, культурнае, палітычнае і эканамічнае жыццё рэгіёна, таму часта матэрыялам мясцовых СМІ не хапае глыбіні і аб’ектыўнасці. Сярод аналітычных жанраў супрацоўнікі мясцовага друку аддаюць перавагу каментарыю (ад 6,2 % публікацый на старонках газеты «Полесская правда» да 12,9 % у выданні «Чырвоная звязда»). Практычна зніклі з газет артыкулы, рэдка з’яўляюцца карэспандэнцыі. Калі-нікалі журналісты раённых выданняў звяртаюцца

да такіх мастацка-публіцыстычных жанраў, як жыццёвая гісторыя, эсэ, нарыс, аўтарская калонка і інш.

Ва ўсе часы значнай каштоўнасцю рэгіянальных выданняў была і застаецца паўната адлюстравання падзей, што адбываюцца ў раёне, таму большасць матэрыялаў у СМІ такога тыпу асвятляюць мясцовыя навіны (ад 56 % на старонках газеты «Навіны Камянеччыны» да 70,1 % у выданні «Навіны Палесся»). На жаль, часта гэтыя публікацыі адрознівае канцылярскі стыль, павярхоўныя выказванні, банальныя загалоўкі, якія не могуць у поўнай меры прыцягнуць чытацкую ўвагу, даць уяўленне пра тэму («Ініцыятыва – народная», «Любіць – значыць служыць», «Нет хозяина – нет порядка», «Служить Отчизне беззаветно»). Палосы звычайна перагружаны матэрыяламі, звесткамі з афіцыйных інстанцый. Для максімальнага насычэння інфармацыяй рэдакцыі газет аддаюць перавагу невялікім матэрыялам. Дарэчы, празмерная інфармацыйная раздробленасць з'яўляецца праблемай, характэрнай для многіх сучасных раённых выданняў.

Мясцовая прэса напоўнена агляднымі альбо даведачнымі матэрыяламі, значную колькасць палос займае рэклама, прычым не тэкставая: сустракаюцца нумары, дзе аб'ём рэкламных модуляў і прыватных аб'яў складае 30–40 % агульнай плошчы выдання. Безумоўна, для з'яўлення такой колькасці нежурналісцкіх публікацый існуюць і аб'ектыўныя прычыны, галоўная сярод якіх – умацаванне фінансавага становішча рэдакцый і павышэнне рэнтабельнасці выдання. Аднак трэба мець на ўвазе, што на ўзровень папулярнасці і прэстыжу рэгіянальных СМІ, даверу да іх з боку мясцовых жыхароў, а таксама на тыраж і рэнтабельнасць газеты ўплываюць розныя фактары, у тым ліку форма падачы матэрыялаў, іх жанравая разнастайнасць, арыгінальнасць аўтарскага падыходу да апрацоўкі інфармацыі і прадстаўлення яе чытачам. Адсутнасць яркіх, жывых матэрыялаў, якія закранаюць лёсы людзей, збядняе жанравую палітру газеты і тым самым зніжае яе аўтарытэт.

Вядома, са змяненнем медыяіндустрыі СМІ становяцца больш моцным сектарам сучаснага бізнесу. Рынак перш за ўсё арыентуе сваіх ігракоў на развіццё эканамічнай ініцыятывы: сёння супрацоўнікам перыядычных выданняў даводзіцца клапаціцца не толькі пра якасць публікацый, але і пра зніжэнне выдаткаў на вытворчасць, аптымальную рэалізацыю тыражу, прыцягненне рэкламадаўцаў, пашырэнне рынкаў збыту выдання і г. д. Аднак трэба памятаць, што ў барацьбе за камерцыйную выгаду нельга пагарджаць попытамі чытача, бо гэта прыводзіць да страты больш значнага і жыццёва неабходнага для любога СМІ фактара – яго аўдыторыі. Тым больш статыстыка сведчыць пра негатывную тэндэнцыю: агульны разавы тыраж дзяржаўных друкаваных СМІ Брэсцкай вобласці на 1 студзеня 2017 г. склаў 133 785 экзэмпляраў (для па-

раўнання: у мінулым годзе ён дасягнуў 139 688 экзэмпляраў). Падпісны тыраж на дзяржаўныя перыядычныя выданні вобласці ўзніўся да ўзроўню мінулага года на 96 % (117 546 экзэмпляраў). Утрымаць планку змаглі толькі пяць газет вобласці з дваццаці, прычым чатыры выданні-лідары маюць раённы маштаб – «Лунінецкія навіны» (107,2 %), «Савецкае Палессе» (102,9 %), «Сельская праўда» (100,4 %), «Чырвоная звязда» (100 %). Найбольшае падзенне тыражу назіраецца ў газет «Івацэвіцкі веснік» (91 %) і «Полесская правда» (92,1 %). Імклівае развіццё інфармацыйных тэхналогій, канкурэнцыя з боку іншых СМІ, якія функцыянуюць на тэрыторыі рэгіёна, вядома, аказваюць свой уплыў на памер чытацкай аўдыторыі мясцовага друку. Напрыклад, толькі на Піншчыне, акрамя раённага выдання, інфармацыйныя патрэбы насельніцтва задавальняюць рэгіянальныя СМІ прыватнага медыяхолдынгу «Вараг» (тэлеканал, радыё, друкаваны штотыднёвік, рэкламнае агенцтва), афіцыйная гарадская газета «Пінскі веснік» і тэлерадыёкампанія «Пінск». Безумоўна, калі ў чалавека ёсць выбар, ён аддае перавагу той крыніцы інфармацыі, якая ў большай ступені задавальняе яго патрэбы. І, як паказвае практыка, не заўсёды ў шэрагу СМІ пінчане выбіраюць менавіта друкаваную раённую газету.

На выніковай калегіі Міністэрства інфармацыі Рэспублікі Беларусь, што ладзілася ў лютым 2017 г., кіраўнік ведамства Л. Ананіч адзначыла: «У 2016 годзе замацавалася негатыўная тэндэнцыя падзення падпіскі на дзяржаўную перыёдыку. Захоўваючы свае вядучыя пазіцыі ў інфармацыйнай прасторы рэгіёнаў, зніжае тыражы і мясцовая прэса. Зразумела, што падзенне тыражоў – гэта агульнасусветная тэндэнцыя, але разам з тым наўрад ці трэба ўспрымаць усё гэта як належнае. Неабходна прадпрымаць эфектыўныя крокі, каб захаваць і павялічыць чытацкую аўдыторыю» [4].

Такім чынам, для прыцягнення аўдыторыі да раённых выданняў і яе захавання перад супрацоўнікамі мясцовага друку стаіць задача стварэння газеты, якая ў першую чаргу адпавядала б самым розным чытацкім інтарэсам: толькі запатрабаваны інфармацыйны прадукт здольны павысіць эфектыўнасць эканамічнай дзейнасці рэдакцыі. Раённыя газеты пазіцыянуюць сябе як мясцовыя грамадска-палітычныя выданні, аднак, на наш погляд, навіны рэгіёнаў асвятляюцца ў іх недастаткова поўна з пункта гледжання тэматычнай накіраванасці. Здзіўляе, што па-за ўвагай работнікаў мясцовага друку застаюцца вельмі важныя (не толькі ў маштабах рэгіёна, але і ў цэлым для рэспублікі) праблемы сацыяльна-эканамічнага развіцця. Падчас эканамічнага крызісу не кожны чалавек зможа дазволіць сабе выпісваць некалькі газет, таму раённыя выданні, каб не страціць аўдыторыю, павінны ў поўнай меры задавальняць патрэбы чытача. Для

эфектыўнага функцыянавання рэдакцыі мясцовых газет павінны ўлічваць спецыфіку ўсіх кампанентаў асяроддзя распаўсюджвання: эканамічную і сацыяльную структуру рэгіёна, навукова-культурны патэнцыял мясцовай супольнасці, палітычны стан раёна, а таксама асноўныя характарыстыкі інфармацыйнага рынку, які ўключае ўсіх суб'ектаў масавай камунікацыі.

На жаль, большасць раённых газет Беларусі пакуль праяўляюць нізкую актыўнасць у барацьбе за месца ў інфармацыйнай прасторы рэгіёна. Нельга не пагадзіцца з меркаваннем прафесара Т. Д. Арло-

вай, якая адзначала: «Лаяльнасць і пэўны патрыятызм у адносінах да рэгіянальных газет дазваляюць чытачам звяртацца да сваіх “родных” выданняў. Узроставае звычка чытаць з аркуша паперы, а не з экрана манітора таксама яшчэ досыць жывая, і гэтыя мадэлі паводзін, на жаль, усыпляюць рэдакцыйныя калектывы, прымушаюць іх не спяшацца з пераглядам інфармацыйных стратэгий» [5, с. 10]. Аднак трэба мець на ўвазе, што разам з газетай старэе і яе аўдыторыя, таму супрацоўнікам мясцовых СМІ неабходна заняцца мабілізацыяй маладога пакалення чытачоў.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Дмитриев Е. Приоритетная проблематика региональных газет: опыт контент-аналитического исследования // Рэгіянальныя СМІ ў сучаснай інфармацыйнай прасторы : матэрыялы рэсп. навук.-практ. семінара (Мінск, 2–3 чэрв. 2011 г.) / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. Мінск, 2011. С. 93–100.
2. Фролова Т. И. Социальная проблематика // Проблематика СМІ: информационная повестка дня / под ред. М. В. Шкондина [и др.]. М., 2008. С. 98–142.
3. Тертычный А. А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс]. URL: http://evartist.narod.ru/text2/04.htm%D0%B7_06 (дата обращения: 30.01.2017).
4. Ананич призвала руководителей СМІ задействовать все резервы для сохранения подписных тиражей [Электронный ресурс] // Новости Беларуси: Белорусское телеграфное агентство. URL: <http://www.belta.by/society/view/ananch-prizvala-rukovoditelej-smi-zadejstvovat-vse-rezervy-dlja-sohraneniya-podpisnyh-tirazhej-231658-2017/> (дата обращения: 10.02.2017).
5. Орлова Т. От информационной к просветительской функции в освещении культуры региональными СМІ // Рэгіянальная прэса: традыцыі, вопыт, перспектывы : матэрыялы рэсп. навук.-практ. канф. (Мінск, 2–3 чэрв. 2011 г.) / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. Мінск, 2011. С. 10–13.

References

1. Dmitriev E. [Priority problems of regional newspapers: the experience of content-analytical research]. *Regijanal'nyja SMI w suchasнай infarmacyinai prastory* : materials of the repub. sci.-pract. semin. (Minsk, 2–3 June, 2011). Minsk, 2011. P. 93–100 (in Russ.).
2. Frolova T. I. [Social issues. The problems of mass media: the information agenda]. Moscow, 2008. P. 98–142 (in Russ.).
3. Tertychnyi A. A. [Genres of periodicals]. URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (date of access: 30.01.2017) (in Russ.).
4. [Ananich urged media leaders to use all the reserves to maintain subscription runs]. *Novosti Belarusi: Belorusskoe telegrafnoe agentstvo*. URL: <http://www.belta.by/society/view/ananch-prizvala-rukovoditelej-smi-zadejstvovat-vse-rezervy-dlja-sohraneniya-podpisnyh-tirazhej-231658-2017/> (date of access: 10.02.2017) (in Russ.).
5. Orlova T. [From information to the educational function in cultural coverage of regional media]. *Regijanal'nyja SMI w suchasнай infarmacyinai prastory* : materials of the repub. sci.-pract. semin. (Minsk, 2–3 June, 2011). Minsk, 2007. P. 10–13 (in Russ.).

Артыкул настуніў у рэдкалегію 15.02.2016.
Received by editorial board 15.02.2016.

УДК 070(476)

СОВРЕМЕННОЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Е. В. КРАСОВСКАЯ¹⁾

¹⁾Институт журналистики БГУ,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Беларусь

Рассматривается проблема формирования современного социокультурного пространства. Обосновывается утверждение о том, что в данном процессе активно участвуют СМИ. Указано, что особую роль при этом играют региональные газеты, о чем свидетельствует их высокий рейтинг. Отмечено, что региональные печатные СМИ подробно освещают политику государства, которая в последние 10 лет была направлена на внедрение инноваций во всех сферах общественной жизни. Представлены результаты контент-анализа, подтверждающего воздействие региональной газеты на социальную сферу, которое выражается в распространении идеи ценности инноваций для белорусского общества. Сделан вывод о том, что региональная журналистика отражает изменения, которые происходят в жизни белорусского общества, формируя современное социокультурное пространство, пронизанное идеей инновации.

Ключевые слова: культура; современное культурное пространство; социокультурное пространство; региональная медиасистема; региональные средства массовой информации; региональная газета; инновация; ценность; белорусское общество.

MODERN SOCIO-CULTURAL SPACE AND REGIONAL JOURNALISM

A. V. KRASOUSKAYA^a

^aThe Institute of Journalism, Belarusian State University,
9 Kal'varyjskaja Street, Minsk 220004, Belarus

The article is devoted to the problem of forming modern socio-cultural space. The idea that the mass media actively participate in this process is substantiated. A special role is played by regional newspapers, which is confirmed by their high rating. Regional print media detail coverage of the state policy, which in the past 10 years is aimed at the introduction of innovations in all spheres of public life. The results of content-analysis demonstrated the impact of regional newspaper on social life, which is expressed in spreading the idea of the value of innovations for Belarusian society. The article concludes that regional journalism reflects the changes that take place in the life of Belarusian society, forming a modern socio-cultural space, permeated with the idea of innovation.

Key words: culture; modern cultural space; socio-cultural space; regional media system; regional mass media; regional newspaper; innovation; value; Belarusian society.

Культуру часто определяют как систему исторически развивающихся надбиологических программ человеческой жизнедеятельности – общения, поведения и собственно самой деятельности, –

обеспечивающих воспроизводство и изменение социальной жизни во всех ее основных проявлениях [1, с. 341]. Однако это лишь одна из трактовок культуры. В настоящее время существуют при-

Образец цитирования:

Красовская Е. В. Современное социокультурное пространство и региональная журналистика // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 40–46.

For citation:

Krasouskaya A. V. Modern socio-cultural space and regional journalism. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 40–46 (in Russ.).

Автор:

Елена Витальевна Красовская – старший преподаватель кафедры теории и методологии журналистики.

Author:

Alena V. Krasouskaya, senior lecturer at the department of theory and methodology of journalism.
el.krasovskaya@yandex.ru

мерно 300 определений данного понятия, причем часть из них носят метафорический характер, фиксируя лишь отдельные характеристики культуры.

Американский социолог К. Дженкс в предисловии к коллективной монографии, посвященной проблемам культурного воспроизводства, отмечал, что единой терминологии в данной области знаний быть не может, потому что возникающее эпистемологическое поле предполагает не описание тех или иных культурных образцов, а признание их метафоричности: «Метафора превращается для нас в тему анализа. Наш выбор метафоры отражает наш выбор, наши интересы»¹ [2, р. 9].

Понятие «культура» в различные эпохи трактовалось неодинаково. Сначала этот термин обозначал возделывание земли. Потом смысл слова расширился: им стали именовать процессы и результаты преобразования материалов природы в различных ремеслах. Впервые в научной работе термин «культура» использовал древнеримский философ Марк Туллий Цицерон («Тускуланские рукописи»), употребивший слово обыденной речи, обозначающее обработку почвы, в переносном смысле – как возделывание человеческого ума в процессе обучения и воспитания. Дальнейшее семантическое наполнение понятия «культура», которое длилось вплоть до XXI в., было связано с распространением значения слова на все искусственное, созданное человеком, в противоположность естественному, природному.

Сегодня этот термин трактуется весьма широко: культура, понимаемая в гуманистическом измерении, связывается со сравнительным подходом к оценке людей и продуктов их деятельности; при рассмотрении через призму этики и эстетики это понятие базируется на этических категориях и эстетическом идеале. Встречается и противоположный подход, когда культура объясняется с утилитарной точки зрения. Например, исследователи, представлявшие разные области социогуманитарного знания, но работавшие вместе над изучением процесса формирования глобальной культуры, трактовали данный термин следующим образом: «... “культура” понимается нами в обычном социально-научном смысле слова, т. е. как верования, ценности и образ жизни обыкновенных людей в их повседневном существовании» [3, с. 9].

Верования, ценности, знания, нормы, навыки и идеалы в совокупности формируют программы деятельности, которые, в свою очередь, образуют исторически накапливаемый социальный опыт. Культура хранит и транслирует его, передает от поколения к поколению. Она также генерирует новые программы деятельности, поведения, общения, которые, реализуясь в соответствующих видах и фор-

мах человеческой активности, порождают реальные изменения в жизни общества [1, с. 341].

Одной из таких форм человеческой активности является журналистика, которая благодаря способности воздействовать на общественное мнение может вызывать изменения в жизни социума. Наиболее зримо это проявляется в практике региональных СМИ. Например, главный редактор газеты «Вечерний Брест» В. Шпарло уверен, что «активное участие в общественных дискуссиях по вопросам, находящимся в центре внимания жителей региона, общественная экспертиза проектов – прежде всего экологических – действенная форма влияния газеты на общественное мнение и принимаемые властями решения» [4, с. 33].

Газета «Гомельская праўда» много лет придерживается аналогичной стратегии, что помогает ей активно влиять на формирование общественного мнения в своем регионе: «Мы стремимся видеть то, что обычно никто не замечает, а в общеизвестном находить незаметное для всех и рассказывать об этом читателю свежо и интересно. Наше правило: не гнаться за дешевой сенсацией, не стрелять из пушки по воробьям, избегать скоропалительных выводов – чтобы не допустить в газете недостоверной информации. Традиционно много внимания уделяем проблемным публикациям, и не только на региональные темы» [5, с. 16].

К числу важных относится и тема инноваций, которая стала особенно актуальной в последние 10 лет. В Республике Беларусь действуют специальные государственные программы, направленные на поддержку инноваций: были успешно реализованы государственные программы инновационного развития Республики Беларусь на 2007–2010 и 2011–2015 гг., принята Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг. Все названные документы базируются на Национальной стратегии инновационного развития Республики Беларусь на период до 2020 г. и тесно связаны с Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г.

Как отмечал профессор О. Г. Слука, «в содержании инновационных программ разработана идеология перехода или выхода белорусского общества и государства на степень высокого устойчивого развития, конкурентоспособности на мировом рынке и безопасности населения в широком понимании этой сложной проблемы» [6, с. 88]. Именно поэтому в белорусской культуре инновация теперь воспринимается как ценность. Данный подход получает отражение в работах ученых из других стран СНГ. Так, российские исследователи А. В. Крутских, А. В. Бирюкова и Е. С. Зиновьева полагают, что термин «инновация» в общем плане можно понимать

¹Перевод наш. – Е. К.

«как особую культурную ценность – материальную или нематериальную, которая в данное время и в данном месте воспринимается людьми как новая» [7, с. 27]. При этом процесс внедрения инноваций напрямую связан с улучшением качества жизни.

В интервью газете «Аргументы и факты» в Белоруссии» О. Г. Слука пояснял, что «на Всемирном экономическом форуме в швейцарском Давосе было объявлено о том, что сейчас в мире идет четвертая экономическая революция. Сегодня на первый план вышла экономика знаний. У кого самые большие зарплаты? Не у банкиров, а у программистов. Если на основе научных достижений в Беларуси будет развиваться культура общества, то вырастет и культура производства, что, в свою очередь, приведет к снижению издержек, а затем – к росту зарплат» [8, с. 10]. Следовательно, для обеспечения экономического процветания инновационная составляющая должна пронизывать все сферы жизни белорусского общества.

В 1990-х гг. российский академик Н. Н. Моисеев разрабатывал сценарий развития своей страны, содержавший инновационную составляющую. Для реализации данного сценария, по мнению ученого, следовало обеспечить высокую производственную квалификацию и образовательный уровень населения, для чего необходимо проведение соответствующей государственной политики, которая бы осуществлялась в рамках специальных государственных программ [9, с. 15].

В настоящее время данный подход реализуется в Республике Беларусь, что позволяет говорить о формировании особой, инновационной, культуры общества. В нашей стране создана такая система образования, повышения квалификации и переподготовки, которая дает возможность готовить кадры для всех секторов белорусской экономики. Республика Беларусь – социально ориентированное государство, что закреплено в Конституции, а значит, в стране обеспечивается высокий уровень социальной защищенности граждан, который позволяет в течение всей жизни повышать квалификацию. В Беларуси действуют государственные программы, направленные на поддержку инноваций, в том числе специальные государственные программы для каждой области республики.

Подход, реализующийся в Беларуси, позволяет достичь тех результатов, которые, по мнению академика Н. Н. Моисеева, необходимы для экономической стабильности: возможность проявления интеллектуальных способностей всех граждан; обеспечение высокого уровня социальной защищенности людей; совершенствование рыночного механизма путем подчинения его стихийной природы определенным регулирующим нормам, что позволяет учитывать принцип коэволюции [10, с. 71–73]. В работах Н. Н. Моисеева значительное внимание

уделяется проблеме гармоничного сосуществования человека и природы, формированию ноосферы. Академик В. И. Вернадский, на чьи труды опирался Н. Н. Моисеев, еще в 1930-х гг. писал: «Стихийно, как проявление естественного процесса, создание ноосферы в ее полном проявлении будет осуществлено; рано ли, поздно ли, оно станет целью государственной политики и социального строя» [11, с. 144]. Именно этой стратегии отдано предпочтение в Республике Беларусь.

Профессор О. Г. Слука утверждал: «Идеологическая расшифровка инновационного белорусского проекта захватывающая: строятся и будут построены новые заводы и производства в соответствии с необходимостью обеспечения населения и потребностями внутреннего и внешнего рынков; предусмотрена дальнейшая реконструкция сельскохозяйственного производства для качественного обслуживания граждан и приведения цены продуктов в соответствие с доходами; дальнейшая европейская реконструкция социально-бытовой сферы (обеспечение граждан жильем, качественным образованием, медицинским обслуживанием, доступными и безопасными средствами передвижения: автомобильным, железнодорожным, воздушным транспортом); приведение денежных доходов населения в степень комфортной организации быта, отдыха, учебы и обеспечения семьи, в том числе с тремя и более детьми. Одним из главных факторов достижения указанных выше индикаторов социального измерения инновационных программ и залогом их успешной реализации являются новые технологии, высокая производительность и качество труда» [6, с. 89]. Все это находит отражение в СМИ.

В частности, СМИ разъясняют основные этапы строительства инновационного культурного общества, формируя новый тип мышления людей – инновационно ориентированный. Анализ научной литературы по проблеме инновационного развития Республики Беларусь [12–17] показывает, что для укоренения данного типа мышления и последующего стабильного развития инновационного культурного общества должен быть решен ряд задач: 1) формирование политической культуры человека и общества; 2) организация культурно-просветительской работы в процессе реализации инновационных экономических проектов; 3) обеспечение качественного образования и соответствующей квалификационной компетентности на производстве; 4) достижение высокого уровня духовности, морально-этического состояния личности.

Особую роль в данном процессе играют региональные СМИ, так как именно на этом уровне осуществляется большая часть инновационных проектов, реализация которых получает отражение в данных массмедиа. Среди различных видов региональных СМИ именно печатные издания во всем

мире пользуются наибольшим доверием аудитории [18]. В Беларуси региональные газеты, в отличие от журналов, стабильно удерживают свои позиции среди лидеров информационного рынка – изданий «СБ. Беларусь сегодня», «Комсомольская правда» в Белоруссии» и «Аргументы и факты» в Белоруссии», занимая четвертое место в рейтинге с показателем 15 % аудитории [19, с. 14; 20, с. 11]. Это значит, что именно региональные газеты, действуя на локальном уровне, где осуществляется первичное жизнеобеспечение, активно формируют у читателей инновационно ориентированный тип мышления.

Люди, обладающие таким типом мышления, способны воплотить в реальность задачи, поставленные в Национальной стратегии инновационного развития Республики Беларусь на период до 2020 г. и Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. Именно такие личности способны генерировать и реализовывать инновационные идеи. Процесс внедрения инноваций тесно связан с уровнем развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). По такому важному социально-экономическому показателю, как число организаций сектора ИКТ, среди всех регионов Беларуси лидирует Минская область (насчитывается 2819 организаций в самом Минске и 391 – в Минской области) [21, с. 35].

В связи с этим особую актуальность приобретает вопрос о том, как областная газета «Мінская праўда» на региональном уровне освещает жизнь формирующегося инновационного культурного белорусского общества. В качестве эмпирической базы исследования были выбраны два контрольных периода – 2009 и 2016 гг.: в первый контрольный период действовала Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2007–2010 гг., во второй – Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг. Разница между двумя контрольными периодами составляет 5 лет, что позволяет выявить динамику в освещении жизненных реалий журналистами региональной газеты. В ходе исследования был использован метод количественно-качественного контент-анализа. Всего проанализировано 20 номеров газеты: 12 – за 2009 г. (периодичность выхода – 3 раза в неделю: вторник, четверг, суббота) и 8 – за 2016 г. (периодичность – 2 раза в неделю: среда, суббота).

Результаты контент-анализа областной газеты «Мінская праўда» показывают, что издание активно освещает те вопросы, которые необходимо решить, чтобы обеспечить устойчивое развитие инновационного культурного общества.

Так, в двух контрольных периодах исследования в рамках социально-политической тематики (12 %

в 2009 г. и 10 % в 2016 г.) прослеживается вектор, направленный в сторону решения такой задачи, как формирование политической культуры человека и общества. При этом стоит отметить, что в первом контрольном периоде социально-политическая тематика представлена преимущественно материалами о местных идеологических и патриотических акциях и внутренней политике белорусского государства. Например, в хроникальном отчете В. Стрельского «Рожденные в БССР» рассказывается о том, как прошло торжественное мероприятие, посвященное 90-летию образования БССР, которое совпало с еще одной датой – 71-й годовщиной Минской области. В патриотической акции приняли участие «более 900 лучших представителей Минщины – передовики промышленного и сельскохозяйственного производства, представители всех отраслей народного хозяйства и культуры, образования, социальной сферы, бывшие и нынешние руководители области, районов, внесших и вносящих весомый вклад в социально-экономическое развитие Республики Беларусь» (№ 6/7, с. 1–2). Во втором контрольном периоде преобладали публикации, направленные на активизацию гражданской позиции читателей с целью побудить их участвовать в выборах. Среди этих материалов – хроникальная заметка без подписи «В Минской области сформированы 1023 участковые комиссии», где сообщается о том, как на Минщине идет процесс выдвижения кандидатов в депутаты в Палату представителей Национального собрания Республики Беларусь шестого созыва (№ 57, с. 3).

Что касается социально-экономической тематики (30 % в 2009 г. и 31 % в 2016 г.), то в обоих контрольных периодах исследования четко выявляется направление, в рамках которого СМИ осуществляют культурно-просветительскую работу при реализации инновационных экономических проектов. Так, в первом контрольном периоде тщательно освещается этап, без которого невозможна инновационная деятельность на предприятии, – модернизация производства. Поскольку Минская область лидирует по производству сельскохозяйственной продукции, то это главным образом материалы о перевооружении соответствующих предприятий (например, интервью-диалог Г. Платонова с кандидатом сельскохозяйственных наук А. Лапоткой «Вялікае малако пры малых затратах», № 4, с. 2), а также публикации, в которых рассказывается о необходимости повышения качества белорусской продукции, расширении ассортимента. Данный корпус журналистских текстов иллюстрирует хроникальная заметка М. Дубравина «Дело – труба». В лиде журналист сообщает: «Первую продукцию выпустил завод “Белполимертепло” по производству гибких предизолированных труб, расположенный в деревне Пекалин Смолевичского района. Это со-

вместное белорусско-российское предприятие, учредителями которого стали унитарное предприятие “Минсккоммунтеплосеть”, ЗАО “СоТЭинвест” и холдинг “Полимертепло»» (№ 6–7, с. 4).

Во втором периоде исследования в газете «Мінская праўда» преобладали материалы, в которых рассказывалось об этапе, следующем за модернизацией производства, – реализации инвестиционных проектов, результатом которых становится выпуск инновационных продуктов. Наиболее ярко это прослеживается на примере корреспонденции М. Дубравина «Зеленые побеги» на родной почве». Журналист пишет: «Борисовская бумажная фабрика Гознака осваивает производство офисной бумаги из вторичных ресурсов, в республиканском заказнике “Налибокский” создают питомник для искусственного выращивания птиц тетеревиных пород, а во дворцово-парковом комплексе замка Радзивиллов для перевозки туристов собираются использовать электромобили. Внедрение этих новшеств происходит на Минщине в рамках международной программы “Содействие переходу Республики Беларусь к “зеленой экономике”. Эти пилотные проекты будут реализованы в течение трех лет – с 2015-го по 2017-й. Финансируются они Евросоюзом, который выделил 5 миллионов евро. А инициатором стала организация “Программа развития ООН” при содействии Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды Беларуси, а также местных органов власти» (№ 4, с. 6).

В обоих контрольных периодах исследования на примере материалов социально-бытовой тематики (44 % в 2009 г. и 45 % в 2016 г.) заметно, как решалась задача по обеспечению качественного образования и соответствующей квалификационной компетентности на производстве. Однако если в первом контрольном периоде преобладала тема образования (к этой серии материалов относится, например, событийная зарисовка Г. Солонца «Школа, которой гордятся» (№ 5, с. 4)), то во втором периоде акцент сделан на повышении уровня квалификации и безопасности на производстве. Данная задача решалась в разнообразных по тематике публикациях. К их числу принадлежит детализированная заметка Н. Янович «Продавцы бывают разные», в которой журналист подчеркивает значимость хорошего сервиса и распространения позитивного опыта: «Продать товар сложнее, чем произвести». С этим сегодня особо не поспоришь, и Минский облпотребсоюз уделяет постоянное внимание повышению квалификации своих работников. В Березино прошел конкурс “Лучший по профессии” среди продавцов продовольственных и непродовольственных товаров магазинов потребительской кооперации, главной целью которого является распространение передового опыта» (№ 58, с. 6). Проблеме безопасности на производстве посвящена также заметка без подписи «От угля до

огня – полминуты», в которой сообщается о том, как работники Минского областного управления МЧС и представители ЖКХ проверяли состояние котельных в отопительный период в Минском, Борисовском и Дзержинском районах (№ 4, с. 15).

В рамках культурной тематики (14 % в 2009 и 2016 гг.) получает отражение такая задача, как формирование высокого уровня духовности, морально-этического состояния личности. При этом на первый план в журналистских материалах выходят такие ценности, как патриотизм, ответственность, креативность, а во втором контрольном периоде – еще и оптимизм, что обусловлено преодолением последствий тяжелого экономического кризиса 2008–2009 гг. В первом контрольном периоде названные ценности присутствуют преимущественно в заголовках или лиде: заметка С. Высоцкой «Феерыя творчасці» о фестивале «Вясна БНТУ-2009» (№ 62–63, с. 10), событийные зарисовки С. Квиткевича «Справа для прафесіяналаў» (№ 170, с. 4) и О. Алексейчик «Творчеству все возрасты покорны» (№ 62–63, с. 11).

Во втором контрольном периоде значимость той или иной ценности раскрывается еще и в тексте публикации. Например, такая важная для реализации инновационных проектов составляющая характера специалиста, как ответственность, красной нитью проходит через всю портретную зарисовку С. Адамович «Дваццаць адзін год – самы час на ўзлёт!»: «Рухавая дзяўчынка з грацыёзнай паставай, жвавая, як ртуць, гнуткая, як лаза, зменлівая, як ручай. Дар’я Валынец, малады спецыяліст, кіраўнік узорнага харэаграфічнага ансамбля “Расінка” Старадарожскага раённага цэнтра культуры і адпачынку, зачароўвае адметнасцю свайго аблічча з першага позірку. А глыбіня яе думак, актыўная жыццёвая пазіцыя сапараўды ўражваюць» (№ 58, с. 10). Тема ответственности и профессионализма звучит и в таком жанре, как интервью. Так, Д. Качан в материале «Каждый день как в первый раз...» убедился, что настоящие профессионалы делают свою работу качественно, несмотря ни на что: «Раннее утро, морозящий дождик, грохот проезжающего мимо транспорта – несколько удручающий дорожный набор для туриста, стоящего перед экскурсионным автобусом. Но что это? Словно лучик солнца, скользит по лицам улыбка нашего гида Элеоноры Бабук. Она приветливо здоровается и объявляет о начале экскурсии, а у меня есть совсем немного времени, чтобы поговорить с одним из самых известных и профессиональных экскурсоводов страны» (№ 58, с. 7). Такая ценность, как оптимизм, выражается в журналистских материалах через контраст. Например, С. Адамович в событийной зарисовке «У правінцыю – па чыстае паветра» обыгрывает существующий стереотип, согласно которому в столице сконцентрировано все лучшее в стране. Жур-

налист рассказывает, как можно весело и с пользой провести выходные на Червеншчыне и как рады небалованные развлечениями жители района любому празднику: «Згледзеўшы калядныя гурты на вуліцах горада, чэрвеньцы абавязкова прыпыняліся і прыязна ўсміхаліся. Усё ж не часта ўбачыш такое тэатралізаванае дзейства!» (№ 3, с. 14).

Проведенный контент-анализ публикаций областной газеты «Мінская праўда» позволяет сделать вывод о том, что региональная журналистика органично отражает все изменения, которые происходят в жизни белорусского общества, активно формируя современное социокультурное пространство, которое пронизано идеей инновации.

Библиографические ссылки

1. Степин В. С. Культура // Новая философская энциклопедия : в 4 т. М., 2010. Т. 2. С. 341–347.
2. Cultural Reproduction / ed. by Ch. Jenks. London ; New York : Routledge, 1993.
3. Многоликая глобализация / под ред. П. Бергера и С. Хантингтона ; пер. с англ. В. В. Сапова. М. : Аспект Пресс, 2004.
4. Подоляк Т. Секреты успешной творческой и бизнес-кухни от Владимира Шпарло // Журналист. 2010. № 1. С. 26–33.
5. Беспалый С. М. «Гомельская праўда»: газета, где нет мелочей : интервью Т. Подоляк // Журналист. 2011. № 3/4. С. 14–21.
6. Слука О. Г. Идеология современного развития Республики Беларусь в воспитательном процессе // Идеология белорусского государства в процессе формирования личности специалиста : сб. ст. Минск, 2012. С. 84–92.
7. Инновационные направления современных международных отношений. М. : Аспект Пресс, 2010.
8. Олейник Е. Кто мы и зачем живем? Какова национальная идея в Беларуси // «Аргументы и факты» в Белоруссии. 2016. 12 июля. С. 10.
9. Моисеев Н. Н. В раздумьях о будущем. М. : Издательство МНЭПУ, 1998.
10. Моисеев Н. Н. Избранные труды : в 2 т. М. : Тайдекс Ко, 2003. Т. 2 : Междисциплинарные исследования глобальных проблем. Публицистика и общественные проблемы.
11. Вернадский В. И. Начало и вечность жизни. М. : Советская Россия, 1989.
12. Информационное общество: проблемы правовых, экономических и социально-гуманитарных наук : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. преподавателей, аспирантов и студентов (Могилёв, 21 апр. 2016 г.) : в 2 ч. Могилёв : БИП – Институт правоведения, 2016. Ч. 1.
13. Информационно-образовательные и воспитательные стратегии в современном обществе: национальный и глобальный контекст : материалы Междунар. науч. конф. (Минск, 12–13 нояб. 2009 г.). Минск : Право и экономика, 2010.
14. Перспективы инновационного развития Республики Беларусь : сб. науч. статей V Междунар. науч.-практ. конф. (Брест, 24–25 апр. 2014 г.). Брест : Альтернатива, 2014.
15. Постсоветское пространство в миропорядке XXI века: приоритеты, особенности, будущее : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, октябрь 2010 г.). Минск : Медиафакт, 2011.
16. Слука О. Г. СМИ Беларуси в условиях строительства социально ориентированной экономики. Минск : БГУ, 2011.
17. Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 75-летию БГЭУ (Минск, 20 мая 2008 г.) : в 2 т. Минск : БГЭУ, 2008. Т. 1.
18. How News Happens [Electronic resource]. URL: http://www.journalism.org/analysis_report/how_news_happens (date of access: 22.12.2016).
19. Справочно-аналитическая информация о деятельности отрасли СМИ и печати в 2013 году. Минск : Красная звезда, 2014.
20. Справочно-аналитическая информация о деятельности отрасли СМИ и печати в 2014 году. Минск : Красная звезда, 2015.
21. Информационное общество в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. Минск, 2015.

References

1. Stepin V. S. [Culture]. In: *Novaya filosofskaya entsiklopediya* [New philosophical encyclopedia] : in 4 vol. Moscow, 2010. Vol. 2. P. 341–347 (in Russ.).
2. Jenks Ch. (ed.) *Cultural Reproduction*. London ; New York : Routledge, 1993.
3. Berger P., Huntington S. (eds.) [Many-faced globalization]. Moscow : Aspect Press, 2004 (in Russ.).
4. Podoliak T. [Secrets of a successful creative and business kitchen from Vladimir Shparlo]. *Zhurnalist*. 2010. No. 1. P. 26–33 (in Russ.).
5. Podoliak T. [«Gomel Prawdа»: a newspaper where there are no trifles]. *Zhurnalist*. 2011. No. 3/4. P. 14–21 (in Russ.).
6. Sluka O. G. [The ideology of the modern development of the Republic of Belarus in the educational process]. In: *Ideologiya belorusskogo gosudarstva v protsesse formirovaniya lichnosti spetsialista* [Belarusian state ideology in the process of forming the personality of a specialist] : collect. of articles. Minsk : BSU, 2012. P. 84–92 (in Russ.).
7. [Innovative trends in contemporary international relations]. Moscow : Aspect Press, 2010 (in Russ.).
8. Oleinik E. [Who we are and why do we live? What is the national idea in Belarus]. «*Argumenty i fakty*» v Belorussii [«Arguments and facts» in Belarus]. 2016. July 12. P. 10 (in Russ.).
9. Moiseev N. N. [In reflection on the future]. Moscow : Published International independent ecological and political center, 1998 (in Russ.).
10. Moiseev N. N. [Selected Works] : in 2 vol. Moscow : Taideks Ko, 1998. Vol. 2 (in Russ.).

11. Vernadskii V. I. [The beginning and eternity of life]. Moscow : Sovetskaya Rossiya, 1989 (in Russ.).
12. [Informational society: problems of legal, economic and social sciences] : proc. of the II Int. sci. pract. conf. of teachers, postgraduate students and students (Mogilev, 21 April, 2016) : in 2 parts. Mogilev : BIP – Institute of law, 2016. Part 1 (in Russ.).
13. [Informational and educational strategies in modern society: the national and global context] : proc. of the Int. sci. conf. (Minsk, 25–26 Novemb., 2009). Minsk : Pravo i ekonomika, 2010 (in Russ.).
14. [Prospects of innovative development of the Republic of Belarus] : proc. of the Int. sci. pract. conf. (Brest, 24–25 April, 2014). Brest : Al'ternativa, 2014 (in Russ.).
15. [Post-Soviet space in the world order of the XXI century: priorities, features, future] : proc. of the Int. sci. pract. conf. (Minsk, October, 2010). Minsk : Mediafakt, 2011 (in Russ.).
16. Sluka O. G. [Mass media of Belarus in conditions of constructing of socially oriented economy]. Minsk : BSU, 2011 (in Russ.).
17. [Economic growth of the Republic of Belarus: globalization, innovation, sustainability] : proc. of the Int. sci. pract. conf. dedic. to the 75th anniv. of the BSEU (Minsk, 20 May, 2008) in 2 vol. Minsk : BSEU, 2008. Vol. 1 (in Russ.).
18. How News Happens. URL: http://www.journalism.org/analysis_report/how_news_happens (date of access: 22.12.2016).
19. [Reference and analytical information on the media and printing industry in 2013]. Minsk : Krasnaya zvezda, 2014 (in Russ.).
20. [Reference and analytical information on the media and printing industry in 2014]. Minsk : Krasnaya zvezda, 2015 (in Russ.).
21. [Informational society in Republic of Belarus] : stat. collect. Minsk, 2015 (in Russ.).

*Статья поступила в редколлегию 22.12.2016.
Received by editorial board 22.12.2016.*

УДК 81'42

ОНТОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДИСКУРСА КАК НАУЧНОГО ФЕНОМЕНА СОВРЕМЕННОСТИ

О. В. ЛУЩИНСКАЯ¹⁾

¹⁾Институт журналистики БГУ,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Беларусь

Рассматривается термин «дискурс» в онтологическом аспекте. Представлены разные трактовки данного феномена – от его отождествления с понятием «речь» до описания как сложного коммуникативного явления – и подходы к его изучению представителями различных научных школ и направлений. Определяется современное состояние дискурса в науке. Указано, что данное явление исследуется как в узком, так и в широком контексте: от отдельного коммуникативного события до совокупности тематически соотнесенных текстов. Описаны свойства, функции и структура дискурса, представлены основания для разграничения и отождествления понятий «текст» и «дискурс» с разных точек зрения. Внимание фокусируется на классификации и выделении типов дискурса.

Ключевые слова: дискурс; тип дискурса; институциональный тип; дискурсивная практика; текст; лингвистические и экстралингвистические характеристики.

Образец цитирования:

Лущинская О. В. Онтологические характеристики дискурса как научного феномена современности // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 47–54.

For citation:

Lushchynskaya O. V. Ontological characteristics of discourse as a contemporary scientific phenomenon. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 47–54 (in Russ.).

Автор:

Ольга Владимировна Лущинская – кандидат педагогических наук, доцент; заведующий кафедрой английского языка и речевой коммуникации.

Author:

Olga V. Lushchynskaya, PhD (pedagogics), docent; head of the department of English and speech communication. olgalu805@gmail.com

ONTOLOGICAL CHARACTERISTICS OF DISCOURSE AS A CONTEMPORARY SCIENTIFIC PHENOMENON

O. V. LUSHCHYNSKAYA^a

^a*The Institute of Journalism, Belarusian State University,
9 Kal'varyjskaja Street, Minsk 220004, Belarus*

The article considers the notion of «discourse» in its ontological aspect. Different definitions of this phenomenon are given: from the notion of «speech» to the «complex communicative phenomenon» as well as approaches to its study in understanding of representatives of different scientific schools and directions. Besides, a contemporary condition of discourse in science is defined. Discourse is researched in its narrow and broad contexts: from a single communicative event to a complex of thematically related texts. Features, functions and the structure of discourse are described. Distinctions as well as identification between the notions of «text» and «discourse» are also described. Attention is paid to the classification of discourse and definition of its types.

Key words: discourse; type of discourse; institutional type; discourse practice; text; linguistic and extralinguistic features.

Понятие «дискурс» прочно вошло в научный обиход и является объектом исследования многих междисциплинарных направлений. Это неслучайно, поскольку экстраполирование дискурса в научную сферу позволяет изучать связанные с ним процессы коммуникации и различные коммуникативные события, дискурсивные практики с позиции отражения в них не только лингвистических, но и экстралингвистических особенностей, реализованных посредством разных дискурс-категорий. Дискурс можно исследовать в его динамическом развитии (как процесс производства коммуникативного продукта) и статическом представлении (как результат, продукт коммуникативной деятельности). Такой подход способствует более детальному, всестороннему взгляду на коммуникативные процессы, выявлению ряда закономерностей, определяющих коммуникацию, и осуществлению эффективного устного и письменного взаимодействия. Как отмечала О. М. Михалева, в прагмалингвистике дискурс рассматривается как интерактивная деятельность участников общения, изучаются установление и поддержание контакта между ними, взаимодействие друг на друга, эмоциональный и информационный обмен, коммуникативные стратегии, их вербальная и невербальная реализация в процессе общения и др. [1]. С позиций психолингвистики дискурс исследуется как развертывание переключений от внутреннего кода к внешней вербализации в процессе порождения речи и ее интерпретации с учетом социально-психологических типов языковых личностей, ролевых установок и предписаний. В процессе лингвостилистического анализа выделяются регистры общения, осуществляется разграничение устной и письменной речи в их жанровых разновидностях, определяются функциональные параметры общения на основе его единиц. Структурно-

лингвистическое описание дискурса предполагает его сегментацию и направлено на изучение содержательной и формальной связности дискурса, способов переключения темы, модальных ограничителей, больших и малых текстовых блоков, а также дискурсивной полифонии (общение одновременно на нескольких уровнях глубины текста) [1]. Как видим, данный феномен позволяет представителям разных наук изучать его многогранные стороны и особенности функционирования как с точки зрения формальной представленности, так и в плане содержательной составляющей.

Изучением дискурса занимались и занимаются видные европейские (Р. Барт, Т. А. ван Дейк, Д. МакКуэл, Н. Фэаклу и др.) и американские (Дж. Граймс, Р. Лонгейкер, З. Харрис, У. Чейф и др.) исследователи, а также ученые стран СНГ (М. К. Басималиева, В. З. Демьянков, М. Я. Дымарский, В. И. Ивченков, В. Б. Кашкин, В. И. Карасик, Э. Лассан, Л. К. Мазунова, М. Л. Макаров, И. Ф. Ухванова-Шмыгова, В. Е. Чернявская, Е. И. Шейгал и др.).

В лингвистику понятие «дискурс» пришло вместе с признанием необходимости выхода исследователя за пределы узкого понимания языкового знака как элемента системы, замкнутой на себе самой. Оно возникло, когда ученые стали обращать внимание на «затекст», где важным компонентом выступает социальный контекст. Соответственно, взаимодействие знакового и реального миров изменило исследовательские приоритеты [2].

Рассматривая дискурс в историческом аспекте, М. Фуко отмечал, что этот феномен представляет собой «совокупность высказываний, зависящих от одной и той же дискурсивной формации. Дискурс не образует риторического или формального единства, способного к бесконечному повторению, но факт появления или историческое использование кото-

рого мы могли бы указать (а в случае необходимости и объяснить его); он создан ограниченным числом высказываний, для которых мы можем определить совокупность условий существования» [3, с. 227]. Ученый утверждает, что в таком понимании дискурс не является идеальной и вневременной формой: «Он историчен от начала до конца – это фрагмент истории, единство и прерывность в самой истории. Он ставит, скорее, проблему своих собственных границ, купюр, преобразований, специфических модусов своей темпоральности, чем своего неожиданного возникновения посреди соучастного времени» [3, с. 227]. Кроме того, М. Фуко подчеркивает мысль о том, что дискурс – нечто большее, чем совокупность знаков: это социально-историческая информация, фон, который соотносит события с дискурсом. Ученый рассматривает его как часть дискурсивной практики, под которой понимает «совокупность анонимных, исторических правил, определенных временем и пространством. Именно благодаря этим правилам в конкретной эпохе и в конкретном социальном, экономическом, географическом и языковом окружении определяются условия воздействия высказывания» [3, с. 227–228].

Исследователь П. Серио выделил восемь определений данного феномена: 1) дискурс эквивалентен понятию «речь» в сосюрровском смысле, т. е. это любое конкретное высказывание; 2) единица, по размеру превосходящая фразу, высказывание в глобальном смысле – то, что является предметом исследования «грамматики текста»; 3) в рамках теорий высказывания и прагматики – воздействие высказывания на его получателя с учетом ситуации высказывания; 4) беседа как основной тип высказывания; 5) речь с позиций говорящего в противоположность повествованию, которое не учитывает такой позиции (согласно Э. Бенвенисту); 6) употребление единиц языка, их речевая актуализация; 7) социально или идеологически ограниченный тип высказываний (например, феминистский дискурс); 8) теоретический конструкт, предназначенный для исследований условий производства текста [4, с. 26–27]. Проанализировав данные определения, можно сделать вывод о том, что дискурс представляет собой некое речевое высказывание, которое реализуется в соответствующей коммуникативной ситуации, обусловленной социальными, идеологическими и прочими факторами, а также отражает взаимодействие коммуникантов – адресата и адресанта.

Голландский лингвист Т. А. ван Дейк определял дискурс как сложное коммуникативное явление, которое кроме текста включает в себя социальный контекст, дающий представление как об участниках коммуникации и их характеристиках, так и о процессах производства и восприятия сообщения, т. е. в дискурсе присутствуют экстралингвистические

факторы, такие как знания о мире, мнения, установки, цели адресата [5]. Ученый также отмечал, что дискурс можно рассматривать в широком и узком смыслах. В широком понимании дискурс – *коммуникативное событие*, происходящее между общающимися в процессе коммуникативного действия в определенном временном и пространственном контексте. Данное действие может быть речевым либо иметь вербальные и невербальные составляющие (например, разговор с другом, чтение газеты). В узком смысле слова это понятие обозначает завершённый или продолжающийся *вербальный продукт* коммуникативного действия, его речевой результат, который реализуется в тексте, а затем интерпретируется реципиентом.

Рассматриваемый как коммуникативная ситуация, дискурс актуализирует сознание коммуникантов, а также текст, создающийся в процессе общения [2]. В дискурсе отражаются фрагменты действительности, а именно внешняя по отношению к дискурсу ситуация, являющаяся предметом, темой общения, и коммуникативная среда, или конситуация, которая составляет предметное окружение коммуникантов во времени и пространстве в процессе языкового взаимодействия.

Еще один исследователь в области дискурса (медиадискурса в том числе), Н. Фэклу, отмечал, что данный термин широко применяется в различных дисциплинах, и его смысл не всегда понимается однозначно, поэтому ученый разграничивает два его значения [6]. Во-первых, дискурс, согласно Н. Фэклу, представляет собой социальное действие и взаимодействие людей в процессе общения в реальных ситуациях. Во-вторых, это социальная реконструкция реальности, форма знаний, язык, используемый для представления социальной практики с определенной точки зрения. Дискурс относится к знанию о действительности и реконструкции этого знания. Представляя собой совокупность письменных и устных текстов, он производится в разных «ежедневных практиках – организационной деятельности, рекламе, области социального взаимодействия, экономике, СМИ» и «становится самостоятельным смысловым полем – некой реальностью, которая развивается по соответствующим символическим законам» [7, с. 9]. Следовательно, содержание и структура дискурсов наряду с отражением представлений людей о мире «создают символическую реальность со своими социальными законами и правилами поведения» [7, с. 9].

Свой взгляд на данный феномен предлагает также исследователь Е. И. Шейгал, в понимании которой дискурс – это система коммуникации, имеющая реальное и потенциальное (виртуальное) измерения: «В реальном измерении – это поле коммуникативных практик как совокупность дискурсов»

ных событий, это текущая речевая деятельность в определенном социальном пространстве, обладающая признаком процессности и связанная с реальной жизнью и реальным временем, а также возникающие в результате этой деятельности речевые произведения (тексты), взятые во взаимодействии лингвистических, паралингвистических и экстралингвистических факторов» [8, с. 11]. Потенциальное измерение дискурса автор рассматривает как семиотическое пространство, включающее вербальные и невербальные знаки, ориентированные на обслуживание данной коммуникативной сферы, а также тезаурус прецедентных высказываний и текстов. В потенциальное измерение дискурса включаются представление о типичных моделях речевого поведения и набор речевых действий и жанров, специфичных для определенного типа коммуникации.

Профессор В. И. Ивченко определяет дискурс как текстовую организацию, которая «предстает в качестве сложного коммуникативного явления, включающего в себя не только интралингвистические факторы построения, но и представляющего пеструю картину организации прагматических условий, что обеспечивает концептуальную структуру для рассмотрения языка по установлению необходимой связи между высказываниями как лингвистическими объектами и социальными действиями носителя языка» [9, с. 147].

Как видно из приведенных определений дискурса, ученые обращают внимание на факт отражения в нем реальности, какого-то коммуникативного события, социальной практики в совокупности с экстралингвистическими характеристиками, которые реализуются в дискурсе средствами языка.

Ряд ученых описывают дискурс с точки зрения двух подходов. Так, исследователь В. Е. Чернявская указывала, что можно разграничить два уровня понимания данного феномена. В соответствии с первым определением дискурс – это «конкретное коммуникативное событие, фиксируемое в письменных текстах и устной речи, осуществляемое в определенном, когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве», или «текст плюс его вокругтекстовый фон» [10, с. 111]. Согласно второму пониманию дискурс – это совокупность тематически соотнесенных текстов. Его содержание (тема) раскрывается не одним отдельным текстом, а интертекстуально, в комплексном взаимодействии многих отдельных текстов [10, с. 112]. Раскрывая и далее уточняя такое понимание дискурса, В. Е. Чернявская отмечает, что в этом случае он представляет собой комплексную взаимосвязь многих текстов или типов текста, которые функционируют в пределах одной и той же коммуникативной сферы или отдельного института. Схожую мысль находим и в работе

В. И. Тюпы, который также приводил два определения данного феномена: «Дискурс I – это единичное (монокстовое) коммуникативное событие, обладающее инвариантной жанровой структурой своей текстuality»; «Дискурс II – это интертекстуальное “дисциплинарное пространство” (Фуко), как правило, разножанровое, полевая структура, ограниченная регулятивными границами социокультурных практик» [11, с. 19]. Рассматривая дискурс во втором значении, и В. Е. Чернявская, и В. И. Тюпа подчеркивали его институциональный характер. Указывая на двоякую сущность исследуемого феномена, Р. Водак отмечал, что, с одной стороны, дискурс социально конституирован, т. е. принадлежит прецедентной цепи высказываний, определенной сфере общения, а с другой – сам конституирует ситуации, объекты знания, социальные идентичности людей и их взаимоотношения [12].

Исследователь О. М. Михалева обратила внимание на то, что «в современном использовании термина “дискурс” все контексты объединены семой говорения, высказывания» [1]. Изучив разные взгляды и подходы к пониманию и трактовке дискурса, автор перечисляет следующие его дефиниции: 1) сложное коммуникативное явление, включающее текст и внеязыковые факторы, которые влияют на его производство и восприятие; 2) внутренне организованная последовательность языка; 3) комплексная коммуникативная единица со структурно-семантическими характеристиками связности, цельности, полноты и автосемантии (разрешенность всех вопросов референции внутри текста) при условии его завершенности; 4) проявление речевой деятельности в разговорно-бытовой речи, обмен репликами без особого речевого замысла; 5) само высказывание и те когнитивные установки, которые детерминируют содержание и форму высказывания; 6) текст связной речи, состоящий из последовательности коммуникативных единиц языка, превышающих по объему простое предложение, которое находится в смысловой связи, выраженной лингвистическими текстами; 7) связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, компонент во взаимодействии людей и механизма их сознания (в когнитивных процессах); 8) естественно проявляющаяся связная речь или письменные документы; 9) область функционирования естественного языка, который в реальности оказывается втянутым в поле оценок и мифологем различных социальных групп; 10) обмен высказываниями, при котором происходит двусторонний ряд речевых событий, где участники постоянно меняются ролями адресата и адресанта, оставаясь вну-

три своих социальных и ритуальных ролей и установок [1].

В монографии В. Г. Борботько описаны свойства, которые позволяют говорить о дискурсе как о специфической единице языка высшего уровня [13]. Среди таких свойств исследователь называет следующие: во-первых, по своей структуре дискурс отличается от всех других единиц соответствующего языка, из которых он строится; во-вторых, дискурс обладает способностью функционировать как целое, а также регулярной воспроизводимостью (полной или частичной); в-третьих, дискурс переводится с одного языка на другой как целая единица, однако в этом случае возможны лексические и стилистические лакуны. Кроме того, по мнению автора, «дискурс обладает языковой и этноязыковой спецификой в поэтическом аспекте», к которой относятся «лингвистилистические и лингвокультурные моменты, появляющиеся на уровне дискурса, а также специфические жанровые характеристики и разная употребляемость дискурсивных моделей в разных лингвистических культурах» [13, с. 31]. И, наконец, еще одно свойство дискурса проявляется в том, что он обладает структурной спецификой в языке, которая выступает как модель некоторой ситуации, и в системе ему может соответствовать некая языковая «стемма» с комплексной структурой, обладающая матричной системной значимостью [13].

При изучении данного феномена всегда возникает вопрос о соотношении понятий «текст» и «дискурс», при этом мнения многих исследователей расходятся. Так, некоторые ученые полагают, что эти два понятия синонимичны, другие придерживаются мнения, согласно которому дискурс и текст – это лингвистические категории, которые используются в науке для обозначения разных явлений, третьи исследователи считают, что дискурс тождественен понятию речь. Так, М. К. Басималиева, рассматривая понятия текста и дискурса, указывала на то, что дискурс связан с анализом языкового отрезка как *процесса* с учетом участников этого события, их знаний, сложившейся ситуации общения, в то время как текст соотносится с анализом языкового отрезка как *продукта*, и здесь внимание обращается на формальные средства связи его частей. Для исследователя дискурс – это процесс, а текст – результат данного процесса [14].

В монографии М. Я. Дымарского [15] внимание уделяется сравнению, а также противопоставлению понятий «текст» и «дискурс». Исследователь отмечает, что дискурсу свойственен признак процессности, который обозначает невозможность существования дискурса вне прикрепленности к реальному, физическому времени, в котором он протекает. Здесь наблюдается противопоставление дискурса как *процесса* и текста как *результата*, продукта

этого процесса. Текст существует в оболочке материального объекта – его носителя. Создается текст для дальнейшего воспроизведения, в то время как дискурс воспроизведению не подлежит. Автор полагает, что только текст может накапливать информацию, а дискурс служит ее передатчиком, таким образом, в данном представлении текст – это упакованная вторичная коммуникация, произведенная от первичной – дискурса [15].

Некоторые ученые описывают текст, как «завершенную с точки зрения его создателя, но в смысловом и интенциональном плане открытую для множественных интерпретаций линейную последовательность языковых знаков, выражаемых графическим (письменным) или звуковым (устным) способом, семантико-смысловое взаимодействие которых создает некое композиционное единство, поддерживаемое лексико-грамматическими отношениями между отдельными элементами возникшей таким образом структуры» [10, с. 17]. Дискурс связан с речью, актуальным речевым действием, в то время как текст соотносится с системой языка или формальными лингвистическими знаниями, лингвистической компетентностью. Использование дискурса всегда касается каких-то конкретных объектов в конкретной обстановке и конкретном контексте [16]. «В отличие от текста, дискурс представляет собой образец реализации намерения говорящего/пишущего в контексте определенной коммуникативной ситуации. Дискурс обращен к партнеру по общению и реализуется уместными в данной ситуации языковыми и неязыковыми средствами» [17, с. 5].

Проанализировав работы М. К. Басималиевой, В. Г. Борботько, М. Я. Дымарского, П. В. Зернецкого, Р. Картера, Е. С. Кубряковой, Г. Кука, М. Маккарти, Ю. С. Степанова и других ученых, мы видим, что дискурс может рассматриваться одновременно как *процесс* речевого взаимодействия в соответствующем пространственно-временном контексте, в который вовлечены участники общения со своими взглядами, мнениями, знаниями, отношением к действительности и друг к другу, и как *результат* взаимодействия, вербальный речевой продукт, «упакованная вторичная коммуникация» [15], произведенная от первичной. Все это позволяет говорить о дуализме дискурса, наличии у него одновременно динамичных и статичных свойств.

Вслед за В. Е. Чернявской мы понимаем данный феномен с точки зрения двух подходов. В первом случае (в широком контексте) дискурс – это совокупность разных типов текстов, принадлежащих одной сфере (институту), объединенных общностью тематической направленности и целью, характеризующихся лингвистическими и экстралингвистическими особенностями. В узком понимании под дискурсом имеется в виду отдельно взятое комму-

никативное событие, реализованное в устной или письменной форме, с учетом его формальных и содержательных характеристик, а также субъектной ситуации общения, которая включает коммуникантов – адресанта и адресата – и их взаимодействие, а значит, актуализируемые этими участниками общения определенные роли.

Текст определяется нами как *результат* коммуникативно-когнитивной (устной или письменной) деятельности, характеризующийся главным образом наличием таких свойств, как целостность, связность и завершенность, и обладающий определенными языковыми и структурно-композиционными особенностями.

Таким образом, рассмотренные подходы к пониманию и определению дискурса в интерпретации разных ученых указывают на то общее, что присуще данному феномену, – социальный контекст, который обуславливает процесс коммуникации, т. е. экстралингвистические факторы, включающие знания о мире, цели коммуникации, участников общения, пространственно-временные характеристики и ряд других свойств. Перечисленные экстралингвистические особенности дискурса отражаются в его содержании посредством определенных языковых средств.

При рассмотрении понятия «дискурс» возникает вопрос и о выделении его разновидностей. Существуют разные подходы к классификации типов дискурса. Общеизвестно различие *устного* и *письменного дискурсов*. Кроме того, существует классификация на основе *функций* дискурса (Р. Джоржан): описание, рассказ, инструкция, объяснение и др. Использование таких критериев, как *форма, длина, намерение и стилистические признаки* (В. Незер), позволяет определить следующие типы дискурса: реферат, тезисы, договор, доклад и статья. Некоторые авторы (И. В. Алешанова, Д. Байбер) в зависимости от *коммуникативной цели* к типам дискурса относят описание, повествование и аргументацию.

С учетом таких признаков, как *цель* и *участники общения*, выделяются персональный (личностно-ориентированный) и институциональный (свойственный определенной сфере общения, представленной тем или иным социальным институтом) дискурсы (В. И. Карасик). В рамках первого типа говорящий (пишущий) выступает как личность во всем богатстве своего внутреннего мира, во втором – является представителем определенного социального института. Внутри персонального дискурса выделяется бытовое и бытийное общение, а институциональный разграничивается на политический, дипломатический, юридический, педагогический, религиозный, медицинский, массово-информационный и другие типы. «Институцио-

нальный дискурс исторически изменчив – исчезает общественный институт как особая культурная система и, соответственно, растворяется в близких, смежных видах дискурса свойственный исчезающему институту дискурс как целостный тип общения» [18, с. 22].

Исследователь Н. Б. Хохлова определяет тип дискурса как «класс текстовых жанров, объединенных по коммуникативной цели, обладающий определенными лингвистическими характеристиками: употреблением конкретных видо-временных форм глаголов; преимущественным использованием слов определенной части речи в фиксированной форме; наличием собственного лексикона и регулирующих слов и др.» [19, с. 37]. Другие исследователи под типом дискурса понимают некий образец или модель однородной группы дискурсов, которые имеют общие, характерные для этой группы экстра- и интралингвистические признаки, обусловленные авторской интенцией, а также ситуацией общения [20], т. е. это некая виртуальная модель в сознании человека, которая в конкретной ситуации письменной коммуникации выступает как реальный дискурс.

В трактовке Н. Фэаклу [6] тип дискурса представляет собой относительно устойчивые сочетания жанров и дискурсов внутри ряда или системы дискурса (*order of discourse*). Дискурсивные типы либо включают в себя сложные сочетания нескольких жанров и дискурсов, либо представляют собой отдельные жанры и дискурсы. В таком понимании жанр выступает как способ использования языка, который соответствует типу социальной деятельности, а дискурс – способ построения определенной социальной деятельности. В зависимости от того, с каким типом институционального дискурса мы имеем дело, будут исследоваться его лингвистические и экстралингвистические параметры.

Таким образом, дискурс – явление многогранное и разностороннее. Его интерпретация порой противоречива и многозначна. Наличие множества трактовок дискурса свидетельствует о том, что каждая наука изучает определенные его стороны и вносит вклад в развитие научной мысли на глобальном уровне. Несмотря на то что дискурс и различные его типы и разновидности исследованы и описаны уже достаточно полно и детально, тем не менее в нем скрыт огромный потенциал для дальнейшего изучения, анализа и описания различных коммуникативных процессов, межкультурного взаимодействия, институционального общения и т. д. Данный феномен продолжает вызывать интерес у лингвистов, ученых и специалистов из разных областей, и по отношению к нему сохраняется пристальное внимание.

Библиографические ссылки

1. Михалева О. М. Дискурс как объект исследования [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rus-lang.isu.ru/education/discipline/philology/disrurs/material/material13/> (дата обращения: 04.03.2017).
2. Методология исследований политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов : в 3 вып. / под общ. ред. И. Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск : БГУ, 1998. Вып. 1.
3. Фуко М. Археология знания / пер. с фр. М. Б. Раковой, А. Ю. Серебрянниковой ; вступ. ст. А. С. Колесникова. СПб. : изд. центр «Гуманитарная Академия» : Университетская книга, 2004 [Электронный ресурс]. URL: https://monoskop.org/images/a/ae/Фуко_Мишель_Археология_знания.pdf (дата обращения: 06.03.2017).
4. Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса : пер. с фр. и португ. / под общ. ред. П. Серио. М. : Прогресс, 1999.
5. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / сост. В. В. Петрова ; под ред. В. И. Герасимова. М. : Прогресс, 1989.
6. Fairclough N. Media discourse. London : Arnold, 1995.
7. Филлипс Л., Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод. 2-е изд. Харьков : Гуманитарный Центр, 2008.
8. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград : Перемена, 2000.
9. Ивченко В. И. Речевая коммуникация в аспекте когнитивной обработки дискурса СМИ // Медиалингвистика : сб. ст. / редкол. Л. Р. Дускаева (отв. ред.) [и др.]. СПб., 2013. Вып. 2 : Речевая коммуникация в средствах массовой коммуникации. С. 144–147.
10. Чернявская В. Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса. М. : ЛЕНАНД, 2014.
11. Тюпа В. И. Дискурс/Жанр. М. : Intrada, 2013.
12. Wodak R. Disorders of discourse. London : Longman, 1996.
13. Борботько В. Г. Принципы формирования дискурса: от психолингвистики к лингвосинергетике. 4-е изд. М. : Кн. дом «ЛИБРОКОМ», 2011.
14. Басималиева М. К. О понятиях «текст» и «дискурс» // Филол. науки. 1999. № 2. С. 78–85.
15. Дымарский М. Я. Проблемы текстообразования и художественный текст. СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет, 1999.
16. Dijk T. A. van. The analysis of news as discourse // News analysis case studies of international and national news in the press / ed. T. A. van Dijk. Hillsdale, 1988. P. 1–30.
17. Головина Н. П. Формирование дискурсивной компетенции у учащихся старших классов в процессе обучения репродукции и продукции иноязычных письменных текстов (школа с углубленным изучением английского языка) : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. СПб., 2004.
18. Карасик В. И. Дискурсология как направление коммуникативной лингвистики // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики : сб. науч. тр. Владикавказ, 2016. Вып. 1 (21). С. 17–34.
19. Хохлова Б. Б. Обучение письменному описательному дискурсу на первом курсе языкового вуза (английский язык) : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. Тамбов, 2003.
20. Кучеренко О. И. Формирование дискурсивной компетенции в сфере устного общения (французский язык, неязыковой вуз) : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. М., 2000.

References

1. Mihaleva O. [Discourse as the object of research]. URL: <http://www.rus-lang.isu.ru/education/discipline/philology/disrurs/material/material13/> (date of access: 04.03.2017) (in Russ.).
2. Oukhvanova-Shmygova I. (ed.). [Methodology of political discourse research: actual problems of content analysis of social and political texts] : in 3 vol. Minsk : BSU, 1998. Vol. 1 (in Russ.).
3. Foucault M. [Archeology of knowledge]. Saint Petersburg : Publ. cent. «Gumanitarnaya Akademiya» : Universitet-skaya, 2004. URL: https://monoskop.org/images/a/ae/Фуко_Мишель_Археология_знания.pdf (date of access: 06.03.2017) (in Russ.).
4. Serio P. (ed.). [Quadrature of meaning: French school of discourse analysis]. Moscow : Progress, 1999 (in Russ.).
5. Deijk T. A. van. [Language. Cognition. Communication]. Moscow : Progress, 1989 (in Russ.).
6. Fairclough N. Media Discourse. London : Arnold, 1995.
7. Phillips L., Jorgensen M. [Discourse analysis as theory and method]. 2nd ed. Kharkiv : Humanitarian Center, 2008 (in Russ.).
8. Sheigal H. [Semiotics of political discourse]. Volgograd : Peremena, 2000 (in Russ.).
9. Ivchenkov V. [Speech communication in aspect of cognitive media discourse]. *Medialingvistika* [Medialinguistics] : collect. of articles. Saint Petersburg, 2013. Vol. 2 : [Speech communication in mass media]. P. 144–147 (in Russ.).
10. Chernjavskaia V. [Linguistics of text. Linguistics of discourse]. Moscow : LENAND, 2014 (in Russ.).
11. Tupa V. [Discourse. Genre]. Moscow : Intrada, 2013 (in Russ.).
12. Wodak R. [Disorders of discourse]. London : Longman, 1996.
13. Borbotko V. [Prinsiples of discourse formation: from psycholinguistics to linguosynergetics]. 4th ed. Moscow : LIBROKOM, 2011 (in Russ.).
14. Basimalieva M. [About notions «text» and «discourse»]. *Filol. nauki*. 1999. No. 2. P. 78–85 (in Russ.).
15. Dymarskij M. [Problems of text formation and artistic text]. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University, 1999 (in Russ.).
16. Dijk T. A. van. The analysis of news as discourse. In: *News analysis case studies of international and national news in the press*. Hillsdale, 1988. P. 1–30.

17. Golovina N. [Formation of discourse competence at high school students during the process of teaching reproduction and production of foreign written texts] : diss. abstr. ... PhD (pedagog.) : 13.00.02. Saint Petersburg, 2004 (in Russ.).

18. Karasik V. [Discourse studies as a direction of communicative linguistics]. Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki [Actual problems of philology and pedagogical linguistics] : collect. of sci. works. Vladikavkaz, 2016. Vol. 1 (21). P. 17–34 (in Russ.).

19. Hohlova N. [Teaching first year students of linguistic university of written descriptive discourse (English)] : abstr. of thesis. of diss. ... PhD (pedagog.) : 13.00.02. Tambov, 2003 (in Russ.).

20. Kucherenko O. [Formation of discourse competence in the sphere of oral communication (French, non-linguistic university)] : thesis. of diss. ... PhD (pedagog.) : 13.00.02. Moscow, 2000 (in Russ.).

Статья поступила в редколлегию 19.04.2017.

Received by editorial board 19.04.2017.

УДК 070:77.044

ЛИЧНОСТЬ АВТОРА И ОБРАЗ ГЕРОЯ В ЖАНРАХ ФОТОЖУРНАЛИСТИКИ

В. И. ШИМОЛИН¹⁾

¹⁾Институт журналистики БГУ,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Беларусь

Рассматриваются проблемы взаимоотношений фотожурналиста с героями его публикаций. Проанализированы роль и значение этических норм в профессиональной деятельности фотожурналиста. Доказано, что культурный уровень специалиста определяют не только владение научной теорией, но и внутренняя культура, применение этических норм на практике. Утверждается, что раскрыть суть явления средствами фотографии возможно лишь на уровне авторского восприятия события. Сделан вывод о том, что личность автора отражается в контексте его визуально-вербальных произведений.

Ключевые слова: жанр; идейность; личность; позиция; нравственность; патриотизм; публицистика; фотография; фотожурналистика; фотоочерк.

Образец цитирования:

Шимолін В. І. Личность автора и образ героя в жанрах фотожурналистики // Журн. Беларус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 55–59.

For citation:

Shimolin V. I. Personality of the author and the image of the genres of photojournalism. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 55–59 (in Russ.).

Автор:

Виктор Иванович Шимолін – кандидат филологических наук, доцент; доцент кафедры периодической печати.

Author:

Victor I. Shimolin, PhD (philology), docent; associate professor at the department of periodical press.
shimolin_v46@mail.ru

PERSONALITY OF THE AUTHOR AND THE IMAGE OF THE GENRES OF PHOTOJOURNALISM

V. I. SHIMOLIN^a

^a*The Institute of Journalism, Belarusian State University,
9 Kal'varyjskaja Street, Minsk 220004, Belarus*

The problems of the relationship between the photojournalist and the heroes of his publications are considered. The role and importance of ethical norms in the constant professional activity are analyzed. It is proved that the cultural level of a specialist determines not only the possession of scientific theory, but also the internal culture, the application in practice of ethical norms. The obtained results allow to conclude that the author's personality is reflected in the context of his visual-verbal works.

Key words: genre; ideology; personality; position; morality; patriotism; journalism; photography; photojournalism; photo essay.

Одна из главных задач человека на земле – понять другого человека, не превращая его мыслью ни в поддающуюся «исчислению» вещь, ни в отражение собственных эмоций.

С. С. Аверинцев

Прежде чем затронуть заявленную тему, сделаем некоторые обобщения. Каждый жанр журналистики имеет как коренные отличия от иных жанров, так и схожие с ними черты; в газетной публикации любого жанра личность автора присутствует явно или скрыто; отдельно взятая фотография, какой бы великолепной она ни была, не может считаться жанром фотожурналистики; присутствие в журналистском произведении личности обязательно, поскольку это придает ему жизненную правдивость.

Русский философ И. А. Ильин еще на заре XIX столетия определил внутренние силы, которые формируют характер человека-творца и его художественные взгляды, повышают стойкость перед жизненными невзгодами – это силы чувства воображения, мысли и воли. Фотограф, как личность, непосредственно причастная к искусству прекрасного, может быть одарен этими силами от природы (в таком случае их называют способностями или талантом), но может получить их и в результате образования и приобретения профессиональных навыков и опыта.

К внешним проявлениям характера И. А. Ильин относил силу чувственных восприятий – зрение, слух, вкус, обоняние, осязание, мускульное и тепловое ощущения, голод, жажду, эрос, «и все это в различной степени инстинктивного своеволия, соматической страстности и одухотворенности» [1, с. 105].

Председатель фотоклуба «Минск», фотокорреспондент Белорусского телеграфного агентства Евгений Козюля отождествлял жанр фоторепортажа с образом автора и выделял в нем две формы – документальную и художественную. Авторское Я, сохраняющее образ и неповторимый стиль фотожурналиста, отражается в каждой его публикации. Жанровая составляющая, по словам Е. Козюли, определяет ма-

неру действий фотожурналиста в процессе фотосъемки: приступая к работе, он уже представляет основные этапы творчества и предугадывает конечный результат. Практика подтверждает зависимость авторского мировоззрения от объективных обстоятельств, нравственных устоев журналиста, понимания им характера ситуации и поставленных задач. Впрочем, иногда автор может ограничиться беспристрастным изложением фактов или фотографированием события, оставаясь сторонним наблюдателем.

Уровень профессионализма определяется усвоением и практическим применением этических норм. У фотографов и фотожурналистов внутренняя культура проявляется не только в поведении, но и в их произведениях. На эту особенность журналистского творчества обратила внимание В. В. Ученнова: «Журналисту бывает даже вредна избыточная цепкость, когда любое событие меряют по шкале: годится – не годится в печать или эфир. <...> Профессиональный утилитаризм, как и любая скаредность духа, лишь на время приносит результаты, да и то весьма поверхностные» [2, с. 181].

Жанр фотозаметки может показаться лишенным авторского участия. Действительно, здесь мы не встретим ярко выраженного персонального Я, хотя оно и присутствует в подборе фактов и иллюстраций. Каждый элемент композиции фотозаметки выполняет документальную функцию, фиксируя события и их участников в портретах, а те или иные артефакты – в натюрмортах. Фотопейзаж придает правдивость констатируемым фактам, показывая место событий.

В интервью-монологе образ героя находится на первом месте, а вот автора отличают характер и содержание вопросов, выбор значимой персоны и ее изображение в портрете.

За примером обратимся к жанру фотоинтервью, все еще редкому гостю на страницах большинства белорусских печатных изданий, лишь изредка напоминающему о себе рубриками «Актуальное интервью», «Прямая линия», «Горячая линия», «Откровенный разговор». Наиболее заметные на газетных полосах его разновидности – монолог и беседа – чаще встречаются лишь в республиканских изданиях, где первую скрипку играет газета «СБ. Беларусь сегодня». В регулярных публикациях издания в рубрике «Конференц-зал» присутствуют позиция и личность журналиста, проявляющиеся через авторское отношение к затрагиваемой проблеме. Прежде всего личностное соучастие автора мы видим в характере вопросов, задаваемых собеседникам. Фотожурналист может вести беседу как с одним субъектом, так и с несколькими (например, интервью-опрос). В жанре фотоинтервью-беседы личность журналиста проявляется не только в вопросах, но и в ответах одного или нескольких участников обсуждения события, темы, проблемы. Более того, она заметна в созданных фотоработах: портретах, пейзажах, натюрмортах, фото-монтажах.

Процесс рождения фотожурналистского произведения подразумевает создание автором глубокой психологической характеристики образа с социальной и морально-нравственной позиций, которые поднимают планку его ответственности перед читателями. В фоторепортаже, например, личность фотожурналиста отождествляется с ярко выраженной субъективной оценкой реального мира, социально-экономических и политических отношений.

Портрет в произведениях информационных жанров периодической печати лишен красоты, постановочности и «салонности» художественной фотографии. Особую смысловую нагрузку несут портреты собеседников, выполненные крупным планом и передающие их характеры, психологическое настроение, раздумья, эмоциональное состояние.

Особенно ярко и выразительно личность фотожурналиста, его эго, проявляется в фотокорреспонденции – аналитическом жанре, синтезирующем иные, в том числе информационные, жанры. Фотокорреспонденция, представляющая собой исследование общественно важной проблемы, имеет сходство и с фоторепортажем, поскольку объединяет в себе репортажные и психологические портреты, передающие характер и эмоции героев публикации. Обогащают жанр документальные иллюстрации, фиксирующие вид и состояние определенных предметов, вещественных доказательств.

Журналистское расследование, которое мы относим к аналитическим жанрам, – это не дань моде, а сложное по композиции и внутреннему содержанию произведение фотожурналистики. Исследуя ту или иную общественно важную проблему, автор отстаивает правду, которую хочет выяснять и за-

щищать. Как Шерлок Холмс, он ведет поиск методом индукции, следуя от единичного, частного к общему, излагая собственное мнение и предлагая возможность высказаться компетентным собеседникам, привести в качестве доказательств документы, комментарии, фотографии. Каждый, кто встречается журналисту на пути, может попасть в кадр. Портреты придают материалу достоверность, правдивость.

Английский журналист Дэвид Рэндалл предупреждал коллег, специализирующихся на жанре расследований, о необходимости знания законов, тщательной проверки поступившей информации («Необходимо все записать, а потом проверить подлинность этих документов» [3, с. 126]), об установлении нужных контактов.

Известный афоризм «Талант охотится за красотой» можно применить к художественно-публицистическим жанрам фотожурналистики, в которых именно фотография, сочетающая в себе документальность и художественность образа, оказывает сильнейшее воздействие на психологию восприятия. Как отмечал Н. М. Ильин, «эстетические потребности людей становятся одним из духовных стимулов познания и утверждения красоты, постижения ценности предметов и явлений окружающего мира» [4, с. 7].

Происходившие в 1980–90-х гг. перемены вдохновили фотожурналистов на поиск новых тем, создание иллюстративного образа участников этих процессов. Социально значимая тема подсказала фотокорреспонденту Агентства печати «Новости» (АПН) Ю. С. Иванову сюжет, композицию кадра, кульминацию события, местом действия которого фотожурналист выбрал столичный тонкосуконный комбинат, переживавший в те годы, как и большинство белорусских предприятий, не лучшие времена. В одном из цехов в назначенный час собрались приглашенные работницы, специально облаченные в новые синие халаты и алые косынки. Продуманность кадра отразилась даже в мелочах: знамение времени – гласность и демократию – автор увидел в пролетарской атрибутике 1920–30-х гг. – красных косынках женщин-стахановок.

Драматургия рожденного сознанием автора сюжета оказалась настолько правдивой, жизненной и актуальной, что участники мероприятия, забыв о сценарии и присутствии фотокорреспондента, без постановки начали разговор с представителями администрации предприятия. Ситуация вышла из-под контроля и самого фотографа, и руководства комбината лишь потому, что такое «чудо» могло произойти в действительности на любом предприятии и без организационной подготовки. Фотокорреспондент, «сочинивший» эпизод демократии и перестройки в действии, воспользовался свершившимся переворотом, удачным моментом и свободно творил в окружающем его простран-

стве, подбирая лишь нужные точки съемки и ракурсы. Снимок удался, он получил широкий резонанс и мировое признание, тем самым включив автора в когорту ста выдающихся фотографов мира по версии американского журнала. Удаче сопутствовало счастливое совпадение активной гражданской позиции Ю. С. Иванова с его эго.

Личность автора в приведенном примере слилась с обобщенным образом периода перестройки и его героями, ярко отразила мировоззрение общества. Фотокорреспондент АПН проявил себя не фиксатором события с безграничной фантазией, но дальновидным политиком – редкое свойство индивидуальной психологии, которое не существует само по себе. Именно на кульминационном этапе творческого процесса фотожурналист определяет, аргументирует и утверждает собственную позицию и в тексте, и в фотографии, что в совокупности поднимает информационно-аналитические и художественные жанры фотожурналистики до уровня высокого искусства.

В определенный период журналистского творчества (вспомним приведенный выше пример – рождение снимка перестройки) личностная позиция становится социальной. Понятие «социальная позиция» трактуется в энциклопедиях как точка зрения по какому-либо вопросу; определенная оценка определенного факта, явления, события; действие, поведение, обусловленное этим отношением, оценкой. Известный исследователь печатного слова Д. С. Авраамов утверждал, что «для самого человека позиция – это он сам» [5, с. 74]. Позиция, уточним, подразумевает четкое понимание происходящих событий, явлений в обществе, которые в тексте позволяют вплотную приблизиться к объективным оценкам, а в фотографии – объективно оценить и отразить в зримых образах реальную картину мира.

Процитируем воспоминания успешного американского фотожурналиста Эдди Оппа, долгие годы живущего в Москве: «Как-то раз ночью я услышал истошный крик о помощи, который раздавался с улицы. Женщина кричала, что ее насилуют. Ни минуты не раздумывая, я бросился на помощь, успев схватить в руки нож. Женщина, которую я увидел, находилась в ужасном состоянии, она вся дрожала, рыдала навзрыд и не могла прийти в себя. <...> Я почувствовал, что эта ситуация – настоящий живой материал для фотожурналиста. <...> Но когда я уже приготовился нажать на спусковую кнопку затвора, взгляд женщины как бы остановил меня.

Не знаю, может быть, я неправильно оценил ситуацию, но мне тогда показалось, что это будет последней каплей, которая переполнит чашу отчаяния женщины. Я почувствовал моральный запрет и опустил камеру. Пусть я не сделал тот снимок, но зато знаю, что не поступился своими принципами человека и фотожурналиста» [6, с. 28].

Фотоочерк – рассказ о человеке, его поступках, поведении. Существует множество определений этого понятия. Основной жанр фотографии в фотоочерке – портрет, постановочный, репортажный, психологический. Изображение героя может быть сиюминутным, винтажным, или стародавним, архивным. Фотопортреты из салонов Моисея Напельбаума, работы Максима Дмитриева, полученные во время волжских странствий автора, фотопортреты Александра Родченко, отличающиеся острым ракурсом, объединяют любовь и сочувствие фотожурналистов к своим героям, попавшим в сложную жизненную ситуацию.

Личность героя материала, судьбу которого следует отобразить в фотоочерке, представляется репортеру загадочной, *terra incognita*. Проблема внутреннего содержания фотоочерка, соотношения текста и иллюстрации не нова. В 1930–40-х гг. советские фотожурналисты пытались визуально-вербальными средствами раскрыть внутреннюю структуру события, подчинить ее задачам социалистического строительства, рассматривали ее как средство коммунистической пропаганды. Времена меняются, но остаются и действуют основные законы фотожурналистики. Иллюстрация в художественно-публицистических жанрах выполняет одновременно информационную, идеологическую и воспитательную функции.

Некоторые исследователи журналистики ставят знак равенства между гражданской, нравственной позицией журналиста и его авторским Я. Самооценка в творчестве зависит от множества факторов. Сопричастность к отражаемой объективной реальности включает политическую культуру, профессиональную этику, показывает владение методологическими основами творчества. Проникнуть в суть явления, раскрыть его средствами фотографии возможно лишь на уровне авторского восприятия события, которое состоит из исторической памяти, общей культуры, степени образованности, углубленного знания предмета съемки, стремления понять своих собеседников, уловить их чувства, настроение и максимально правдиво отразить увиденное через собственную позицию.

Библиографические ссылки

1. Ильин И. А. Аксиомы религиозного опыта: исследование / сост. и авт. вступ. ст. И. Н. Смирнов. М. : Парог, 1993.
2. Ученова В. В. Беседы о журналистике. М. : Молодая гвардия, 1978.
3. Рэндалл Д. Универсальный журналист / пер. с англ. А. Порьяза ; под ред. В. Харитоновой. М. : Международный центр журналистики, 1996.

4. Ильин Н. М. Трагедия русской философии. М. : Айрис-пресс, 2008.
5. Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста. М. : Издательство Московского университета, 1999.
6. Опп Э. Мастер-класс «Успешный фотожурналист» // Фотокурьер. 2005. № 6. С. 28–34.

References

1. Ilyin I. A. [Axioms of religious experience: research]. Moscow : Rarog, 1993 (in Russ.).
2. Uchenova V. V. [Conversations about journalism]. Moscow : Molodaya gvardiya, 1978 (in Russ.).
3. Randall D. [The Universal Journalist]. Moscow : International Center for Journalism, 1996 (in Russ.).
4. Il'in N. M. [Tragedy of Russian Philosophy]. Moscow : Iris Press, 2008 (in Russ.).
5. Abrahamov D. S. [Professional Ethics of a Journalist]. Moscow : Publishing house of the Moscow University, 1999 (in Russ.).
6. Opp E. [Master class «Successful photojournalist»]. *Fotokur'yer*. 2005. No. 6. P. 28–34 (in Russ.).

*Статья поступила в редколлегию 05.07.2017.
Received by editorial board 05.07.2017.*

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

CONTEMPORARY MEDIA COMMUNICATIONS AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES

УДК 070+659.4

ПРЕСС-СЛУЖБЫ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ: ДИНАМИКА И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

И. В. СИДОРСКАЯ¹⁾, А. В. КОЛИК¹⁾, С. О. АЛЬШЕВСКАЯ¹⁾

¹⁾Институт журналистики БГУ,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Беларусь

Рассматривается эволюция системы корпоративных стратегических коммуникаций в Республике Беларусь на основе анализа деятельности пресс-служб и отделов по связям с общественностью органов государственного управления. Выявляются особенности этой системы на этапе формализации и на современном этапе. Исследуется ресурсное обеспечение деятельности пресс-служб, в том числе их кадровый потенциал. Выявляются основные формы и проблемы коммуникации пресс-служб со средствами массовой информации. Подвергается анализу использование пресс-службами государственных органов возможностей интернет-пространства, в том числе социальных медиа, в коммуникации со СМИ и общественностью. Обнаруживаются основные тенденции в деятельности пресс-служб государственных органов, предлагаются рекомендации для оптимизации этой деятельности. В целях изучения специфики современного периода применяются результаты наблюдения, фокус-группового исследования и экспертных интервью, организованных авторами настоящей статьи в ходе подготовки и реализации программ повышения квалификации «Современная пресс-служба» для руководителей и сотрудников органов соответствующих подразделений государственного управления, проводимых на факультете повышения квалификации и переподготовки

Образец цитирования:

Сидорская И. В., Колик А. В., Альшевская С. О. Пресс-службы органов государственного управления: динамика и современное состояние // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 60–67.

For citation:

Sidorskaya I. V., Kolik A. V., Alsheuskaya S. O. Government press service: dynamics and current status. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 60–67 (in Russ.).

Авторы:

Ирина Владимировна Сидорская – кандидат философских наук, доцент; заведующий кафедрой технологий коммуникации.

Алексей Валентинович Колик – старший преподаватель кафедры технологий коммуникации.

Светлана Олеговна Альшевская – преподаватель кафедры технологий коммуникации.

Authors:

Iryna V. Sidorskaya, PhD (philosophy), docent; head of the department of communication technologies.

sidsorskaya@bsu.by

Aliaksei V. Kolik, senior lecturer at the department of communication technologies.

a.kolik@gmail.com

Sviatlana O. Alsheuskaya, lecturer at the department of communication technologies.

alsheuskaya@bsu.by

Института журналистики БГУ в 2014–2016 гг. Применяются также результаты опроса руководителей пресс-служб государственных органов, осуществленного сотрудниками кафедры технологий коммуникации Института журналистики БГУ в марте 2017 г.

Ключевые слова: связи с общественностью (паблик рилейшнз); корпоративные стратегические коммуникации; пресс-служба; органы государственного управления; эволюция; современное состояние; тенденции.

GOVERNMENT PRESS SERVICE: DYNAMICS AND CURRENT STATUS

I. V. SIDORSKAYA^a, A. V. KOLIK^a, S. O. ALSHEUSKAYA^a

^aThe Institute of Journalism, Belarusian State University, 9 Kal'varyjskaja Street, Minsk 220004, Belarus

Corresponding author: I. V. Sidorskaya (sidorskay@bsu.by)

The evolution of the system of corporate strategic communications in the Republic of Belarus was examined on the basis of the analysis of press-services activities with the departments on public relations of state administration bodies. The peculiarities of this system at the stage of formalization and at the present stage were revealed. Resource support of activities of press services, including human resources was analyzed. The main forms of press services communication to mass media, as well as the main problems in this communication were discovered. The press services usage of state bodies in the sphere of communication with the mass media and the community and the usage of the Internet resources possibilities, including social media were analyzed. Basic trends in the activities of press services of state bodies were shown and the recommendations to its optimization were proposed. The results of observation, focus group research and expert interviews during the organization and carrying out of advanced training programs «Modern Press Service» for managers and employees of bodies of relevant government departments conducted at the Faculty of Advanced Studies and Retraining of the Institute of Journalism of BSU in 2014–2016, also as a survey of heads of press services of state bodies were used to study the specificity of the modern period. The survey was carried out by employees of the Department of communication technologies of the Institute of journalism of BSU in March 2017.

Key words: Public Relations (PR); corporate strategic communications; press centre; government bodies; evolution; current state; tendencies.

Генезис и эволюция системы общественных связей в органах государственного управления

Вопросы генезиса и эволюции системы корпоративных стратегических коммуникаций в Республике Беларусь неоднократно становились предметом обсуждения отечественных исследователей [1–3]. В настоящее время доминирует концепция, согласно которой белорусский институт общественных связей существует приблизительно со становления в 1991 г. независимой Беларуси. Однако на территории БССР уже в 1980-х гг. появляются организации и структурные формирования, основным функционалом которых (в том числе без соответствующего официального обозначения) становится установление взаимодействия со СМИ и общественностью. Так, например, в Министерстве внутренних дел Республики Беларусь датой создания пресс-центра считается 19 сентября 1984 г. в соответствии с датой выхода Приказа МВД СССР № 0329 о перечне изменений в штатах органов внутренних дел Республики Беларусь [4], по которому в МВД и УВД БССР были сформированы пресс-группы. Первое пресс-бюро в составе штаба МВД суверенной Беларуси было создано в 1991 г.

В конце 1980-х – начале 1990-х гг. на территории Беларуси происходит формализация субъектов

сферы связей с общественностью. В трансформирующуюся систему массовой коммуникации впервые включаются институциональные элементы общественных связей, представленные соответствующими службами в государственных структурах: информационными департаментами, управлениями, отделами по связям с общественностью, пресс-службами, пресс-центрами, а также ответственными лицами по связям со СМИ и общественностью. Такие структуры первоначально появились в Верховном Совете Республики Беларусь, Совете министров Республики Беларусь, секретариате Совета безопасности Республики Беларусь, Генеральной прокуратуре Республики Беларусь, Комитете государственного контроля Республики Беларусь и некоторых министерствах. Спустя некоторое время подобные структуры начали формироваться в органах государственной власти областного (регионального) уровня.

Национальный пресс-центр Республики Беларусь создается в 1993 г. Это некоммерческая организация, основной деятельностью которой является оперативное распространение информационных материалов о деятельности Президента Республики

Беларусь, Национального собрания Республики Беларусь, Совета министров Республики Беларусь, Администрации Президента Республики Беларусь и других государственных органов, а также об общественно-политической и социально-экономической жизни страны. Одна из целей создания пресс-центра – обеспечение регулярных государственных, общественных и международных связей в области информации [5]. Национальный пресс-центр Республики Беларусь становится ведущей государственной организацией в области общественных связей. Пресс-центр во многом определил развитие данной сферы в стране, он формирует профессиональную идеологию коммуникации, основанную на взаимопомощи и популяризации PR-деятельности. При этом Национальный пресс-центр не только подключает к работе все пресс-службы аппарата госуправления, но и активно развивает тенденцию отказа от основанных на негативе методов воздействия [1, с. 40–41].

Иллюстрацией осознания в новых условиях значительного потенциала технологий общественных связей в государственном управлении становится проведение в начале 2000-х гг. специализированных республиканских научно-практических конференций «Роль и значение общественных связей в управленческом процессе» (Минск, 29 июня 2001 г.) [6] и «Современные коммуникационные технологии в государственной информационной политике» (Минск, 25 июня 2003 г.) [7].

Пресс-службы и отделы по связям с общественностью в органах государственного управления постепенно становятся неотъемлемой частью комплекса корпоративных коммуникаций, они начинают играть важную роль не только в укрепле-

нии позитивного имиджа своих организаций, но и в формировании общественного мнения, предоставляя оперативную и объективную информацию о важнейших событиях и способствуя решению актуальных социально-политических и социально-экономических задач.

Расширение и усложнение функций коммуникационных подразделений, методов и форм деятельности создали потребность в формировании соответствующей законодательно-правовой базы, которая должна прямо или косвенно регулировать данную сферу. Помимо законов № 3515-XII «О печати и других средствах массовой информации» (от 13 января 1995 г.), № 225-3 «О рекламе» (от 10 мая 2007 г.), № 3254-XII «Об общественных объединениях» (от 4 октября 1994 г.), в свет выходят положения «О порядке регистрации СМИ в Республике Беларусь», «О пресс-службе Президента Республики Беларусь», «Об управлении информацией Национального собрания Республики Беларусь», «О Национальном пресс-центре Республики Беларусь», «О пресс-службах органов государственного управления».

Постепенное формирование и законодательное оформление правовой базы значительно укрепило позиции сферы связей с общественностью. Тем не менее начальный этап развития института характеризовался постановкой и решением преимущественно оперативных задач (создание паблисити, информирование, антикризисное реагирование и т. п.), а также востребованностью простых и хорошо освоенных коммуникационных технологий (написание пресс-релизов, проведение пресс-конференций, организация выставок, презентаций и других специальных мероприятий).

Современный этап в развитии системы общественных связей в органах государственного управления

Новый этап в деятельности государственных пресс-служб начался после выхода Указа Президента Республики Беларусь № 65 от 06.02.2009 «О совершенствовании работы государственных органов, иных государственных организаций со средствами массовой информации» [8] (далее – Указ № 65). Особенностью данного этапа является рост значимости для белорусского государства связей с общественностью как механизма укрепления доверия и взаимопонимания в обществе. Так, в соответствии с Указом № 65 государственные органы обязаны обеспечивать своевременное и объективное информирование общественности о событиях социально-экономической и общественно-политической жизни страны, также все органы государственного управления должны иметь в штате пресс-секретаря или ответственного за работу со СМИ руководителя структурного подразделения, при этом руководитель государственного органа несет персональную

ответственность за состояние работы со СМИ. Годом позже, 1 февраля 2010 г., Президент Республики Беларусь подписал Указ № 60 «О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет» [9], в котором содержится требование к государственному органу открыто действовать и постоянно вести коммуникацию с общественностью. С этой целью органам государственного управления, иным государственным организациям и хозяйствующим субъектам с преобладающей долей государственной собственности в их уставных фондах предписано размещать информацию о своей деятельности на официальных сайтах, обеспечивать их эффективное функционирование и систематическое обновление.

Правовыми актами, имеющими существенное значение для стимулирования деятельности по связям с общественностью в стране, стали законы № 225-3 «О рекламе» от 10 мая 2007 г., № 427-3

«О средствах массовой информации» от 17 июля 2008 г., № 455-З «Об информации, информатизации и защите информации» от 10 ноября 2008 г., № 262-З «Об авторском праве и смежных правах» от 17 мая 2011 г., № 300-З «Об обращениях граждан и юридических лиц» от 18 июля 2011 г.

Президентом Республики Беларусь 13 февраля 2017 г. был подписан Указ № 40 от 13.02.2017 г., утвердивший «Положение о пресс-секретаре Президента Республики Беларусь». Согласно этому положению пресс-секретарь Главы государства в своей деятельности подчиняется непосредственно Президенту Республики Беларусь, входит в структуру Администрации Президента Республики Беларусь и по должности приравнивается к помощнику Президента Республики Беларусь. В Положении определены задачи пресс-секретаря Президента, государственных организаций, которые он координирует (в том числе ведущие государственные средства массовой информации). Настоящий указ существенно повышает статус не только пресс-секретаря Президента Республики Беларусь, но и всех пресс-секретарей государственных органов.

Для современного периода развития системы корпоративных коммуникаций характерны некоторые признаки: активная формализация организационных структур субъектов PR-деятельности, появление типичных схем организации, дифференциация по сферам деятельности (государственное управление, бизнес, социально-культурная сфера), интеграция в международный контекст, формирование специфических норм и предписаний, регулирующих деятельность социальных субъектов в рамках одного профессионального поля, и т. д.

Современная пресс-служба государственных органов Республики Беларусь является основной организационной структурой, отвечающей за связи органов власти со средствами массовой информации и общественностью. Пресс-службы оснащены всеми необходимыми для работы кадровыми, организационными, материальными и информационными ресурсами. Во всех государственных органах Республики Беларусь созданы официальные веб-сайты, пресс-службы имеют доступ в интернет, в их распоряжение предоставлена телефонная и факсовая связь, имеются офисные помещения для работы. Пресс-службы укомплектованы квалифицированными опытными специалистами, которые имеют соответствующую профессиональную подготовку.

По основному образованию пресс-секретари и сотрудники пресс-служб являются представителями различных специальностей: среди них есть журналисты, филологи, экономисты, математики, юристы, специалисты в области иностранных языков и международных отношений и др. Большинство руководителей и сотрудников данных структур, помимо ежегодного повышения квалификации в Академии управления при Президенте Республи-

ки Беларусь, проходят переподготовку и(или) повышение квалификации на соответствующем факультете Института журналистики БГУ. Так, двухлетнюю программу переподготовки по специальности «Коммуникация в сфере общественных связей» закончили пресс-секретарь Верховного суда Республики Беларусь Ю. А. Ляскова и ведущий специалист отдела связей с общественностью Министерства экономики Республики Беларусь А. В. Минин. Программу повышения квалификации «Современная пресс-служба» прошли начальники и специалисты структур по связям с общественностью Министерства внутренних дел, Следственного комитета, Министерства труда и социальной защиты, Министерства связи и информатизации, Министерства антимонопольного регулирования и торговли, Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды, Министерства архитектуры и строительства, Национального статистического комитета Республики Беларусь, концерна «Беллегпром» и др. Специальная программа повышения квалификации «Современная пресс-служба в судах общей юрисдикции» была организована на факультете в 2015 г. для руководящих работников и специалистов системы судов общей юрисдикции Республики Беларусь. Программа «Современная пресс-служба в учреждениях системы образования» была разработана в 2016 г. для руководителей и персонала указанной сферы. Возможность постоянного повышения квалификации позволяет сотрудникам пресс-служб государственных органов на постоянной основе обмениваться опытом, формировать прочные профессиональные ценности, овладевать новейшими знаниями и навыками.

Персонал, работающий в пресс-службах, состоит, как правило, из нескольких человек, однако в ряде организаций соответствующие функции выполняет один сотрудник, совмещая их с рядом иных обязанностей (концерн «Беллегпром», Национальная академия наук Беларуси, Государственная инспекция охраны животного и растительного мира при Президенте Республики Беларусь, Министерство промышленности Республики Беларусь, уполномоченный по делам религий и национальностей и др.). Необходимо отметить, что не во всех государственных органах созданы пресс-службы и/или введена должность пресс-секретаря. В ряде случаев эту функцию выполняют сотрудники, которые занимают другие, непосредственно связанные с информационной деятельностью, должности. Так, например, в Министерстве связи и информатизации Республики Беларусь обязанности пресс-секретаря возложены на помощника министра.

Обеспеченность информационными ресурсами позволяет пресс-службам проводить регулярный мониторинг информационного поля, в том числе с применением собственных технологий. Мониторинг включает в себя анализ СМИ, интернет-простран-

ства (сайты, социальные сети) и других белорусских и зарубежных источников. При этом используются различные коммуникационные технологии – от простейших до современных и технологичных (такая тенденция наиболее выражена в отделе связей с общественностью Министерства экономики Республики Беларусь).

Пример успешной деятельности пресс-службы – управление информацией Министерства иностранных дел Республики Беларусь (далее – МИД). Начальник Управления информации МИД в то же время является и пресс-секретарем министерства. В Управлении информации МИД функционируют два отдела: отдел пресс-службы и отдел информационного обеспечения. Отдел пресс-службы осуществляет коммуникацию со СМИ и общественностью, а отдел информационного обеспечения предоставляет информацию заграничным учреждениям министерства. В этих двух отделах также работают по четыре человека (начальник и три сотрудника). Отдел пресс-службы регулярно проводит мониторинг информационного поля, ежедневно предоставляя своему руководству и другим органам государственного управления информационную сводку за день. Структурные подразделения министерства передают пресс-службе информацию, которая размещается на сайте. Такая информация отправляется аккредитованным СМИ в виде сообщений для прессы (пресс-релизов, заявлений).

Основными формами коммуникации пресс-службы и средств массовой информации являются пресс-релизы и сообщения для СМИ, заявления, комментарии, пресс-конференции, интервью, подходы к прессе во время мероприятий, брифинги, пресс-туры, круглые столы, совместная подготовка репортажей для СМИ. Выбор формы зависит от профиля деятельности государственного органа, специфики информационного поля пресс-службы. Одна пресс-служба может обращаться преимущественно к брифингу, другая – к комментариям по тому или иному вопросу. Количество и разнообразие основных форм коммуникации определяется спецификой деятельности государственного органа, в котором работает пресс-служба.

Современные пресс-службы и подразделения по связям с общественностью широко используют в своей деятельности возможности интернет-коммуникации. В первую очередь речь идет об официальных сайтах государственных органов, которые стали постоянной коммуникационной площадкой для представителей СМИ. Также активно используются наиболее популярные социальные сети, такие как *Facebook*, *Instagram*, *LinkedIn*, *Twitter*, *SlideShare*, *YouTube*, *ВКонтакте*. Например, пресс-служба МИД использует в коммуникации со СМИ и общественностью социальные сети *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*,

YouTube; Национальной Академии наук Беларуси – *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *LinkedIn*, *SlideShare*, *ВКонтакте*; Министерства обороны Республики Беларусь – *Facebook*, *ВКонтакте*. В основном коммуникация осуществляется посредством официальных аккаунтов государственных органов, но в некоторых случаях пресс-секретарями в рабочих целях используются и личные аккаунты. Так, в социальных сетях активен отдел пресс-службы МИД, который размещает в *Twitter* важные сообщения, оперативную информацию, а на *YouTube* – интервью руководства, брифинги пресс-секретаря, презентационные ролики о Беларуси. Активно используют личные аккаунты для распространения официальной информации пресс-секретарь Верховного суда Республики Беларусь, помощник министра Министерства связи и информатизации Республики Беларусь и др.

Очевидно прослеживается тенденция к увеличению взаимодействия пресс-служб со СМИ посредством интернета¹. В ряде случаев соотношение онлайн- и оффлайн-коммуникации достигло паритета, а иногда онлайн-коммуникация в силу ее оперативности, доступности и наглядности становится основной формой общения с журналистами. Вместе с тем необходимо отметить тот факт, что не все пресс-службы ведут активную коммуникацию даже посредством официального сайта органа государственного управления. Одна из причин такого положения – невнимание руководителя государственного органа к интернет-коммуникации, недооценка ее роли в современном мире.

Значительный потенциал пресс-служб и PR-отделов органов государственного управления по удовлетворению информационных потребностей аудитории может быть реализован только при условии их эффективного взаимодействия с журналистским сообществом. В сотрудничестве с PR-отделами организаций СМИ являются механизмом обратной связи, осуществляемой посредством сбора и анализа информации о функционировании общества, в том числе и о результате принятых решений.

В большинстве случаев между пресс-службами и СМИ выстроено партнерское взаимодействие, обе стороны воспринимают друг друга не столько как находящиеся по разные стороны баррикад, сколько как партнеров, делающих общее дело. Тем не менее отдельные проблемы между ними все еще сохраняют свою актуальность. Так, чаще всего пресс-секретари указывают на недостаточную степень осведомленности журналистов о деятельности государственного органа, общих принципах его работы. В ходе опроса руководителей пресс-служб и отделов по связям с общественностью органов государственного управления, проведенного сотрудниками кафедры технологий коммуникации

¹Здесь и далее представлены выводы, сделанные на основе проведенного нами исследования. – И. С.

в марте 2017 г., в адрес журналистов звучал упрек в том, что они не хотят утруждать себя анализом информации и поиском дополнительных сведений. Отмечалось также, что работники редакций перепечатывают под своей фамилией предоставленную организацией информацию, причем иногда это делается некорректно либо вовсе неграмотно. По мнению пресс-секретарей, одной из основных проблем современных СМИ является недостаточный профессиональный уровень журналистов, в большей степени это касается молодых специалистов. Так, например, в ходе проведения брифингов и пресс-конференций журналисты демонстрируют низкий уровень владения темой, не могут лаконично и грамотно сформулировать вопросы, невнимательно слушают спикеров, это приводит к недостаточно квалифицированному анализу полученной информации и ее искажению при передаче общественности.

Проблема некорректной интерпретации информации остается актуальной, так же как и увлечение журналистов поверхностными и малозначимыми вопросами, в то время как существенная информация оказывается вне их интереса. Некоторые журналисты отдают предпочтение негативной информации, сенсационным и «жареным» фактам. Проблемой оказывается встречающаяся необъективность редакционной политики, предубежденность ряда СМИ, публикация без согласования непроверенных данных. Последствием некорректного преподнесения материалов становится периодическое выдвижение пресс-службами требований опубликовать опровержение информации.

Пресс-секретарями государственных органов также были обозначены проблемы недостатка профессиональной активности ряда журналистов, а также отмечена высокая частота сменяемости сотрудников в некоторых СМИ, в то время как формирование пула разбирающихся в проблеме и знающих историю вопроса журналистов требует времени. С другой стороны, отмечено, что и сами пресс-службы не всегда достаточно активны в коммуникации с журналистами, несколько замкнуты в профессиональном общении и испытывают проблемы с построением эффективного диалога.

Развитие социально-политических и социально-экономических процессов в стране и мире, бурный рост информационных технологий приводят к бы-

стрым изменениям в подходах к функционированию пресс-служб. По мнению пресс-секретарей, важной тенденцией становится рост использования пресс-службами ресурсов онлайн-коммуникации, в том числе социальных сетей, а также работа с блогерами и экспертами. Благодаря этому пресс-службы становятся более мобильными и оперативнее реагируют на вызовы времени.

Руководители пресс-служб отметили, что особенно важен рост востребованности профессии пресс-секретаря, повышение ее престижности и статусности. Особенно заметно данная тенденция стала проявляться в последние несколько лет.

Помимо прочего руководители пресс-служб высказали рекомендации молодым специалистам, приходящим на работу в структуры по связям с общественностью органов государственного управления. По словам специалистов, молодежи необходимо налаживать как можно больше контактов с журналистами, быть открытыми в общении, вести блоги и странички в социальных сетях, уметь взаимодействовать с представителями как государственных, так и негосударственных СМИ. Также юным специалистам следует читать большое количество специализированной литературы, использовать все возможности для повышения квалификации, потому что новые формы, методы и способы работы появляются буквально каждый день.

Студентам профессионалы рекомендуют обязательно приходить в государственные органы на практику. Деятельность пресс-секретаря прежде всего связана не только с коммуникацией, но и со сферой, которую он представляет перед СМИ, ему необходимо в полной мере владеть информацией о специфике этой сферы. Отмечается, что специалисту желательно иметь широкий кругозор, обладать знаниями в области философии, социологии, психологии, политологии, семиотики, лингвистики и других наук коммуникативного цикла.

Очень важно для работников пресс-служб быть коммуникабельными и ответственными, проявлять инициативность и самостоятельность в работе, быть готовыми развивать и внедрять новые, более эффективные формы деятельности, при необходимости принимать на себя дополнительные функции. Необходимо формировать навыки эффективного делового общения, ведения переговоров, аргументированной подачи информации.

Выводы и рекомендации

Генезис общественных связей в органах государственного управления в Республике Беларусь на этом не заканчивается. Круг субъектов, вступающих в процесс деятельности по связям с общественностью, расширяется географически: паблриклейшнз вышел за границы Минска и проявляет себя в регионах (прежде всего на уровне област-

ных исполнительных комитетов). Эволюционируют формы, методы и технологии деятельности по связям с общественностью, которая все больше перемещается в интернет-пространство.

Одновременно с этим остаются и нерешенные проблемы, усугубленные экономическим кризисом 2015–2016 гг.: организации были вынуждены мини-

мизировать численность PR-сотрудников и уменьшить бюджеты этой сферы. Профильные отделы по-прежнему немногочисленны (в ряде организаций за деятельность по связям с общественностью отвечает один человек, а в некоторых эту деятельность совмещают с иными функциями), что свидетельствует о недооценке их значения. Даже при наличии специальной позиции в организационной иерархии деятельность по связям с общественностью зачастую только декларируется, проводится формально в виде отдельных, не связанных между собой акций (в соответствии со второй или даже первой моделями Грюнига-Ханта). Руководители организаций нередко предпочитают направлять усилия на формирование внешнего имиджа в ущерб созданию устойчивой репутации и налаживанию реального диалога с общественностью, а руководители PR-подразделений – внимание направляют на реактивное реагирование на проблемы вместо проактивности и планирования коммуникативной стратегии. Руководители организаций, особенно в регионах, не обладают необходимыми знаниями, касающимися связей с общественностью; на институт публик рилейшнз существенное давление оказывает непрофессиональный дискурс пропаганды и других социальных практик, не имеющих

отношения к связям с общественностью как долгосрочной и диалоговой коммуникацией. Для решения названных проблем необходимы комплексные действия как профессионального сообщества, так и государства. Роль первого заключается в легитимации и распространении моделей должного профессионального поведения, а также в обобщении и продвижении передового опыта, расширении ресурсной базы, повышении статуса исследований. Что касается государства, то дальнейшая эволюция сферы связей с общественностью как социального института непосредственным образом связана с социально-политическими и экономическими условиями в стране, т. е. с ростом экономики, расширением прав и свобод граждан, усилением роли гражданского общества и общественного мнения.

Подытоживая настоящее исследование, отметим, что сегодня структуры по связям с общественностью в органах государственного управления – не посредник между организациями и СМИ (обществом), а полноценный субъект информационного пространства, который участвует в формировании корпоративной коммуникационной стратегии и посредством ее реализации оказывает влияние на информационные потоки, а через них – на общество в целом.

Библиографические ссылки

1. Савицкая Л. А. Адаптация государственных органов управления к белорусской медиасфере в конце XX – начале XXI века (развитие связей с общественностью). Минск : БГУ, 2015.
2. Савицкая Л. А. Этапы становления связей с общественностью в органах управления Республики Беларусь // Весті Нац. акад. навук Беларусі. Сер. гуманіт. навук. 2006. № 5, ч. 1. С. 32–34.
3. Соколов И. Н. Структурная модификация общественных связей (публік рилейшнз) в системе социальной коммуникации : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Минск, 2002.
4. Пресс-служба [Электронный ресурс] // Главное управление внутренних дел Минского горисполкома. URL: <http://www.guvd.gov.by/otherunit/press/> (дата обращения: 02.05.2017).
5. Цели и задачи [Электронный ресурс] // Национальный пресс-центр Республики Беларусь. URL: <http://www.bpc.by/targets> (дата обращения: 02.05.2017).
6. Роль и значение общественных связей в управленческом процессе : тез. докл. и вступ. к респ. науч.-практ. конф. (Минск, 29 июня 2001 г.). Минск : Национальный пресс-центр Республики Беларусь ; Академия управления при Президенте Республики Беларусь ; БГУ, 2001.
7. Современные коммуникационные технологии в государственной информационной политике : докл. и вступ. на науч.-практ. конф. (Минск, 25 июня 2003 г.). Минск : Институт социально-психологических исследований, 2003.
8. Указ Президента Республики Беларусь № 65 от 06.02.2009 г. «О совершенствовании работы государственных органов, иных государственных организаций со средствами массовой информации» [Электронный ресурс]. URL: <http://belarus.newsby.org/2009/02/06/text4967.htm> (дата обращения: 02.05.2017).
9. Указ Президента Республики Беларусь № 60 от 01.02.2010 г. «О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=P31000060> (дата обращения: 02.05.2017).
10. Указ Президента Республики Беларусь № 40 от 13.02.2017 г. «Об оптимизации Администрации Президента Республики Беларусь» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pravo.by/document/?guid=12551&p0=P31700040&p1=1> (дата обращения: 02.05.2017).

References

1. Savitskaya L. A. [Adaptation of state administration bodies to the Belarusian media sphere in the late XX – early XXI century (development of public relations)]. Minsk : BSU, 2015 (in Russ.).
2. Savitskaya L. A. [Stages of formation of public relations in state administration bodies of the Republic of Belarus]. *Proc. of the Nat. Acad. of Sci. of Belarus. Ser. of Humanit.* 2006. No. 5, part 1. P. 32–34 (in Russ.).

3. Sokolov I. N. [Structural modification of public relations in the system of social communication] : diss. abstr. ... PhD (philol.) : 10.01.10. Minsk, 2002 (in Russ.).
4. [Press office. Main Department of the Ministry of Internal Affairs of Minsk City Executive Committee]. URL: <http://www.guvd.gov.by/otherunit/press/> (date of access: 02.05.2017) (in Russ.).
5. [Goals and objectives. National Press Center of the Republic of Belarus]. URL: <http://www.bpc.by/targets/> (date of access: 02.05.2017) (in Russ.).
6. [Role and Importance of Public Relations in the Management Process] : theses of present of speeches of the sci. and pract. conf. (Minsk, 29 June, 2001). Minsk : Natsional'nyi press-tsentr Respubliki Belarus' : Akademiya upravleniya pri Prezidente Respubliki Belarus' ; BGU, 2001 (in Russ.).
7. [Modern communication technologies in the state information policy] : present and speeches on the sci. and pract. conf. (Minsk, 25 June 2003). Minsk : Institut sotsial'no-psikhologicheskikh issledovaniy, 2003 (in Russ.).
8. [Decree of the President of the Republic of Belarus No. 65 dated 06.02.2009. «On the improvement of the work of state bodies, other state organizations with the mass media»]. URL: <http://belarus.newsby.org/2009/02/06/text4967.htm> (date of access: 02.05.2017) (in Russ.).
9. [Decree of the President of the Republic of Belarus No. 60 dated 1 February 2010 «On measures to improve the use of the national segment of the Internet»]. URL: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=P31000060> (date of access: 02.05.2017) (in Russ.).
10. [Decree of the President of the Republic of Belarus No. 40 dated 13.02.2017 «On Optimization of the Administration of the President of the Republic of Belarus»]. URL: <http://www.pravo.by/document/?guid=12551&p0=P31700040&p1=1> (date of access: 02.05.2017) (in Russ.).

*Статья поступила в редколлегию 25.05.2017.
Received by editorial board 25.05.2017.*

УДК 070.41

ЭПИСТОЛЯРНАЯ РИТОРИКА В КОНТЕКСТЕ ЭПИСТОЛОГРАФИИ

М. Б. ТОКТАГАЗИН¹⁾

¹⁾Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилёва,
ул. Сатпаева, 2, 010008, г. Астана, Казахстан

Обосновывается введение инновационного термина «эпистолярная риторика» в контексте применения риторики как особой формы эпистолярной коммуникации. Эпистолярная риторика рассматривается в качестве особой формы эпистолярной коммуникации, поскольку приемы и методы ораторского искусства используются при составлении содержания письма, вместе с тем автор преследует цель убеждения собеседника в чем-либо с помощью письменной формы отложенного диалога (соответственно, следует говорить об эпистолярной риторике как об искусстве убеждения письмом). Высказывается мнение о том, что в современном мире одновременно с развитием современных коммуникационных технологий возрастает и роль эпистолярной риторики, так как человечество в основном переходит на формат письменной коммуникации в интернет-пространстве. Изучается понятие риторики, ее современное положение среди других научных дисциплин. Обосновывается применение термина «эпистолярная риторика», дается его определение. Выявляется роль эпистолярной риторики в современной письменной коммуникации. Подчеркивается, что до настоящего времени риторика изучалась в контексте прикладной дисциплины, однако понимание применения эпистолярной риторики в письме, а тем более в современной коммуникации изучены не были.

Ключевые слова: риторика; эпистолярная коммуникация; эпистолярная риторика; эпистолография; неориторика.

EPISTOLARY RHETORIC IN THE CONTEXT OF EPISTOLOGRAPHY

М. Б. TOKTAGAZIN^a

^aL. N. Gumilyov Eurasian National University, 2 Satpaev Street, Astana 010008, Kazakhstan

This article discusses substantiates the innovative introduction of the term «epistolary rhetoric» in the context of the use of rhetoric as a special form of epistolary communication. The author examines the epistolary rhetoric as a particular form of epistolary communication, as the tools and techniques of rhetoric used in the preparation of the content for purposes inherent in the rhetoric is the belief of the interlocutor in something using the written form of a deferred dialogue. Therefore, we need to talk about epistolary rhetoric as the art of persuasion letter. In the modern world, with the development of modern communication technologies, the role of epistolary rhetoric is increasing, as humanity generally passes into the format of written communication in the space of the Internet. The purpose of the study was to explore the concept of rhetoric, its current position among other scientific disciplines, to justify the definition and use of the term «epistolary rhetoric» to identify the role of the epistolary rhetoric in modern written communication. The novelty of the article lies in the fact that to date, the rhetoric has been studied in the context of an applied discipline, many, however, the understanding of the use of epistolary rhetoric in the letter, and especially in modern communication have not been explored. The content of the article will be useful to journalists, historians, researchers of the epistolary genre, literary critics.

Key words: rhetoric; epistolary communication; epistolary rhetoric; epistolography; neo-rhetoric.

Образец цитирования:

Токтагазин М. Б. Эпистолярная риторика в контексте эпистолографии // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 68–72.

For citation:

Toktagazin M. B. Epistolary rhetoric in the context of epistolography. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 68–72 (in Russ.).

Автор:

Муратбек Балкыбекович Токтагазин – кандидат филологических наук, доцент; доцент кафедры печати и издательского дела факультета журналистики и политологии.

Author:

Muratbek B. Toktagazin, PhD (philology), docent; associate professor at the department of printing and publishing, faculty of journalism and politics.
muratbek_63@mail.ru

Искусство риторики – одно из наиболее древних умений обращения со словом и речью, которое известно человечеству. По этому поводу Аристотель писал: «Риторика – искусство, соответствующее диалектике, так как обе они касаются таких предметов, знакомство с которыми может некоторым образом считаться общим достоянием всех и каждого и которые не относятся к области какой-либо отдельной науки. Вследствие этого все люди некоторым образом причастны к обоим искусствам, так как всем в известной мере приходится как разбирать, так и поддерживать какое-нибудь мнение, как оправдываться, так и обвинять. В этих случаях одни поступают случайно, другие действуют в соответствии со своими способностями, развитыми привычкой» [1, с. 8].

Риторикой называют филологическое умение строить свою речь таким образом, чтобы она воздействовала на сознание слушателя. В первую очередь риторика – это красноречие, владение ораторским искусством, логикой, средствами художественной выразительности, а также умение уместно и эффективно применять эти навыки [2, с. 15].

Первоначально термин «риторика» применялся исключительно к устному выступлению и означал использование приемов вербального и невербального воздействия речи на сознание и подсознание собеседника или аудитории в целях убеждения их в верности постулатов, которые выдвигает и доказывает с помощью риторических приемов оратор. Однако со временем семантическое поле данного термина расширилось и в настоящий момент под риторикой принято подразумевать искусство владения убедительной, художественно выразительной речью не только на ораторской трибуне, но и в прозаическом письменном варианте.

Впервые термин «риторика» был введен в употребление в Древней Греции представителями школы софистов, в рамках которой шло обучение искусству красноречия. С этой целью софисты разрабатывали собрание грамматических и синтаксических правил, которое могло быть использовано для создания и применения определенных приемов риторики.

Искусство слова развивалось с участием таких мыслителей, как Квинтилиан, Цицерон, Аристотель. В Средневековье риторика успешно использовалась и развивалась в рамках христианства. Расцвет риторики как искусства пришелся на IV–V вв. н. э. Следует особо отметить ораторское искусство итальянских деятелей эпохи Возрождения Кастильоне и Бембо. В результате противопоставления научного (латинского) и народного (итальянского) языков стала развиваться теория трех стилей [2, с. 21].

В России вплоть до времен Петра I распространено было только духовное красноречие, которое с XVII в. традиционно преподавали на латыни в юго-западных духовных школах. Истинная рито-

рика в значении «искусство красноречия» и вне связи с латынью появилась в России в трудах М. В. Ломоносова «Риторика» (1748) и «Рассуждение о пользе книг церковных» (1757).

В современности определение понятия «риторика» варьируется и может употребляться в широком или узком смысле [3, с. 44]. Во втором случае под риторикой подразумевается название филологической дисциплины, которая изучает теорию феноменологии и методологии искусства красноречия, речевые конструкции, а также применение приемов и методов выразительной речи во всех возможных областях человеческой деятельности. Прежде всего здесь подразумевается использование приемов риторики в устных и письменных видах речевой деятельности. В широком смысле речь идет о риторике, неориторике (термин был введен в научную терминологию в 1958 г. профессором свободного университета Брюсселя Х. Перельманом [4, с. 207]) или общей риторике как о науке, которая специализируется на практическом применении методов и способов выразительной речи, а также разрабатывает новые методы и способы, опираясь в первую очередь на такие научные дисциплины, как семиотика, психолингвистика, герменевтика, лингвистика текста, теория речевой деятельности и т. д. Таким образом, неориторику можно назвать междисциплинарной наукой, которая объединяет в себе в практическом аспекте теоретические положения лингвистики, философии, этики, логики, психологии, философии, эстетики, теории литературы и других наук.

Современная неориторика, если придерживаться широкого взгляда на понимание данного термина, в первую очередь возрождает традиционное назначение этой области знаний: она должна быть средством убеждения, использующим разнообразные методики, приемы и способы воздействия на сознание и подсознание собеседника или аудитории с помощью устной или письменной выразительной речи.

Главная задача неориторики заключается в поиске и практическом применении оптимальных алгоритмов коммуникации, которые позволяют добиться начальной цели коммуникационного процесса. Так, например, в неориторике проводятся исследования соотношения ролей участников диалога или монолога, основные механизмы построения речи, психологические особенности коммуникации и т. д.

Риторика призвана обучать своих последователей правильной коммуникации, умению логично, эффективно, доступно и убедительно доносить свою мысль, употреблять необходимую лексику, правильно осуществлять речевую деятельность при использовании риторических навыков как в повседневной жизни, так и в деловом общении или при выступлении перед аудиторией с различным количеством слушателей. В любом случае

главный субъект риторики – человек и его речевая деятельность. Внимание риторики уделяется как устному, так и письменному вариантам общения, но в большей степени – именно живому, устному контакту.

В настоящий момент считается, что риторика исторически является не наукой, а искусством, которое по степени выразительности и частоты использования речевых средств можно сравнить с актерской игрой и поэтическим искусством. В этом плане риторику можно назвать своего рода речевой импровизацией, которая опирается на творческие способности коммуникантов и основана на эстетическом наслаждении, получаемом от самого процесса разговора. Следует отметить, что риторика, таким образом, является комплексной дисциплиной, которая фактически находится на периферии культуры и науки, имеет черты искусства, культурного феномена, но использует принципы научного исследования.

Многие люди наделены природным даром красноречия, которое можно развить путем постоянной практики. Также, как отмечают Ю. В. Рождественский, Е. А. Ножин, Н. Н. Кохтев, каждый человек способен самостоятельно развивать в себе риторические навыки [5, с. 183].

Однако стоит учитывать, что риторика может опираться не только на устный, но и на письменный контакт. В связи с этим можно говорить о том, что люди, которые не обладают искусством устного выступления, могут оказаться талантливыми риториками в плане письменного общения.

Как указывает Ю. Лотман, современная семиотика может рассматривать риторику с трех основных позиций [6, с. 404]:

1) в соответствии с лингвистическим подходом риторика является дисциплиной, которая определяет принципы построения устной или письменной речи на сверхфразовом уровне;

2) с точки зрения поэтической семантики риторика занимается изучением типологии переносных значений (раздел риторики, называемый «риторикой фигур»);

3) в рамках поэтики текста риторика исследует внутритекстовые соотношения слов и фраз, а также изучает социальное функционирование текстов как целостных семиотических образований. Этот подход и положен в основу современной общей риторики (неориторики).

В настоящем исследовании попытаемся выявить роль приемов риторики в образцах эпистографии, т. е. в публицистических, художественных и документальных переписках.

Письмо является особой жанрово-стилистической формой отложенной коммуникации. Основное свойство письма – осуществление отложенного диалога между адресатом и адресантом при отсутствии личного контакта.

Эпистолярный стиль как форма личной коммуникации в письменной речи человека в настоящий момент занимает незначительное, с точки зрения современных исследователей, место. Письмо, как образец письменной речи, в основном представляет собой использование обиходных речевых средств, которые адресант формирует исходя из практики взаимоотношений с адресатом. Как правило, личная переписка ведется с друзьями, родственниками, знакомыми, что делает письмо в плане использования средств выразительности более бедным, чем публицистический текст, художественное произведение или устная речь.

Следует уточнить, что эпистолярный жанр, как один из жанров письменной коммуникации, представляет собой наиболее удобную для человеческой личности форму выражения внутреннего мира [5, с. 184]. Письмо, как отражение мировоззрения и позиции мирозерцания, использовалось индивидуумом в различных целях и формах: как средство художественной выразительности в литературных произведениях, как биографический элемент. Имели место этический и дидактический характеры речи, а также ее назначение. В общем плане письмо служило различным целям и задачам осуществления письменной речевой коммуникации адресанта и адресата.

В определенные исторические периоды составление писем считалось одной из форм отражения словесного искусства, поскольку этот процесс подчиняется законам и стилистическим нормам риторики, так же как и любая другая устная или письменная речевая деятельность человека.

Один из первых образцов применения произведений эпистолярного жанра, созданных по законам дидактики, – художественная проза публицистики и дидактики. Именно к этому роду можно отнести эпистолярные произведения, которые дошли до нас из Древней Греции: сочинения, оформленные как письма, и сами письма Платона, Аристотеля, Исокриты, являющиеся образцом применения риторики, ее методов и приемов в эпистографии. Письма философов рассказывали о мировоззрении и взглядах авторов относительно политики, экономики, мироустройства, социальных проблем и их решений. Произведения содержали точку зрения адресантов на социальные реалии времени. Так, например, в письмах Аристотеля содержатся философские рассуждения на тему нравственности, искусства управления государством.

С течением времени письма становились отдельным образцом применения словесного мастерства – риторики. Они были эффективным способом осуществления отложенной коммуникации между общественными деятелями, мыслителями, философами, деятелями церкви. Таким образом, целесообразно говорить о введении термина «эпис-

толярная риторика», под которым понимается применение приемов, методов и способов убеждения, стилистических техник риторики в письмах.

Стилистически эпистолярная риторика достаточно сильно отличается от устного применения методологии искусства слова, поскольку устная публичная ораторская речь требует от человека использования одних приемов риторики и стилистического оформления своей речевой деятельности, а письменная – совсем других. Эпистолярная риторика в первую очередь отличается краткостью, емкостью, простотой и эмоциональной выразительностью, в ней могут применяться просторечия и обценная лексика, поскольку главное назначение письма – это письменное воздействие на адресата.

Специфичность применения риторики в эпистолярной состоит в том, что в этом случае риторика подвержена влиянию самого эпистолярного жанра. В частности, эпистолярная риторика будет приобретать интимную, личную интонацию, поскольку письмо – это прежде всего образец личного диалога, а не монолога оратора перед аудиторией.

Содержательно и композиционно эпистолярная риторика подчинена общему требованию составления писем: письмо должно быть кратким и емким, сжатым и максимально эффективным с точки зрения речевого воздействия.

По замечанию Ю. М. Лотмана, риторика подчиняется общим требованиям трафарета письма, в частности, начало и конец произведения должны быть написаны в соответствии с принятым образцом [6, с. 405]. Письмо начинается с сообщения имени автора, затем следует имя адресата, после начинается приветственная часть как выражение вежливости по отношению к адресату. В основной части письма эпистолярная риторика может быть применена полноценно, с использованием всех техник, методик и приемов воздействия на сознание адресата текста. Заканчивается письмо заключительной частью рамочного обрамления, которая состоит из этикетной формулы завершения ком-

муникации, подписи автора, даты, постскриптума (если автор сочтет его необходимым).

Риторика систематизировала и выделила 21 тип писем, при этом название каждый тип получал в соответствии с основной мыслью письма, для каждого устанавливался определенный трафарет. Письма разделялись на дружеские, рекомендательные, пренебрежительные, утешительные, упрекающие, порицающие, вразумляющие, угрожающие, хулильные, хвалебные, совещательные, просительные и т. д. При этом письмо может объединять в себе несколько типов.

В Античности практически все письма были открытые, т. е. письмо, которое один человек посылал другому, могло быть доступно для прочтения практически любому человеку (особенно близкому кругу знакомых), поэтому в письмах в то время соблюдались все принципы риторики, т. е. применялась эпистолярная риторика.

В дальнейшем искусство красноречия в эпистолярном жанре продолжало развиваться, однако сегодня исследователи говорят о смерти письма как такового и о том, что риторика перестала быть востребованной как искусство убеждения и имеет, скорее, прикладное значение для бизнес-целей. Тем не менее, по нашему мнению, письмо в современных условиях перешло в формат интерактивного пространства [7] и сблизились с устным процессом коммуникации, поскольку при таком уровне развития коммуникационных технологий адресант практически мгновенно может получить ответ от адресата [21].

Следует отметить, что современная реальность диктует инновационные подходы к пониманию феномена эпистолярной и эпистолярной риторики, поскольку в настоящий момент человек сталкивается с проблемой использования инновационных, современных средств коммуникации, что делает необходимым пересмотр терминологического аппарата в отношении эпистолярной риторики и эпистолярного жанра.

Библиографические ссылки

1. Аристотель. Риторика / пер. Н. Платоновой. М. : Азбука-Классика, 1978.
2. Леммерман Х. Учебник риторики. Тренировка речи с упражнениями / пер. с нем. С. Т. Бугло. М. : Интерэксперт, 1999.
3. Ковалева Н. А. Аннотированная программа дисциплины модуля «Эпистолярный жанр в коммуникативно-речевом аспекте». М., 2010.
4. Перельман Х., Олбрехт-Тытека Л. Новая риторика: трактат об аргументации. М. : Прогресс, 1987.
5. Докторович И. С. Письмо как эпистолярный жанр в композиционно-речевой структуре разговорного языка // Университетские чтения : сб. тр. конф. (Пятигорск, 12–13 янв. 2009 г.) Пятигорск, 2009. Ч. 5. С. 183–190.
6. Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб. : Искусство-СПб, 2005.
7. Гусейнов Г. Другие языки: заметки к антропологии русского Интернета. Особенности языка и литературы сетевых людей [Электронный ресурс] // Журнальный зал. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (дата обращения: 15.02.2017).
8. Трофимова Г. Н. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01. М. : РУДН, 2004.

References

1. Aristotle [Rhetoric]. Moscow : Azbuka-Klassika, 1978 (in Russ.).
2. Lemmerman H. [Textbook of rhetoric]. Moscow : Interekspert, 1999 (in Russ.).
3. Kovaleva N. A. [Annotated subject program module «Epistolary genre in the communicative-linguistic aspect»]. Moscow, 2010 (in Russ.).
4. Perelman H., Albrech-Tyteca L. [The new rhetoric: treatise on argumentation]. Moscow : Progress, 1987 (in Russ.).
5. Doctorevich I. S. [Letter as an epistolary genre in the composite Linguistic structure of spoken language] *Universitetskie chteniya* [University of reading] : collect. of works (Pyatigorsk, 12–13 January, 2009). Pyatigorsk, 2009. Part 5. P. 183–190 (in Russ.).
6. Lotman Y. M. [Art]. Saint Petersburg : Iskusstvo-SPB, 2005 (in Russ.).
7. Guseinov G. [Other languages: notes for anthropology of the Russian Internet. The features of the language and literature of the network of people]. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (date of access: 15.02.2017) (in Russ.).
8. Trofimov G. N. [The functioning of the Russian language in the Internet: conceptual and ontological dominant] : thesis of diss. ... dr. of sci. (philol.) : 10.02.01. Moscow : PFUR, 2004 (in Russ.).

*Статья поступила в редколлегию 28.04.2017.
Received by editorial board 28.04.2017.*

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

THEORY AND PRACTICE OF FOREIGN MASS MEDIA

УДК 004.77:070

ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЕ ФОРМЫ РАДИОВЕЩАТЕЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В УКРАИНЕ В 1930-х гг.

М. В. НАГОРНЯК¹⁾

¹⁾Институт журналистики Киевского национального университета им. Тараса Шевченко,
ул. Мельникова, 36/1, 04119, г. Киев, Украина

Отмечено, что зарождение радиовещательной коммуникации в Украине в 1930-х гг. ознаменовалось выработкой целого ряда форм приобщения рядового радиослушателя к ознакомлению с информацией из различных сфер общественной жизни. Анализируются сущность, структура, идеологическая направленность наиболее выразительных форм радиокommunikации. Доказано, что появление в исследуемый период радиогазет, радиобесед, радиомитингов, радиозвукофильмов и других радиопрограмм является первым признаком установления обратной связи со слушательской аудиторией. Представлено авторское видение закономерной трансформации первоначальных форм радиовещательной коммуникации в интерактивную деятельность современных украинских интернет-радиостанций. Отмечено, что широкое использование принципов общения со слушателями в 1930-х гг. может существенно разнообразить жанровую палитру отечественных радиостудий нового образца.

Ключевые слова: радиовещательная коммуникация; формы коммуникации; радиогазета; радиобеседа; радиозвукофильм; радиомитинг.

Образец цитирования:

Нагорняк М. В. Первоначальные формы радиовещательной коммуникации в Украине в 1930-х гг. // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 73–78.

For citation:

Nahorniak M. V. Initial forms of radio broadcasting communications in Ukraine in the 1930s. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 73–78 (in Russ.).

Автор:

Майя Владимировна Нагорняк – кандидат филологических наук, доцент; доцент кафедры телевидения и радиовещания.

Author:

Mayya V. Nahorniak, PhD (philology), docent; associate professor at the department of television and radio.
maya_nag@ukr.net

INITIAL FORMS OF RADIO BROADCASTING COMMUNICATIONS IN UKRAINE IN THE 1930s

M. V. NAHORNIAK^a

^a*Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, 36/1 Melnikova Street, Kyiv 04119, Ukraine*

The emergence of radio communication in Ukraine in the 1930s was marked by the production of a number of forms of communion the ordinary listener to familiarize with the information from different spheres of public life. Examines the nature, structure, ideological orientation of the most expressive forms of communication. It is proved that radio newspaper for all without an exception of categories of the original population, talk radio, radiomeeting, radio talk film became the primary manifestation of the feedback from the listening audience. Presents the author's vision of the laws of transformation of the original form of radio communication in the interactive activities of the current Ukrainian radio stations. The widespread use of the principles of communication with listeners in 1930s has, no doubt, to diversify the genre palette of the domestic radio of the new sample.

Key words: radio broadcasting communication; forms of communication; radionewspaper; talk radio; radio talk film; radiomeeting.

Введение

Радиовещательная коммуникация представляет собой процесс зарождения, установления и дальнейшего углубления взаимосвязи радио и слушательской аудитории с помощью донесения до реципиента информации различными способами. Подобные связи крайне важны для того, чтобы слушатель мог получать новости высокого качества, касающиеся всех сфер общественной жизни. Налаживание коммуникационных контактов между радиостудиями и слушателями позволяет выявить и четко определить информационные потребности, запросы аудитории. Эти задачи ставят перед собой украинские радиостанции нового образца, работающие на самых современных технологических платформах.

За время становления радиовещательной коммуникации Украины были выработаны эффективные и действенные формы работы в информационном, аналитическом, художественно-публицистическом видах вещания. Особого внимания заслуживают первоначальные формы коммуникации на радио, использовавшиеся в 1930-х гг., поскольку по содер-

жательной насыщенности, структурному разнообразию, интерактивности они заслуживают того, чтобы быть внедренными в современную повседневную практику радио. Это и обуславливает актуальность нашего исследования.

Вопросы становления и развития форм и способов радиовещательной коммуникации рассматривались украинскими и зарубежными исследователями радиожурналистики и радиокоммуникаций В. Я. Миронченко, В. П. Олейником, Н. И. Прокопенко, В. В. Лизанчуком, О. Я. Гояном, Э. Г. Багировым, В. Н. Ружниковым, А. А. Шерелем, Л. Д. Болотовой и др.

Цель статьи – выявить первоначальные формы радиовещательной коммуникации Украины в 1930-х гг. и доказать, что они ознаменовали зарождающуюся обратную связь со слушательской аудиторией; продемонстрировать, что их широкое использование заслуживает изучения, а сами эти формы общения с потребителями информации – дальнейшего внедрения в деятельность отечественных интернет-радиостанций.

Основная часть

Чтобы понять, насколько пристальным было внимание общества к радио в 1930-х гг., и определить, как вырабатывались формы и методы взаимодействия со слушателями, выясним основные особенности исследуемого исторического периода. Вне сомнений, становление украинского радиовещания тесно связано с общей историей страны, входившей тогда в состав СССР. Указанный отрезок времени стал периодом трагических последствий Октябрьского переворота и гражданской войны – почти 7 лет смуты довели Украину до крайне тяжелого состояния. Кроме того, в 1930-х гг. был взят курс на коллективизацию и индустриализацию, что в итоге привело к голодомору 1932–1933 гг. Наблюдались обороты политические репрессии сталинско-

го тоталитарного режима. Вследствие этого усиливалось влияние национальных идейно-политических движений.

В таких сложнейших общественных условиях радио внедрялось в информационное пространство государства. Важной особенностью данного процесса стало то, что новое средство массовой информации и коммуникации, которое возникло как ответ на общественно-политические потребности страны в 1920-х гг., активно формировало концепцию и принципы своей деятельности. Несмотря на то, что на протяжении 1920-х гг. радио активно опиралось на опыт газет, с момента своего появления оно выявило функциональные преимущества по сравнению с печатными изданиями. Речь идет о таких факторах,

как оперативность донесения информации, удобство и доступность в ее получении, а также эмоциональность контента. Партия и правительство не могли не взять под контроль это уникальное медиа.

В историю радиовещания 1930-е годы вошли как период длительного и достаточно болезненного приобретения радио собственного творческого облика, установления принципов организаторской деятельности, выработки первоначальных форм коммуникации, что в еще большей степени подчеркивало своеобразие этого СМИ. Четкую характеристику ему дал украинский ученый Н. И. Прокопенко: «Удачно использовав и развив традиции партийной и советской прессы, радио раскрыло свои огромные организаторские возможности как самое оперативное, массовое, доступное и вездущее средство социальной связи, объединенности и мобилизации» [1, с. 7]. Несмотря на то, что на заре своего становления радиовещание рассматривалось в большей степени как техническое средство связи, а его деятельность была чрезмерно зангажированной, радио выполняло присущие ему функции, в частности функцию информирования людей. Как отмечали украинские исследователи Е. Д. Школьная и Н. Н. Сидоренко, со времени своего появления в 1924 г. радио ежедневно и ежеминутно фиксировало ход событий, фактов, явлений окружающей жизни. По мнению ученых, радиожурналистика, даже пребывая в мощных идеологических тисках и будучи зависимой от тоталитарной системы, пыталась документально отображать жизнедеятельность страны; часто радио оставалось единственным информатором, средством связи людей с миром [2, с. 5].

Ввиду этого остро стоял вопрос о формах донесения информации до слушательской аудитории, способах эффективного общения с людьми. Одной из первых форм радиовещательной коммуникации в Украине стали радиогазеты, появившиеся в 1920-х гг. и представлявшие собой прочитывание в эфире разных по объему и содержанию газетных

материалов, которые для удобства наклеивались на плотную бумагу. Благодаря этому перекладывание в эфире страниц радиогазеты происходило без лишних звуков.

Безусловно, чтение длинных газетных передовиц не могло происходить постоянно. В 1930-х гг. радиогазеты постепенно стали приобретать признаки аудиального медиа. Так, в 1930 г. редакция издания «Робітнича радіогазета» имела в штате около 500 рабселькорров, которые готовили сообщения в эфир. Ежедневная практика вещания убеждала в том, что текстам необходимо придавать своеобразный вид, чтобы они становились более популярными среди рядовых граждан. Безусловно, в те годы тексты сообщений, выходивших в эфир, не являлись образцом журналистского творчества, но все-таки им уже была свойственна открытость, эмоциональность, т. е. те характеристики, на которых зиждется радиоматериал.

Реакция на подобное новшество оказалась мгновенной: слушатели стали массово писать в радиоцентры письма, в которых восхищались передачами. Благодаря этому в указанный период появилось понятие «редакционная почта». Таким образом, в 1930-х гг. было положено начало осуществлению обратной связи «радио – слушатель – радио». Эйфория, связанная с новым медиа, привела к появлению радиогазет во многих городах Украины: Харькове, Одессе, Днепропетровске, Артемовске и др.

Крайне важным было то, что радиогазеты имели универсальный характер, т. е. предназначались всем категориям граждан без исключения. Это четко прослеживается в программах пересылок (программах передач) украинских радиоцентров того времени. Рассмотрим, например, программу пересылок Киевского радиоцентра (на волне 800 м) за 2 февраля 1930 г. и для большей наглядности сравним ее с программами Артёмовского радиоцентра (на волне 370 м) за тот же день и Днепропетровского радиоцентра (на волне 483 м) за 3 февраля 1930 г. (см. таблицу).

Программа пересылок Киевского, Артёмовского и Днепропетровского радиоцентров

The program of shipments of Kiev, Artemovsk and Dnepropetrovsk radio center

Киевский радиоцентр	Артемовский радиоцентр	Днепропетровский радиоцентр
12:00. Рабочий полдень 13:00. Сельский час 14:10. Крестьянский концерт 15:00. Час женщины-крестьянки 15:30. Цикл «Социалистическое строительство на селе» 16:00. Концерт оперной музыки. (В программе: Вагнер, Глинка, Россини, Верди, Бородин и Римский-Корсаков при участии симфонического оркестра радиоцентра и артиста Бронзова) 17:00. Крестьянская радиогазета 18:00. Рабочая радиогазета 19:00. Политобзор 19:30. Концерт из радиотеатра	17:30. Доклад Правительства СССР – трансляция из Москвы 18:00. Рабочий факультет по радио 18:30. Крестьянская радиогазета 19:20. Полчаса батрака и рабочего совхоза 20:00. Украинская музыка в творчестве российских композиторов 21:30. Календарь исторических событий	08:40. Пересылка для заводов 17:00. Лекция «Физкультура школьника зимой» 17:25. Последствия декадной проверки выполнения промфинпланов 17:50. Рабфак 18:30. Комсомольская радиогазета 19:15. Курсы украинского языка (история литературы) 20:00. Концерт (развлечения) 22:00. Последние новости

Как видим, тематика программ охватывала информационные потребности и интересы всех категорий населения, независимо от пола, возраста, социального статуса, профессиональной принадлежности и т. д. Это свидетельствует о том, что уже в тот период закладывались основы для установления связи с радиослушателями, привлечения их к обсуждению и созданию в дальнейшем информационного продукта.

В плане тематической наполненности эфира заслуживают особого внимания такие формы вещания, как курсы украинского языка и украиноведения. Проявление интереса к родному языку, усовершенствование знаний, повышение грамотности – все это означало реализацию просветительской функции радио, его неизменную заботу об интеллектуальном уровне своих слушателей. Указанная форма прививала рядовым гражданам чувство патриотизма, что является чрезвычайно актуальным и в период системных общественно-политических трансформаций Украины в XXI в.

Нельзя не отметить и тот факт, что радиовещание не оставалось безучастным к потребностям представителей других национальностей. В частности, в программе пересылок находим такие передачи, как «Польская радиогазета» и «Польский литературно-музыкальный вечер», «Еврейская радиогазета» и «Еврейский литературно-музыкальный вечер», «Этнографическо-восточные элементы в российской симфонической музыке», «Концерт белорусской и советской камерной певницы Ирмы Яунзен» и многое другое.

Формы передач были достаточно разнообразными, хотя и тяготели к монологизации.

Эфир наполняли многочисленные доклады на важные политические и экономические темы, трансляции выступлений партийных деятелей и правительства, лекции специалистов, радиобюллетени и т. д. Подобные формы вещания в большей степени объясняются спецификой общественной ситуации того времени, связанной с пристальным вниманием власти к радио, желанием подчинить себе этот весьма удобный и дешевый вид медиа. Наряду с монологическими существовали и диалогические формы вещания, реализовывавшиеся в программах «Беседа с радиослушателями», «Радиомитинг по вопросу подготовки новых кадров в угольной промышленности Донбасса», «Журнал “Радиодошкольник”», «Дети перед микрофоном», «Час женщины-работницы», «Концерт по заявкам радиослушателей», «Радиопочтовый ящик» и др. Хотя перечисленные передачи едва ли смогут сравниться с современными в плане применения интерактивных способов и приемов радиовещания, но важным является то, что именно диалогические формы 1930-х гг. положили начало развитию всей жанровой системы украинского информационного, аналитического и художественного вещания.

Подчеркнем, что с начала 1930 г. в Украине ежемесячно выходил в печать журнал Всеукраинской радиоуправы «Радіо. Мовлення. Слухання. Техніка. Аматорство». В передовой статье первого номера говорилось о том, что дела радиофикации, радиовещания и радиотехники настолько новы, что требуют самого пристального внимания, аккумуляирования вокруг них общественного мнения, заинтересованности и поддержки [1, с. 1]. И это были не просто слова: практически в каждом номере радиогазеты жестко критиковались. В статье «Радиогазеты – на суд радиообщественности» автор С. В. Малышев отмечал: «Рабочие радиогазеты в основном состоят из политической информации, информации из-за границы и по Советскому Союзу, что можно найти в любой печатной газете; немного сообщений о работе местной промышленности и еще меньше сообщений радиорабкорров. Радиорабкорры сообщают, что у них молчит громкоговоритель. Вот и все. Очевидно, что такая газета не отвечает своему предназначению – быть массовой газетой» [3]. К чести автора, он не только критиковал деятельность радиогазет, но и предлагал свое видение того, как повысить качество издания: «Радиогазета станет массовой только тогда, когда она будет тесно связана с рабочей массой. Касательно содержания радиогазет, то они должны отображать ежедневную работу нашей промышленности, жить ежедневными заботами трудящихся, знать их интересы и настроения...» [3].

Обращают на себя внимание и организационные предложения С. В. Малышева. По его мнению, следовало отрегулировать вопрос о кадрах рабочих радиопрессы, работников редакций, организовать хотя бы кратковременные курсы при Всеукраинской радиоуправе. Автор указывал, что слабая подготовка авторов ведет к появлению малоценных сообщений: «Необходимо как можно быстрее созвать в радиоцентрах конференции, после чего немедленно созвать Всеукраинскую конференцию радиокорров» [3, с. 106].

Кроме того, С. В. Малышев подчеркивал, что массовая работа радиогазет не может ограничиваться только перепиской с радиослушателями. Он предлагал внедрять такие виды работы, как выезды отдельных работников редакции на предприятия для проведения бесед и организации радиокорровских кружков, выезды редакции в полном составе, чтобы на основе местных материалов выпустить радиогазету.

Другой автор, Ф. Реусов, в своей заметке «Голосуем» подчеркивал, что радиовещание утвердится лишь тогда, когда будет органично связано со слушанием и этот процесс станет массовым, коллективным, а не индивидуальным. По его мнению, формы радиовещания неудовлетворительны, необходимо искать новые пути, чтобы радио больше привлекало, притягивало людей к длительному слушанию [4, с. 107].

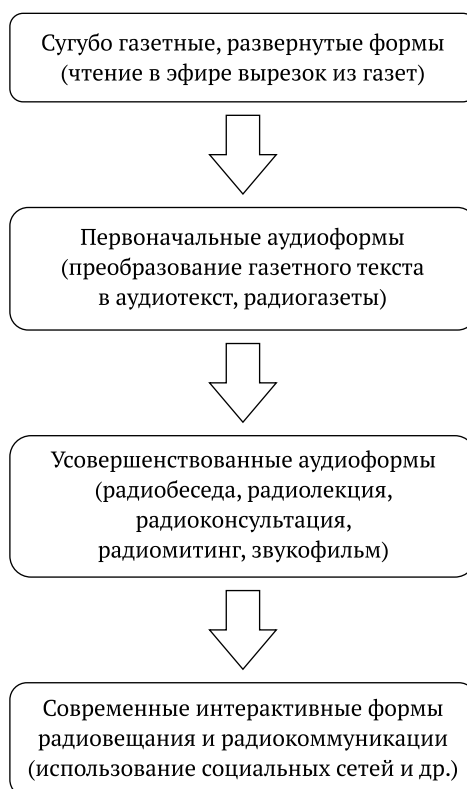
Современный украинский исследователь социальных коммуникаций В. В. Ризун высказывался о том, что именно радио из всех СМИ наиболее эффективно влияет на когнитивные структуры человека. По его мнению, захватывая эмоциональную сферу личности, радио быстро и легко (через развлекательную функцию) действует на разум, не позволяя проанализировать услышанное (ведь невозможно вернуться к сказанному ранее, да и у слушателя не возникает такой потребности, поскольку он подсознательно настроен на скоротечность эфирного потока, но, охваченный развлекательной формой подачи сообщения, теряет бдительность, становится доверчивым) [5, с. 48].

Развитие форм радиовещания 1930-х гг. как раз подтверждает изложенный выше тезис: радио зачастую очень активно пыталось вовлечь слушателей в свою аудиторию, что отвечало пропагандистским задачам того времени.

Вопросы налаживания полной и всеобъемлющей коммуникации с аудиторией ставились настолько серьезно и глубоко, что не возникало сомнений в действенности и эффективности ска-

занного по радио слова. При этом установление контакта проводилось одновременно в двух плоскостях – организационной и журналистско-творческой.

Анализ особенностей первоначальных форм украинской радиовещательной коммуникации 1930-х гг. позволяет сделать вывод о том, что все они в определенной степени подготавливали почву для мощного развития интерактивного компонента современных интернет-станций. С учетом этого нельзя не согласиться с мнением российского ученого В. В. Смирнова, который полагает, что программы передач имели четко выраженную общественную подоплеку и складывались под влиянием общественно-политических задач, дифференцированной направленности программ на разные группы аудитории, а также с учетом освоения возможностей техники, увеличения роста объемов эфирного времени и специфики радиоканала [6, с. 36]. В связи с этим предлагается схема закономерной трансформации первоначальных коммуникационных форм в современные интерактивные формы онлайн-вещания (см. рисунок).



Динамика развития коммуникационных радиоформ
Dynamics of development of communication radio forms

Выводы

Радиовещательная коммуникация Украины прошла долгий и непростой путь развития, охвативший семь десятилетий XX в. и шестнадцать лет XXI в. Безусловно, в каждом историческом периоде

вырабатывалась своя концепция информационного, аналитического и художественно-публицистического радиовещания, выкристаллизовывались определенные формы взаимосвязи со слушателем.

ми. Безусловно, продолжительный процесс становления и непревзойденная жизнеспособность радио засвидетельствовали уникальность этого СМИ.

Изучение первоначальных форм радиовещательной коммуникации 1930-х гг. дает основание утверждать, что деятельность радио именно этого периода создала предпосылки для наполнения реальным содержанием провозглашенной в 1991 г. идеи демократизации вещания как одного из компонентов государственной независимости Украины. В исследуемый промежуток времени радиовещание определялось информационными потребностями и интересами аудитории. Разнообразие первоначальных форм радиовещательной коммуникации означало приближение данного СМИ к потребителю

информации, что можно рассматривать как начало зарождения интерактивного вещания в Украине. Несмотря на митинговый, парадный характер передач того времени, их несовершенную структуру, часто напоминающую композицию газетного материала, и мощную идеологическую составляющую контента, радио укрепило в сознании граждан как неотъемлемый атрибут повседневной жизни.

Опыт радиокommunikации 1930-х гг., несомненно, заслуживает того, чтобы быть использованным в плане внедрения форм вещания в современную практику радиостудий. Этот вопрос становится еще более актуальным, когда речь идет о необходимости нарабатывать механизмы перехода к обществу радио.

Библіографічні посилання

1. Прокопенко Н. И. Организаторская деятельность радиовещания (по материалам украинского радио) : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Киев, 1983.
2. Школьна О. Д. Радіопреса України (20–30-ті рр. XX ст.) // Українська періодика: історія і сучасність : доп. та повідомл. VII Всеукр. наук.-теорет. конф. (Львів, 24–26 жовт. 2003 р.). Львів, 2003. С. 120–126.
3. Малышев С. В. Радиогазеты – на суд радиообщественности // Радио. Мовлення. Слухання. Техніка. Аматорство. 1930. № 1. С. 106.
4. Реусов Ф. Голосуем // Радио. Мовлення. Слухання. Техніка. Аматорство. 1930. № 1. С. 107.
5. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ : Вид. центр «Просвіта», 2008.
6. Смирнов В. В. Формы вещания: функции, типология, структура радиопрограмм. М. : Аспект Пресс, 2002.

References

1. Prokopenko N. I. [Organizational activity of radio broadcasting (according to the materials of the Ukrainian radio)] : thesis of diss. ... PhD (philol.) : 10.01.10. Kyiv, 1983 (in Russ.).
2. Shkolna O. D. [Radiopress of Ukraine (1920–1930-s)]. In: *Ukrains'ka periodyka: istorija i suchasnist'* [Ukrainian periodicals: history and modernity] : materials and proc. VIII all-Ukrainian sci.-theoret. conf. (Lviv, 24–26 Oct., 2003). Lviv, 2003. P. 120–126.
3. Malyshev S. V. [Radio newspapers on the court of radiocommunity]. *Radio. Movlennja. Sluhannja. Tehnika. Amatorstvo*. [Radio. Broadcasting. Hearing. Machinery. Amateurism]. 1930. No. 1. P. 106 (in Russ.).
4. Reusov F. [We voite]. *Radio. Movlennja. Sluhannja. Tehnika. Amatorstvo* [Radio. Broadcasting Hearing. Machinery. Amateurism]. 1930. No. 1. P. 107 (in Russ.).
5. Rizyn V. V. [The theory of mass communication]. Kyiv : Publ. Center «Prosvita», 2008 (in Ukrainian).
6. Smirnov V. V. [Forms of broadcasting: functions, typology, structure of radio programs] Moscow : Aspect Press, 2002 (in Russ.).

Статья поступила в редколлегию 20.03.2017.
Received by editorial board 20.03.2017.

УДК 070(06)

СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ АРАВИЙСКИХ МАССМЕДИА: ОПЫТ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ

МАДЖИД АЛЬ-БОСЛАНИ¹⁾

¹⁾Институт журналистики БГУ,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Беларусь

Рассматривается феномен глобализации информационного пространства, привнесший радикальные и устойчивые перемены в социально-политическую жизнь арабского общества, экономику, политику, идеологию, культуру, средства информации и коммуникации. Отмечено, что в современных исследованиях по данной теме важная роль отводится регионально-типологическому аспекту. Доказывается, что особый научный интерес представляет изучение национальных моделей информатизации общества с точки зрения более глубокого понимания динамики медийного развития стран. Описывается теоретическая модель, построенная на основе реальных характеристик современного информационного пространства стран Аравийского полуострова, которая опирается на целый ряд актуальных факторов. Указано, что страны Аравийского полуострова сохраняют сложное переплетение традиций и современных тенденций. Утверждается, что по ряду показателей экономического развития к концу второго тысячелетия некоторые страны региона приблизились к уровню самых развитых европейских государств (Саудовская Аравия), другие же до сих пор остаются на уровне показателей прошлого века (Республика Йемен).

Ключевые слова: средства массовой информации; коммуникация; речь; коммуникационная политика; страны Аравийского полуострова; общественное мнение.

THE MODERN MODEL OF THE ARABIAN MASS MEDIA: EXPERIENCE OF THE THEORETICALLY SUBSTANTIATE

MAGED AL-BOSLANI^a

^aThe Institute of Journalism, Belarusian State University,
9 Kal'varyjskaja Street, Minsk 220004, Belarus

The globalization of the information space has brought about radical and lasting changes in the socio-political life of Arab society, the economy, politics, ideology, culture, media and communication. In addition, in the field of scientific interest of modern researchers was a regional-typological aspect. Of particular scientific interest is the study of national models of informatization of society in terms of a deeper understanding of the dynamics of media development of countries. The choice of the theoretical model, in the parameters of which the real characteristics of the modern information space of the countries of the Arabian Peninsula are inscribed, is based on a number of actual factors. The countries of the Arabian Peninsula retain a complex intertwining of traditions and modernity, yesterday and today. At the same time, by a number of indicators of economic development, by the end of the second millennium, some of the countries of the region have approached the level of the most developed European states (Saudi Arabia), and other countries still remain in the last century (the Republic of Yemen).

Key words: mass media; communication; speech; communication policy; the countries of the Arabian Peninsula; public opinion.

Образец цитирования:

Маджид аль-Бослани. Современная модель аравийских массмедиа: опыт теоретического обоснования // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 79–83.

For citation:

Maged Al-Boslani. The modern model of the Arabian mass media: experience of the theoretically substantiate. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 79–83 (in Russ.).

Автор:

Маджид аль-Бослани – аспирант кафедры телевидения и радиовещания. Научный руководитель – кандидат исторических наук, доцент В. Г. Булацкий.

Author:

Maged Al-Boslani, postgraduate student at the department of television and radio broadcasting.
alboslanimaged@yahoo.com

По нашему убеждению, любая попытка теоретического осмысления перспектив и направлений развития СМИ как системы не будет иметь положительного результата без учета изменений и тенденций в данной сфере.

Ведущие белорусские исследователи современной теории СМИ и коммуникации утверждают, что журналистику следует изучать посредством системного подхода и рассматривать как единый тип профессиональной творческой деятельности, которая интегрирует в себе выполнение комплекса общественно значимых функций. Именно журналистика выступает системообразующим фактором, который определяет развитие и включение каждого средства информации в процессы массовой коммуникации.

Средства массовой коммуникации вырабатываются в результате исторического развития той или иной человеческой общности и тесно связаны с постоянным обновлением ее потребностей. Вместе с тем элементы массовой коммуникации, предназначенные для передачи сообщений в фиксированной форме в историческом контексте, постоянно совершенствуются и фактически представляют собой прототипы современных СМИ.

В связи с этим массовая коммуникация современной наукой рассматривается как эффективное, но опосредованное – осуществляемое с помощью общепринятых и понятных способов и средств – взаимодействие между людьми в исторически сложившемся сообществе. В качестве примера одной из древнейших форм массовой коммуникации у разных народов ученые приводят устную и письменную речевую деятельность, универсальным средством реализации которой служит язык. Так, М. Кастельс обращал внимание на то, что «люди видят реальность не такой, как она есть, но такой, как наши языки позволяют нам видеть. А наши языки – это наши средства информации» [1].

Человек во все эпохи занимался совершенствованием структуры массовой коммуникации, стремился дополнить ее, а в лучшем случае – изменить, зафиксировать речь с помощью специально создаваемого человеческим разумом инструментария. При этом исторический опыт показывает, что новые ресурсы микроэлектроники по скорости и простоте применения намного превосходят природные.

Современный этап ускорения и преобразования массовой коммуникации наиболее интенсивен: эти процессы обусловлены широким применением научно-технических достижений, в результате они практически переросли в индустриальное обеспечение системного формирования СМИ как важнейшего социального института, а связанная с ним профессиональная деятельность людей оформилась в журналистику.

Ученые отмечают, что эти закономерности проявились в обществах и странах с различными социальными и политическими системами, укладами культурной жизни. Исследователи все чаще приходят к выводу о том, что существующие отличия не противопоставляют, а наоборот, дополняют цивилизационные варианты обновления устаревших медиасистем и принятых в них моделей профессиональной журналистики и образования их более эффективных форм. В связи с этим возникает вопрос о том, есть ли необходимость в обсуждении давней проблемы передовых либо отсталых систем СМИ, ведь сложились они в тех или иных странах в разных условиях.

Следует учитывать, что подобные теории создавались на основе устаревших взглядов, когда на европейском и американском континентах только начала оформляться периодическая печать и никак не брались во внимание социально-исторические явления в других частях мира, скажем, на Ближнем Востоке или в Азии. Кроме того, в то время господствовало субъективное представление о том, что наиболее приемлемыми для развития социума и понимания общественного статуса СМИ являются западные тенденции, и, следовательно, их необходимо принять в качестве образца. В связи с этим сама постановка вопроса о выработке соответствующей политики в целях управления коммуникационными системами в развивающихся странах впоследствии приобрела новый характер.

Таким образом, выбор теоретической модели, в параметры которой вписываются реальные характеристики современного информационного пространства стран Аравийского полуострова, опирается на целый ряд актуальных факторов. Прежде всего страны Аравийского полуострова устойчиво сохраняют в экономике, политике, культуре и социальном укладе сложное переплетение традиций и современных тенденций, элементов прошлого и настоящего. По ряду показателей экономического развития к концу второго тысячелетия некоторые страны этого региона приблизились к уровню самых развитых европейских государств, а в оценке валового продукта на душу коренного населения (например, Королевство Саудовская Аравия и Объединенные Арабские Эмираты) – превзошли их, а другие до сих пор по этим показателям остаются на уровне прошлого века.

Своей деятельностью СМИ, как правомерно отмечается во многих исследованиях, должны способствовать достижению целей национально-государственного строительства, содействовать решению приоритетных задач в экономике и удовлетворению потребностей конкретного общества.

Это мнение разделяют многие арабские ученые, которые исследуют историю национальной журналистики в комплексе с проблемами коммуникации,

а также изучают формирование системы СМИ. Среди них необходимо назвать таких исследователей, как Абдаль-Каримааль-Яффи, Абдаль-Рахмана Аватыфа, Ибрахима Нафия. Работы этих и многих других специалистов в сфере информации и коммуникации направлены на развитие современной теории арабской журналистики и конструктивный анализ практики национальных СМИ. Благодаря разрабатываемой учеными модели развития совершенно иную интерпретацию получают некоторые известные иноязычным специалистам факты, открываются новые сведения, проливающие свет на широкую картину прошлого и настоящего журналистики арабского мира.

Рассмотри более подробно модель развития, которая позволяет воссоздать историческую ретроспекцию влияния идейно-духовных и культурных факторов, определивших безусловную ценность письменного и устного слова в арабской цивилизации. Выявление таких факторов помогает понять, что послужило источником возникновения и становления национальной прессы, а в дальнейшем – и других аудиовизуальных СМИ. В данном контексте арабийские массмедиа в настоящее время, на наш взгляд, представляют собой информационно-культурный феномен, возникший в результате сложного процесса развития цивилизации. Широкое внедрение новых информационных технологий в современные коммуникационные процессы и резкое повышение потенциала массовой коммуникации повлекли за собой серьезные изменения в социально-культурной практике арабского мира и его древнейшей части – стран Аравийского полуострова. С конца прошлого столетия, когда были осознаны первые результаты наступления так называемой электронной эры, и до сих пор специалистами всего мира широко обсуждаются политические, общественные, культурные и психологические последствия парадоксов информационного века.

Этот процесс не миновал и такие развитые арабские страны, как Королевство Саудовская Аравия, Республика Йемен, Объединенные Арабские Эмираты. Вместе с тем научно-технические достижения и развитие более совершенных средств получения, консервации, обработки и передачи информационных данных заставляют вынести на обсуждение вопрос, касающийся не только общечеловеческого прогресса, но и конкретного состояния того или иного общества. В этом смысле парадоксы информационного века демонстрируют не столько консолидацию, сколько столкновение интересов, конкуренцию между индивидуальным правом на коммуникацию и правом государства, в рамках которого существует социум и конкретная личность. Более того, этот антагонизм распространяется и на конкуренцию между странами.

Многие исследователи со все большим убеждением и, на наш взгляд, справедливо отмечают, что

разные уровни и неодинаковый удельный вес коммуникационного потенциала отдельных стран усиливают дифференциацию по степени ограничения их участия в общемировом информационном пространстве. Такие страны (а это, как правило, представители так называемого развивающегося мира) выступают в качестве объектов воздействия возросших информационных потоков. Такое несправедливое и неравномерное распределение мировых информационных ресурсов неоднократно обсуждалась в рамках ЮНЕСКО.

В частности, в аналитических отчетах, которые были подготовлены по заданию этой организации, говорилось, что при достижении во многих регионах мира значительного прогресса в развитии коммуникационных систем и росте знаний о путях функционирования средств массовой коммуникации внутри общества, тем не менее совершенная модель системы коммуникаций и, соответственно, информационного пространства как высокоорганизованной макросистемы пока не выработана. По нашему мнению, использование СМИ было бы более справедливым и эффективным, если бы конкретными государствами проводилась адекватная национальная и международная политика в данной сфере.

Под коммуникационной политикой, понимается совокупность принципов и норм, установленных в целях управления коммуникационными системами. Она постепенно формируется в контексте общего подхода социума к коммуникации и СМИ. Будучи производной от политической идеологии, социальных, экономических, культурных и правовых условий соответствующей страны и опираясь на соответствующие ценности, коммуникационная политика стремится соотнести их с реальными потребностями системы коммуникации и обеспечить ей благоприятные условия для будущего развития. Однако мы наблюдаем, что как бы ни были убедительны рекомендации специалистов, ситуация в мире меняется слишком быстро, чтобы успевать за этими преобразованиями [2].

Так, с окончанием эпохи острого противостояния двух идейно-политических систем – капитализма и коммунизма – в социальную практику СМИ и научный оборот вошли такие понятия, как «открытое» и «закрытое» информационное пространство, связанные, в свою очередь, с терминами «открытое» и «закрытое» общество. Логика подсказывает, что композиция информационного пространства меняется в сторону ослабления действенности вертикальных потоков и увеличения влияния горизонтальных – «веерных» связей. Горизонтальные потоки информации шире охватывают общественные ориентации и интересы людей. Достаточно четко аргументирует наступившее положение исследователь марокканского телевидения Надия: сложившееся в результате исторической традиции

взаимодействие определенных социальных духовных институтов, которые образуют культурное наполнение информационного пространства, сегодня в значительной степени корректируется новыми интересами и потребностями общества. Последние широко отражают усиливающееся стремление людей к самостоятельности в выборе тех или иных средств информации, к критическому осмыслению их деятельности.

Глобализация информационного пространства привнесла радикальные и устойчивые перемены в социально-политическую жизнь арабского общества, экономику, политику, идеологию, культуру, средства информации и коммуникации. Кроме того, в поле научного интереса современных исследователей оказывается регионально-типологический аспект, поэтому особый научный интерес представляет изучение национальных моделей информатизации общества с точки зрения более глубокого понимания динамики медийного развития стран.

В связи с этим сама постановка вопроса о выработке соответствующей коммуникационной политики в целях управления коммуникационными системами в развивающихся странах приобрела новый характер. Массовая коммуникация, как справедливо отмечает белорусский исследователь О. Т. Манаев, в результате определенной государственной политики тех или иных стран будет функционировать по «тоталитарной модели», иначе «превращение СМИ из института тоталитаризма в институт демократии» потребует соответствующих изменений модели массовой коммуникации и, следовательно, адекватной коммуникационной политики [3, с. 26]. На наш взгляд, очень важную идею изложила в своем исследовании Н. Т. Фрольцова: «Во главу угла рассмотрения расширяющегося спектра СМИ, включая прежде всего телевидение, выносятся их доминирующая функция – способность к формированию общественного мнения и сознания, которые являются надстроечным фактором государственно-политических систем. Вопрос только в том, интересы какой общественной группы или класса это мнение выражает» [4, с. 68].

Представители научной мысли Востока и Запада, несмотря на различия социально-политических систем в этих регионах, в определении значения практического использования коммуникационных ресурсов в жизни общества придерживаются прак-

тически единого мнения о том, что при сравнении научных подходов к анализу нового эмпирического материала должна преобладать структурно-функциональная методология. Интересно и то, что американские исследователи прессы еще в 1950-х гг. выдвинули идею о необходимости выделить четыре типа социального статуса печати, а следовательно, и других, новых, СМИ.

Первый тип СМИ – авторитарный. При таком подходе пресса рассматривается как инструмент государственной политики принуждения. Этот тип СМИ соотносится со структурами феодально-абсолютистских режимов, при которых печать полностью обслуживает интересы власти, а не интересы масс. Второй тип называется либертарианским: его утверждение происходило в эпоху Просвещения, становления гражданского общества и признания естественного права на поиск истины. Пресса указывает гражданам путь к свободе, изменению гражданского статуса личности, подрывая устои авторитаризма. Третий тип – пресса «электронной эры» – зарождается с наступлением бурного развития новых электронных средств коммуникации и наступлением информационной революции, характеризующийся созданием равных для всех членов общества условий для доступа к информации, выбора и возможности критической оценки. Четвертым типом СМИ некоторые исследователи называют прессу периода советской власти, отражающей концепцию советской печати. Здесь СМИ выступают коллективным партийным пропагандистом, агитатором и организатором [5].

Таким образом, выбор теоретической модели, в параметры которой вписываются реальные характеристики современного информационного пространства стран Аравийского полуострова, зависит от целого ряда актуальных факторов. Поскольку страны Аравийского полуострова входят в число наиболее исламизованных арабских государств, для них характерно сложное переплетение традиций и современных тенденций. Вместе с тем по ряду показателей экономического развития к концу второго тысячелетия некоторые страны региона, например Саудовская Аравия, приблизились к уровню самых развитых европейских государств, а другие страны, например Республика Йемен, наоборот, до сих пор по этим показателям остаются на уровне прошлого века. На наш взгляд, необходимо подробнее раскрыть этот феномен аравийского мира.

Библиографические ссылки

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / под ред. О. И. Шкаратана. М. : ГУВШЭ, 2000.
2. Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. М. : Академический проект : Альма Матер, 2008.
3. Манаев О. Г. Теоретические истоки тоталитарной модели массовой коммуникации // Философия и социол. мысль. 1991. № 5. С. 11–21.

4. Фрольцова Н. Т. Типология творческой деятельности в аудиовизуальной коммуникации. Минск : БГУ, 2003.
5. Siebert F., Peterson T., Schramm U. Four theories of the press: the authoritarian, libertarian, social responsibility and Soviet communist concepts of what the press should be and do. Urbana ; Chicago : University of Illinois Press, 1956.

References

1. Castells M. [Information Age: Economics, Society and Culture]. Moscow : GUVSHE, 2000 (in Russ.).
2. Volodina M. N. (ed.) [Language of the media: textbook for universities]. Moscow : Akademicheskii proekt : Alma mater, 2008 (in Russ.).
3. Manaev O. G. [Theoretical sources of the totalitarian model of mass communication]. *Filos. Mysl'* [Philosophy and sociological thought]. 1991. No. 5. P. 11–21 (in Russ.).
4. Froltsova N. T. [Typology of creative activity in audiovisual communication]. Minsk : BSU, 2003 (in Russ.).
5. Siebert F., Peterson T., Schramm U. Four Theories of the Press: the authoritarian, libertarian, social responsibility and Soviet communist concepts of what the press should be and do. Urbana ; Chicago : University of Illinois Press, 1956.

*Статья поступила в редколлегию 16.03.2017.
Received by editorial board 16.03.2017.*

ПЕДАГОГИКА

PEDAGOGICS

УДК 37(476)(091)

ПЕЧАТНЫЕ КИРИЛЛИЧЕСКИЕ БУКВАРИ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ XVII в. НА БЕЛАРУСИ: ИСТОРИКО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ (к 500-летию белорусского книгопечатания)

О. И. ЕРШОВА¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Рассматриваются изданные на исторических белорусских землях печатные кириллические буквари первой половины XVII в. в контексте социокультурных процессов, происходивших в Великом княжестве Литовском. Анализируется структура и содержание букваря как учебной книги. Рассматриваются особенности белорусских букварей. Подробно описывается Букварь С. Соболя 1631 г. Раскрывается значение букваря для воспитания учеников в духе православной религии. Показана значимость букваря с точки зрения формирования социальности человека XVII в.

Ключевые слова: букварь; восточнославянские буквари; учебник; книгопечатание; религиозное обучение.

Образец цитирования:

Ершова О. И. Печатные кириллические буквари первой половины XVII в. на Беларуси: историко-педагогический анализ (к 500-летию белорусского книгопечатания) // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 84–88.

For citation:

Ershova O. I. The printed cyrillic primers of the first half of XVII century are in Belarus: a historical and pedagogical analysis (to the 500th anniversary of the Belarusian typography). *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 84–88 (in Russ.).

Автор:

Ольга Игоревна Ершова – кандидат исторических наук, доцент; доцент кафедры педагогики и проблем развития образования.

Author:

Olga I. Ershova, PhD (history), docent; associate professor at the department of pedagogics and problems in education.
ershova_olga@tut.by

THE PRINTED CYRILIC PRIMERS OF THE FIRST HALF OF XVII CENTURY ARE IN BELARUS: A HISTORICOL AND PEDAGOGICAL ANALYSIS (to the 500th anniversary of the Belarusian typography)

O. I. ERSHOVA^a

^aBelarusian State University, 9 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The printed cyrillic primers of the first half of the XVII century published on Belarussian earth are examined in the context of sociocultural processes in Great Duchy Lithuanian. The structure and content of the primer as a training book is analyzed. The features of the Belarussian primers are examined. The primers of S. Sobolya of 1631 is described in detail. The value of primers opens up for education of students in a spirit orthodox religion. Meaningfulness of primers is shown from the point of view of forming of sociality of man XVII century.

Key words: primer; eastern Slavic primers; textbook; book printing; religious education.

Важными для педагогической науки и практики являются знания об истории учебной книги, которые позволяют реконструировать образовательные процессы в контексте различных исторических эпох. В работах по истории образования в Республике Беларусь проблема учебника исследована недостаточно полно. В советский период учебную книгу в основном изучали с точки зрения дидактических и книговедческих проблем вне историко-педагогического подхода [1, с. 11–12]. Это было связано с отрицанием «косных традиций» дореволюционной педагогики и школы, а также с утверждением новых принципов построения учебников, основывающихся на коммунистической теории и идеологии [2, с. 60–61].

В независимой Беларуси издано не одно поколение национальных учебников. Однако в отношении многих учебных пособий постоянно звучит критика со стороны представителей власти, педагогической общественности, родителей. Таким образом, для современной педагогики актуальной является проблема исследования учебника как продукта культуры, а также вопрос сознательного и бессознательного отражения в пособии многомерных концептов разнообразных педагогических идеалов, направленных на достижение идеологической и культурной грамотности.

Больше других педагогический идеал отражают учебники для начальной школы, поскольку при определении структуры и содержания они исходят прежде всего из задачи формирования «культурного человека», а не из логики определенной области знания. На первый план в таких учебниках выходят вопросы идеологического и культурного воспитания, педагогического идеала. Изучение истории учебников позволяет реконструировать отраженные в них педагогические мысли, практику, сознание и обычаи (с точки зрения их содержания), а также развитие дидактики и педагогической культуры своей эпохи. В числе таких историко-педагогических феноменов выделяются изданные в первой

половине XVII в. на белорусских землях Великого княжества Литовского (ВКЛ) печатные кириллические буквари, которые рассматриваются учеными в контексте происходивших в этот период социокультурных процессов.

На территории ВКЛ в XIII–XIV вв. культурное наследие Киевской Руси не имело конкуренции, так как католическая христианизация, начало которой было положено в 1385 г. Кревской унией, ограничивалась этнической Литвой. Однако в XV–XVI вв. ситуация изменяется под влиянием идеалов эпохи Ренессанса, идей гуманизма (а позднее – Реформации), а также в результате появления и быстрого распространения книгопечатания. В ВКЛ популяризуются возрожденческие, реформаторские, протестантские, а затем и контрреформаторские, иезуитские культурные, литературные, общественные, образовательно-воспитательные идеи, концепции и институты. Идеи реформации в ВКЛ затронули преимущественно шляхетско-магнатскую среду, подавляющее число мещан и крестьян сохранили православную веру. После принятия Люблинской унии в 1569 г. и Брестской унии в 1596 г. политика правящих кругов Речи Посполитой, касающаяся распространения католицизма, создала реальную угрозу для традиционной православной культуры, носителем которой выступала большая часть населения Беларуси. Широкие слои православных верующих в ВКЛ враждебно восприняли Брестскую унию. На протяжении нескольких столетий православная церковь играла важную роль в культурной и общественной жизни населения, особенно в развитии школьного образования, книгопечатания, письменности и др. За годы реформации население ВКЛ привыкло к толерантности, относительной религиозной свободе и воспринимало унию как посягательство на право религиозного выбора и духовную независимость [3, с. 12–13].

В условиях контрреформации усилилась полонизация населения ВКЛ посредством активного проникновения на белорусские земли польских

языка и культуры, католического вероисповедания, которые перенимала прежде всего знать. Религия, образование, литература и книгопечатание стали ареной жесткого идейного противостояния сторонников православной и польско-католической культур. В связи с тем, что религия в период Средневековья была господствующей идеологией, главную роль в этом противостоянии стала играть церковь.

В условиях обострения межконфессиональных противоречий богослужебный церковнославянский язык оставался для православных граждан средством самоидентификации. В отличие от Западной Европы, где в XV–XVI вв. начался переход начального обучения от латыни к национальным языкам, в Восточной Европе, в которой большинство населения относилось к православной конфессии, начальное обучение грамоте продолжало осуществляться на церковнославянском языке. Важную роль в православном просвещении и образовании играли печатные кириллические учебные книги по обучению грамоте. В кириллических изданиях десяти типографий, находившихся на землях Беларуси, учебная литература в XVI в. составила 10,5 %, а в XVII в. – 5 % [3, с. 232–233]. В числе учебных изданий были азбуки, буквари, грамматики на церковнославянском языке, предназначенные для обучения грамоте. Название «азбука» (от букв славянского алфавита «аз», «буки») вошло в употребление у восточнославянских народов еще в допечатный период для обозначения учебных пособий по овладению грамотой. В 1574 г. азбукой стала именоваться и печатная книга. Слово «букварь» первоначально употреблялось применительно к человеку в значении «книжник», «грамотей», и только в XVII в. так стала называться книга.

Первый букварь был издан в 1618 г. в типографии Виленского братства в Евье. Затем это название употреблял для своих учебных книг белорусский печатник Спиридон Соболев («Букварь» (1631), изданный в Кутеинской типографии, и «Букварь» (1636), напечатанный в Могилевской типографии). Учебники с названием «Букварь» переиздавались в Могилевской типографии в 1549 г., в Кутеинской типографии – в 1653 г. После 1667 г. название «букварь» начало распространяться и в России [4, с. 51–52].

Букварь начала XVII в. отражал традиционные дидактические приемы в овладении грамотой, сложившиеся в Средневековье. Упражнения с алфавитом, сакральными текстами, молитвами и пением в церкви были основными ориентирами для начала формирования умения читать и писать. Обучение чтению считалось более важным, чем обучение письму – последнее воспринималось как удел и обязанность профессионалов. В связи с этим обучавшиеся грамоте запоминали названия и последовательность букв в алфавите, способы их соединения, а также осваивали произношение отдельных букв и слогов. Грамотность в первые столетия после изобретения книгопечатания была прежде

всего конфессиональным умением, а не грамотностью в общем значении. Конфессиональная грамотность на начальном обучении включала знание основных молитв и достигалась через их устное запоминание и повторение без приобретения каких-либо навыков чтения.

Печатные учебные пособия первой половины XVII в. с названием «Букварь» предназначались для обучения грамоте на церковнославянском языке. В 1631 г. в Кутеинской типографии С. Соболев был издан учебник для начального обучения грамоте под названием «Букварь Сиречь, начало учения детям начинающим чтению изыскати». Тем не менее это пособие еще не являлось непосредственно детской книгой, оно, скорее, представляло собой общеобразовательный нормативный сборник филологического и религиозного содержания. Видимо, в связи с этим в названии других букварей этого периода, в том числе и в могилевском букваре С. Соболя 1636 г., отсутствуют указания на то, что книга предназначена для обучения детей [5, с. 84].

Восточнославянские кириллические учебные книги по обучению грамоте имели те же элементы и ту же структуру, что и западноевропейские: алфавит, слоги, Символ веры, катехизис, молитвы и молитвенные тексты. Кроме того, в состав восточных кириллических учебных книг включались следующие элементы: азбучный акростих; отрывки из Притчей Соломоновых и новозаветных посланий; псалмы 42, 50, 90, 109–113, 129; фрагменты поучений Отцов церкви [6, с. 23]. Большое влияние на авторов печатных кириллических учебных книг оказала «Азбука», изданная русским первопечатником Иваном Федоровым в 1574 г. во Львове [5]. Вместе с тем авторы белорусских букварей в условиях остроты и актуальности вопросов, касающихся вероисповедальных различий в ВКЛ, в хрестоматийной (богословской) части ориентировались и на западноевропейскую традицию. В католических учебниках направленные на изучение христианской догматики тексты для чтения по объему превышали учебную часть. Со временем православные авторы увеличили и хрестоматийную составляющую своих учебных книг. Если в изданиях И. Фёдорова хрестоматийная часть составляла 50 % общего объема, то в кутеинском «Букваре» С. Соболя 1631 г. эта часть составила 60 %, в Могилевском букваре 1636 г. – более 60 %. Таким образом, методические вопросы обучения отходили на второй план, а учебник превращался в первую очередь в инструмент конфессионального просвещения и обучения [7, с. 41–51].

Буквари дошли до нас в единичных экземплярах, фрагментах. Наиболее хорошо сохранившимся является единственный экземпляр букваря С. Соболя, напечатанного в основанной им Кутеинской типографии под Оршей в 1631 г. Этот экземпляр хранится в Музее национального искусства во Львове. В 2014 г. типография белорусского экзар-

хата осуществила его факсимильное издание [8]. Букварь С. Соболя 1631 г. отличался от предыдущих и многих последующих печатных кириллических букварей композиционной стройностью, строгой логичностью, небольшим объемом, удобством пользования, целенаправленностью в решении двукратной задачи – обучения и воспитания [5, с. 74].

Букварь С. Соболя включает учебную и хрестоматийную части. Учебная – «Азбука языка славенскаго» – занимает 33 из 80 страниц книги. На них размещены 44 буквы алфавита в прямом и обратном алфавитном порядке; слоги из двух-трех букв; «слоги сливаемые» из трех-четырех букв (рай, май, змий, твой и т. д.); группы букв: «гласная», «полугласная», «двогласная», «трегласная» и «согласная» (первоначальные сведения по фонетике). Далее приводятся изображения и названия знаков препинания. Под названием «Парадеигмата» в учебной части размещены начальные грамматические сведения, которые выступают как пропедевтическое приложение для ознакомления перед изучением грамматики на последующих ступенях обучения. «Парадеигмата» содержит образцы пяти склонений существительных и прилагательных с подбором слов каждого склонения (мужской, средний и женский род; единственное, двойственное и множественное число); тему «Глагол» и производные от него причастия и деепричастия; спряжения глагола «есть» в различных временах (настоящее, прошлое и будущее). Для закрепления алфавита учебную часть завершает акростих [8].

Такая структура учебной части книги была обусловлена применением буквослагательного метода обучения чтению. Суть метода заключалась в заучивании изображений и названий отдельных букв в прямом и обратном алфавитном порядке. Затем осваивалось чтение по складам: соединялись кириллические названия букв, в результате чего получались склады, выступавшие совершенно новыми речевыми единицами. Далее склады запоминались и перерастали в звуковое чтение по слогам. В букваре С. Соболя впервые были даны первоначальные сведения о стихосложении (виды просодии), что явилось шагом в сторону создания метода развития речи.

Хрестоматийная часть в букваре С. Соболя занимала 43 страницы и включала сакральные тексты, при чтении которых ученики должны были совершенствовать свои знания на практике и вместе с тем усваивать христианские истины. В число текстов вошли молитвы («Слава Святой Троице», «Молитва Святому Духу» и др.), «Десятословие» (десять заповедей Ветхого Завета), отрывки из Евангелия от Матфея и другие богословские тексты нравоучительного содержания. В конце букваря дана таблица кириллических цифр, а также молитвы, которые читались до и после обеда и ужина [8].

Анализ исторических реалий и содержания кириллических букварей, напечатанных на белорусских землях ВКЛ, а также предлагаемых в них ценностных ориентаций повседневной жизни, показывает, что эти книги являлись воплощением педагогического идеала деятелей православного просвещения Беларуси XVII в. и отвечали задаче воспитания учеников в духе православной культуры. Методы обучения грамоте выступали в первых букварях еще в виде методических идей, не имели научного обоснования, но впоследствии заняли свое место в методике обучения грамоте. Хрестоматийная часть букваря составлялась согласно господствовавшей педагогической концепции эпохи: считалось, что детям необходимо моральное воспитание, в учебнике они должны найти явленную в этот мир веру и мораль. Предлагавшийся в букварных хрестоматиях объем богословских знаний – основ вероучения, норм христианского поведения – был тем минимумом, который дети реально усваивали во время обучения. Богословские тексты подлежали заучиванию наизусть.

Изучение первых букварей позволяет реконструировать исторический путь зарождения современного учебника для начальной школы. Эта книга со временем превратила ученичество в школу. Пособие составлялось таким образом, чтобы после его изучения ученик стал грамотным и был достоин занимать низшие церковные или светские должности. Полиграфическое распространение букварей в XVII в. в сотнях и тысячах экземпляров стало определять практику обучения на белорусских землях Великого княжества Литовского.

Библиографические ссылки

1. Макаревич Г. В. Изучение учебника для начальной школы как направление историко-педагогической науки // Отеч. и зарубеж. педагогика. 2012. № 4 (7). С. 9–29.
2. Сенькина А. А. Последний авангардный проект советской школы: журналы-учебники 1930–1932 гг. // Отеч. и зарубеж. педагогика. 2012. № 4 (7). С. 60–91.
3. Нікалаеў М. В. Гісторыя беларускай кнігі : у 2 т. Мінск : Беларуская энцыклапедыя імя П. Броўкі, 2009. Т. 1 : Кніжная культура Вялікага Княства Літоўскага / навук. рэд.: В. В. Антонаў, А. І. Мальдзіс.
4. Агаджанов Б. В. Создатели первых учебных книг для начального обучения грамоте – букварей и азбук XVI – первой четверти XVIII вв. [Электронный ресурс] // Проблемы соврем. образования. 2010. № 2. С. 50–77. URL: <http://www.pmedu.ru/index.php/ru/zhurnaly-2010-g/vypusk-2> (дата обращения: 14.03.2017).
5. Ботвинник М. Откуда есть пошел букварь. Минск : Вышэйшая школа, 1983.

6. Безрогов В. Г., Маркарова Т. С., Баранникова Н. Б. Учебные книги XVI в.: средневековое наследие и рождение букваря [Электронный ресурс] // Проблемы соврем. образования. 2014. № 4. С. 7–32. URL: <http://www.pmedu.ru/index.php/ru/zhurnaly-2014-g/vypusk-4> (дата обращения: 14.03.2017).

7. Мошкова Л. В. Восточнославянские буквари XVI в.: сравнительный анализ [Электронный ресурс] // Проблемы соврем. образования. 2014. № 4. С. 41–51. URL: <http://www.pmedu.ru/index.php/ru/zhurnaly-2014-g/vypusk-4> (дата обращения: 14.03.2017).

8. Букварь Сиречь начало учения в Кутейне изобразиса в типографии Спиридона Соболя. Узноўлены тэкст. Мінск : Выдавецтва Беларускага экзархата, 2014.

9. Ромашина Е. Ю. Международная конференция «Роль книги для начального обучения в истории образования и культуры» [Электронный ресурс] // Проблемы соврем. образования. 2014. № 6. С. 135–148. URL: <http://www.pmedu.ru/index.php/ru/zhurnaly-2014-g/vypusk-6> (дата обращения: 14.03.2017).

References

1. Makarevich G. V. [The study of the textbook for primary school as a direction of historical and pedagogical science]. *Otechestv. i zarub. pedagog.* 2012. No. 4 (7). P. 9–29 (in Russ.).

2. Senkina A. A. [The final avant-garde project of the Soviet school: magazines and textbooks 1930–1932]. *Otechestv. i zarub. pedagog.* 2012. No. 4 (7). P. 60–91 (in Russ.).

3. Nikalayeu M. B. [History of belarussian book] : in 2 vol. Minsk : Belaruskaja jencyklapedyja imja P. Browki, 2009. Vol 1 : [Book Culture of Grand Duchy of Lithuania] (in Belarus.).

4. Agadzhanov B. V. Founders of the first educational books for elementary teaching of literacy-ABC-books and Alphabets of XVI – the first quarter of XVIII centuries. *Probl. sovrem. obrazovaniya.* 2010. No. 2. P. 50–77. URL: <http://www.pmedu.ru/index.php/ru/zhurnaly-2010-g/vypusk-2> (date of access: 14.03.2017) (in Russ.).

5. Botvinnik M. [Where did the ABC-book come from]. Minsk : Vyshejschaja shkola, 1983 (in Russ.).

6. Bezrogov V. G., Markarova T. S., Barannikova N. B. Educational books of the XVI century: medieval heritage and birth of the primer. *Probl. sovrem. obrazovaniya.* 2014. No. 4. P. 7–32. URL: <http://www.pmedu.ru/index.php/ru/zhurnaly-2014-g/vypusk-4> (date of access: 14.03.2017) (in Russ.).

7. Moshkova L. V. Eastern Slavic primers of the XVI century: comparative analysis. *Probl. sovrem. obrazovaniya.* 2014. No. 4. P. 41–51. URL: <http://www.pmedu.ru/index.php/ru/zhurnaly-2014-g/vypusk-4> (date of access: 14.03.2017) (in Russ.).

8. [The ABC-book is in other words the beginning of the education in Kutein's depiction in the printing house of Spiridon Sobol. Recovered text]. Minsk : Publishing house of Belarussian Exarchate, 2014 (in Belarus.).

9. Romashina E. Y. International of the text and visuals in russian school textbooks of the late XIX – early XX century. *Probl. sovrem. obrazovaniya.* 2014. No. 6. P. 135–148. URL: <http://www.pmedu.ru/index.php/ru/zhurnaly-2014-g/vypusk-6> (date of access: 14.03.2017) (in Russ.).

Статья поступила в редколлегию 05.09.2017.
Received by editorial board 05.09.2017.

ИННОВАЦИИ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ИХ ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ

В. П. ТАРАНТЕЙ¹⁾

¹⁾Гродненский государственный университет им. Янки Купалы, ул. Ожешко, 22, 230023, г. Гродно, Беларусь

На обширном теоретическом и практическом материале охарактеризованы сущность понятия «инновация в образовании», методологические и теоретические подходы в инновационной сфере образовательного процесса и их практическая реализация в современном высшем профессиональном образовании. Доказывается, что особую ценность имеют методологические представления об инновациях в образовании – инновационных процессах в профессиональном образовании, инновационной динамике и новых знаниях и т. д. Отмечено, что инновации в образовании можно внедрить через формы и методы обучения, а также инновационные технологии. В полемике со многими авторами констатируется, что педагогической инноватикой можно считать более глубокое и обширное нововведение, приводящее к реализации стержневой инновационной идеи. Вывод подтверждается несколькими примерами из собственных исследований и научных поисков других авторов.

Ключевые слова: образовательный процесс; инновация; инновации в образовании; методологические и теоретические инновационные подходы; инновационные технологии, методы и приемы; профессиональное образование.

INNOVATIONS IN HIGHER EDUCATION: METHODOLOGICAL AND THEORETIC APPROACHES AND THEIR PRACTICAL IMPLEMENTATION

V. P. TARANTEY^a

^aYanka Kupala State University of Hrodna, 22 Ažėška Street, Hrodna 230023, Belarus

In the article on extensive theoretical and practical material are characterized the concept's «innovation in education» essence, the methodological and theoretical approaches in the innovative sphere of the educational process and their practical implementation in the modern higher vocational education. It is proved that methodological ideas about innovations in education (the innovative processes in professional education, innovation dynamics and new knowledge, etc.) are of particular value. Innovations in education can be made through the forms and methods of education and through innovative technologies. It is stated that pedagogical innovation can be considered a deeper and broader innovation, leading to the realization of a core innovative idea in controversy with many authors. This conclusion is argued by several examples from different authors' scientific research.

Key words: educational process; innovation; innovations in education; methodological and theoretical innovative approaches; innovative technologies, methods and techniques; professional education.

Образец цитирования:

Тарантей В. П. Инновации в высшем образовании: методологические и теоретические подходы и их практическая реализация // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 89–94.

For citation:

Tarantey V. P. Innovations in higher education: methodological and theoretic approaches and their practical implementation. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 89–94 (in Russ.).

Автор:

Виктор Петрович Тарантей – доктор педагогических наук, профессор; заведующий кафедрой педагогики и социальной работы педагогического факультета.

Author:

Viktor P. Tarantey, doctor of science (pedagogics), full professor; head of the department of pedagogics and social work, faculty of pedagogics.
kaf_ped@grsu.by

Введение

Об инновационных подходах, направлениях, методах, формах и приемах опубликовано множество работ в различных научных и научно-популярных изданиях. Авторы предлагают большое количество инноваций или, с их точки зрения, вариантов реализации инновационной деятельности в учреждениях

высшего образования (УВО). Отдельные педагогические журналы даже сортируют статьи по критерию инновационности, отсеивая те, которые представляются не совсем инновационными (см., например, разные номера журнала «Современная высшая школа: инновационный аспект» за 2008–2017 гг.).

Основная часть

Обратимся к современным трактовкам понятия «инновации в образовании» и его сущности в научной литературе.

1. Наиболее интересными нам кажутся **методологические представления** об инновациях в образовании.

Известный исследователь в области андрагогики и проблем непрерывного образования М. Т. Громкова в одной из своих статей рассматривает именно методологические подходы в современном профессиональном образовании [1]. Автор утверждает, что «упрощенное представление о системном подходе является базовой методологической проблемой для научно-педагогического сообщества» [1, с. 70]. Наиболее приемлемым, по мнению М. Т. Громковой, является компетентностный подход, при котором с позиций выбора компетенций в логике внедрения инноваций в подготовку специалистов требуется подбор соответствующего содержания и методов обучения на основе выделения модулей как «системно представленной информации, предназначенной для усвоения в процессе осознания ее актуальности и практической значимости» [1, с. 70]. Исследователь полагает, что **суть инновационных процессов в профессиональном образовании** проявляется тогда, когда преподаватель, будучи компетентным, строит модели паритетных отношений и социального партнерства, т. е. берет на себя ряд функций, в том числе функции организатора, методиста, психолога, управленца, педагога и др. [1, с. 73]. В каждый компонент инновационной деятельности этот преподаватель должен закладывать инновационные подходы (цели, содержание, развитие способностей, методы). Внедрение инноваций характеризует главный показатель качественной образовательной деятельности [1, с. 74–75].

В публикации В. З. Паниной методологические и теоретические вопросы внедрения инновационной деятельности напрямую соотносятся с технологией опережающего обучения в высшей школе. Ученый, ссылаясь на требования Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации», высказывает мнение о том, что высшая школа готовит выпускников не только к решению профессиональных вопросов, но и к тем проблемам, с которыми человечество может столкнуться в будущем. Этого можно достичь только посредством внедре-

ния образования, основанного **на инновационной динамике и новых знаниях** [2, с. 316]. Так, В. З. Панина оперирует в этом анализе тремя относительно новыми понятиями – «инновационная динамика» (последовательность преобразования знаний в техническую или социальную реальность), «инновационное мышление» (способность преподавателя и высшей школы к разработке механизмов и методов его формирования) и «самоменеджмент» (активная мотивация студента в обучении, отражение в учебном процессе полного цикла профессиональной деятельности) [2].

В статье Ж. Л. Цауркубуле, посвященной использованию инновационных технологий в формировании образовательного процесса в УВО, изложены результаты исследования, выполненного в Балтийском институте психологии и менеджмента Риги [3]. В основе данной работы лежит процессный подход, широко используемый в образовательном менеджменте. Под инновациями Ж. Л. Цауркубуле понимает «процесс совершенствования, внедрения и практического использования в работе передовых технологий, информационных технологий, совокупности методов, приемов и средств обучения» [3, с. 444]. Автор статьи описывает условия, при которых возможно внедрение инноваций: а) создание конкурентоспособной атмосферы; б) профессиональный рост преподавателя, его творческий поиск; в) использование новых способов и средств передачи информации; г) оптимизация учебного процесса (при этом инновационные изменения должны быть достаточно большими для того, чтобы изменить коренным образом ход учебного процесса); д) внедрение инноваций за счет резервов самого УВО; е) опора на вновь разработанные философские основы образования; ж) качественное изменение личности обучаемого [3, с. 444–445]. Вместе с тем заинтересованный читатель практически не находит в данной статье ничего нового, поскольку автор назвал лишь такие технологии, как проверка знаний обучаемого на компьютере с применением тестов; телекоммуникационные проекты; преподавание на основе компьютерных презентаций; дистанционное образование; создание в УВО центра дальнейшего образования и т. п. [3, с. 444–446]. Все эти нововведения напоминают, скорее, опыт всех успешно работающих УВО.

2. Большая группа авторов старается внести инновационные изменения через **формы и методы обучения**, в ряде случаев еще недостаточно широко применяемые в педагогике.

Например, ученые из Воронежского государственного университета С. А. Волкова и Т. А. Волкова как раз и рассматривают роль инновационных методов в условиях экономики знаний. Инновационные подходы после анализа общих тенденций развития образовательного процесса сведены к трем формам, относительно новым для педагогики в целом и педагогики высшей школы и частных методик: работа в малых группах, анализ учебных ситуаций и проблемное обучение. В статье названы также методы дистанционной поддержки обучения студентов в режиме онлайн, использование средств мультимедиа, системы интерактивного тестирования. Все это авторы относят к так называемой экономике знаний, не раскрывая сущности данного понятия [4]. На наш взгляд, такое рассмотрение инноваций далеко не всегда ведет к перестройкам в образовательном процессе, так как внедряются лишь определенные методы и приемы, которые не придают должную окраску его глубинной инновационной перестройке в УВО.

Более упорядоченный взгляд на проблему за счет рассмотрения достаточно органичной связи инновационных методов и образовательного процесса в высшей школе излагает Е. Л. Федотова. Инновационно-образовательная деятельность в публикациях ученого соотносится с внедрением технологий проблемного, дистанционного, модульного, контекстного и дистанционного обучения через инновационные методы проектов, исследовательские методы и т. п. Кроме того, Е. Л. Федотова выявила некоторые закономерности при анализе теории и практики учебного процесса: а) возрастание инновационного компонента в содержании и методах обучения; б) ускорение процессов старения знаний и, соответственно, фундаментализации образования, приводящее к его динамичному обновлению; в) переход от частных инновационных моделей к интегрированным кластерным инновациям. В работах исследователя кратко охарактеризованы три метода обучения, различающиеся уровнем их инновационности, – пассивные, активные и интерактивные [5; 6].

Отметим, что многие российские и белорусские авторы практически любой метод или прием, используемый в XX и XXI столетиях в педагогике высшей школы, стремятся зачислить в инновационные.

На наш взгляд, вряд ли сам по себе метод (прием) составляет уже готовую инновационную технологию обучения в школах разных уровней. Технология, как правило, строится на фундаменте обобщенных концепций – личностно ориентированной, проблемной, индивидуально-типологической и др. Обучение представляет собой **интегра-**

тивную совокупность (и даже систему) избранных преподавателем форм, методов и приемов какой-то технологии. Однако часто мы забываем о том, что инновационные подходы требуют умелого изменения технологии обучения на субъективно новом содержании образования, т. е. «изюминка» инновационности заключена в преобразовании педагогической реальности в части изменений в образовательном процессе, в котором главные субъекты и их учебная деятельность являются действительно творческими.

Для этого нами, например, разработана и апробирована в Беларуси, Украине и Казахстане технология создания и решения качественных задач, которые позволяют существенно усилить инновационную составляющую практически любого метода или приема [7]. Другой педагог с той же степенью эффективности может использовать в высшей школе классическое научное исследование, метод проектов, имеющий достаточно богатую историю и т. п.

В связи с этим можно позитивно отметить монографию Е. Л. Федотовой [6]. В данной работе сделан вывод о том, что инновационность всего содержания образования повышается за счет умелого применения информационных технологий.

3. В некоторых анализируемых ниже публикациях предметом анализа являются **частнопедagogические или частнометодические подходы**, отражающие определенные стороны инновационного образовательного процесса в УВО. Так, сотрудники Северо-Осетинского государственного педагогического института Владикавказа И. А. Юрловская, Н. В. Кокоева описывают применение инновационных технологий в целях повышения качества обучения в УВО путем разработки концепции и стратегий развития образования на основе проектирования новых моделей обучения, овладения практикой использования интегративных технологий [8].

В отдельных случаях авторы отмечают инновационность метода (проекта) исходя из его привлекательного названия. Так, Т. А. Касин и А. М. Кудайбергенова описывают только один прием – применение технологии ИНСЕРТ (*Interactive Noting System for Effective Reandring and Thinking*). Имеется в виду интерактивная система знаний для эффективного чтения и размышления (самоактуализирующаяся системная разметка для эффективного чтения и размышления) [9, с. 66–67].

Вряд ли можно отрицать эффективность методических приемов маркировки текста лекций обучающимся для оптимизации образовательного процесса в УВО (при их использовании студенту предлагается отметить то, что ему уже известно; противоречит его представлениям; является интереснее и неожиданнее; требует продолжения работы для того, чтобы узнать больше). Однако считать это инновационной целостной характеристикой всего образовательного процесса не следует, ведь не вся-

кое содержание образования требует маркировки текста (вывод теорем, законов; простой информационный материал, предназначенный для запоминания, и т. п.).

Рассматривая публикацию Е. В. Быстрицкой и К. С. Ядришниковой [10], мы находим основанное на работах В. С. Лазарева и Б. П. Мартиросьяна [11] определение педагогической инноватики как науки, изучающей «процессы развития практики образования за счет введения в нее каких-то компонентов, которых в ней раньше не было, или замены уже существующих на более совершенные» [10, с. 12]. К сожалению, в дальнейших рассуждениях авторов педагогическая инноватика сводится к частному случаю применения кейс-метода.

4. Полемизируя с авторами многих публикаций, мы все-таки считаем педагогической инноватикой **более обширное и глубокое нововведение**, которое изменяет образовательный процесс кардинальным образом. Примером такого нововведения являются учебники по педагогике академика Российской академии образования В. И. Андреева (Казань). В отличие от многих других авторов подобных работ В. И. Андреев разрабатывает методологические, философские, общие и частные основы педагогики, сгенерализованные стержневой идеей творческого саморазвития. Таким образом, учебный курс направлен на реализацию центральной идеи, которая присутствует в каждом изучаемом разделе или теме. Учитель и преподаватель УВО, обучающийся, а также сам образовательный процесс в данной дидактической системе – это творчески развивающиеся объекты и субъекты [12].

К такого рода инновационным работам можно отнести также монографии, учебники и пособия А. В. Хуторского и представителя его научной школы А. Д. Короля. Например, в монографии А. В. Хуторского по дидактической эвристике изложены теория и технология креативного обучения с философскими и методологическими основаниями, содержанием, формами и методами эвристического обучения, требующими инновационной перестройки образовательной системы на базе осмысления того, что творческая способность человека природосообразна, но является при этом продуктом его культурной сущности [13, с. 7]. Монография А. Д. Короля также соответствует требованиям инновационности в части реализации принципа человекообразности в образовании посредством ди-

лога. Диалог здесь рассматривается как авторская модель образования с философско-методологическим обоснованием и уже реализованной в педагогической практике диалогичностью в созданной автором модели и технологии обучения [14].

К инновациям в образовании и воспитании можно отнести идеи, изложенные в совместной монографии А. П. Сманцера (Беларусь) и Е. М. Рангеловой (Болгария). Работа посвящена методологии, теории и методике превентивной педагогики как отрасли педагогического знания. Увлечшись ликвидацией последствий девиантного и делинквентного поведения детей, молодежи и взрослых, мы забыли о том, что превентивная педагогика обеспечивает формирование у школьников устойчивости к асоциальным проявлениям в обществе путем предупреждения нарушений моральных и правовых норм поведения. Представляется, что, обобщив представления в идею, авторы монографии нашли инновационные превентивные технологии, методы и приемы в уже хорошо известной профилактике противоправного и антиобщественного поведения [15].

5. Обращаясь к проблеме инноваций и инновационных подходов, следовало бы выделить какое-либо фундаментальное исследование, которое дало бы ответы на многие вопросы. Среди таких трудов, на наш взгляд, можно отметить работы известного ученого доктора педагогических наук профессора Белорусского педагогического университета имени Максима Танка И. И. Цыркуна и его учеников. Наиболее обобщенно система инновационной подготовки специалистов гуманитарной сферы изложена в его одноименной монографии [16]. Концентрированные материалы по инновационной подготовке специалистов ученый отразил также в нескольких статьях в «Белорусской педагогической энциклопедии».

Так, И. И. Цыркун основное внимание уделил методологическим аспектам дидактических инноваций и инновационной подготовке будущих педагогов на основе культурно-праксеологической концепции. Он разработал дидактическую систему и технологию генезиса инновационной культуры у студентов. В итоге ученый создал новое научное направление – «Моделирование и организация инновационного профессионального образования». Можно сказать, что в современных условиях формируется новая отрасль педагогической науки – инновационная педагогика.

Выводы

Подводя итог анализу представлений об инновациях в высшем образовании, инновационных концепциях, направлениях, методах и приемах, можем заключить следующее.

Во-первых, в коллективе УВО, стремящегося стать инновационным, не следует уделять внимание лишь введению отдельных элементов инновационной деятельности, а внедрять эту деятельность

на основе целостной концепции с теоретическим и методологическим обоснованием, созданием инновационной дидактической технологии с учетом специфики УВО, структуры специальностей и специализаций. Кроме того, каждое УВО может обособить главную инновационную идею, отразить ее в своей деятельности, важнейших направлениях развития и т. п. Варианты действий инновационной идеи могут быть разными.

Во-вторых, внедрение инновационного подхода должно приводить к обширному изменению образовательного процесса – появлению собственных исследований в этой области, введению достижений педагогической науки в практику, нацеленности на повышение качества подготовки специалистов.

В-третьих, руководство УВО и члены коллектива обеспечивают внедрение инноваций в образовательный процесс, замыкая деятельность на основной проблеме – придании самостоятельного статуса инновационной подготовке будущего спе-

циалиста (И. И. Цыркун). По-видимому, в УВО студенты должны сами включаться в непрерывную инновационную практику, имеющую внешний статус в ракурсе формирования инновационной восприимчивости и в целом – инновационной культуры преподавателя и студента.

В-четвертых, не следует рассматривать инновационную составляющую образовательного процесса как заранее заданный алгоритм инновационной деятельности. Даже по-своему внедряя уже имеющийся инновационный опыт, УВО находит оригинальные подходы и пути его реализации, ведь в фундаментальной науке делаются открытия, изобретения, а в прикладной – разрабатываются, апробируются и исследуются технологические аспекты инновационной деятельности (в педагогике часто используется понятие «методические новшества»).

Очевидно, что тема внедрения инновационных технологий будет всегда оставаться открытой для нового поколения ученых из различных областей знаний и междисциплинарных исследований.

Библиографические ссылки

1. Громкова М. Т. Методология педагогических инноваций в современном профессиональном образовании // *Primo aspect*. 2016. № 2. С. 68–76.
2. Панина В. З. Инновационные методы и технологии опережающего обучения в высшей школе // *Вестн. Казан. технол. ун-та*. 2014. № 16. С. 316–320.
3. Цауркубуле Ж. Л. Использование инновационных технологий в формировании образовательного процесса вуза // *Технологии информатизации и управления : сб. науч. ст. / редкол.: А. М. Кадан (отв. ред.) [и др.]. Минск, 2011. Вып. 2. С. 443–448.*
4. Волкова С. А., Волкова Т. А. Инновационные методы обучения в системе высшего образования в условиях экономики знаний // *Экономинфо*. 2015. № 24. С. 67–69.
5. Федотова Е. Л. Инновационные образовательные методы и технологии в условиях информатизации университета // *Экон. и соц.-гуманит. исслед.* 2014. № 4. С. 125–132.
6. Федотова Е. Л. Информационные технологии в науке и образовании. М. : издательский дом «Форум» : ИНФРА-М, 2010.
7. Тарантей В. П., Тарантей Л. М. Сборник качественных задач: общая педагогика Тула : Издательство ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2011.
8. Юрловская И. А., Кокоева Н. В. Инновационные педагогические технологии как средство повышения качества обучения в современном вузе // *Вектор науки Тольят. гос. ун-та. Сер.: Педагогика, психология*. 2013. № 3. С. 113–114.
9. Касен Т. А., Кудайбергенова А. М. Опыт преподавания с применением инновационных приемов и техник // *Вестн. Тамб. гос. ун-та*. 2015. № 6. С. 64–70.
10. Быстрицкая Е. В., Ядришиников К. С. Методический инструментальный инновационных технологий в образовании [Электронный ресурс] // *Вестн. Минин. ун-та*. 2015. № 1. URL: <http://vestnik.mininuniver.ru/jour/article/view/14/15> (дата обращения: 10.06.2017).
11. Лазарев В. С., Мартиросян Б. П. Педагогическая инноватика: объект, предмет и основные понятия // *Педагогика*. 2004. № 4. С. 11–21.
12. Андреев В. И. Педагогика. Учебный курс для творческого саморазвития. 2-е изд. Казань : Центр инновационных технологий, 2000.
13. Хуторской А. В. Дидактическая эвристика. Теория и технология креативного обучения. М. : Издательство МГУ, 2003.
14. Король А. Д. Педагогика диалога: от методологии к методам обучения : монография. Гродно : ГрГУ им. Я. Купалы, 2015.
15. Сманцер А. П., Рангелова Е. М. Превентивная педагогика: методология, теория, методика. Минск : БГУ, 2008.
16. Цыркун И. И. Система инновационной подготовки специалистов гуманитарной сферы. Минск : Тэхналогія, 2000.

References

1. Gromkova M. T. Methodology of pedagogical innovations in modern vocational education. *Primo aspectu* 2016. No. 2. P. 68–76 (in Russ.).
2. Panina V. Z. Innovative methods and technologies of advanced instruction in higher education. *Vestnik Kazan. Tekhnol. Univ.* 2014. No. 16. P. 316–320 (in Russ.).

3. Tsurkubule J. L. [The using of innovative university technologies in the formation of the educational process]. In: *Tekhnologii informatizatsii i upravleniya* [Technologies of Informatization and control] : collect. sci. articuls. Minsk, 2011. Issue 2. P. 443–448 (in Russ.).
4. Volkova S. A., Volkova T. A. [Innovative methods of teaching in the system of higher education in the conditions of the knowledge economy. *Ekonominfo*. 2015. No. 24. P. 67–69 (in Russ.).
5. Fedotova E. L. [Innovative educational methods and technologies in the conditions of informatization of the university]. *Ekonom. i sots.-gumanit. issled.* [Economic and socio-humanitarian studies]. 2014. No. 4. P. 125–132 (in Russ.).
6. Fedotova E. L. [Information technology in science and education]. Moscow : Publish. house «Forum»: INFRA-M, 2010 (in Russ.).
7. Tarantey V. P., Tarantey L. M. [Collection of qualitative problems: general pedagogy]. Tula : Publish. Tula State Lev Tolstoy Pedagogic University, 2011 (in Russ.).
8. Yurlovskaya I. A., Kokoeva N. V. Innovative pedagogical technologies as a means of improving the quality of education in a modern university. *Vektor nauki Tol'yat. gos. un-ta. Ser.: Pedagogika, psikhologiya* [The Sci. Vector of Tol'yatti State Univ. Series: Pedagog., Psychol.] 2013. No. 3. P. 113–114 (in Russ.).
9. Kasin T. A., Kudaibergenova A. M. Experience in teaching using innovative techniques and techniques. *Vestn. Tamb. gos. un-ta* [Bull. of Tambov State Univ.]. 2015. No. 6. P. 64–70 (in Russ.).
10. Bystritskaya E. V., Yadrishnikov K. S. Methodological toolkit of innovative technologies in education. *Vestn. Minin. un-ta* [Bull. of Minin Univ.]. 2015. No. 1. URL: <http://vestnik.mininuniver.ru/jour/article/view/14/15> (date of access: 10.06.2017) (in Russ.).
11. Lazarev B. C., Martirosyan B. P. Pedagogical innovation: object, subject and basic concepts. *Pedagogika* [Pedagogics]. 2004. No. 4. P. 11–21 (in Russ.).
12. Andreev V. I. [Pedagogy. A training course for creative self-development]. 2nd ed. Kazan : Center for Innovation Technologies, 2000 (in Russ.).
13. Khutorskoy A. V. [Didactic heuristics: Theory and technology of creative learning]. Moscow : Publish. of MGU, 2003 (in Russ.).
14. Korol A. D. [Pedagogy of dialogue: from methodology to methods of teaching] : monograph. Hrodna : Yanka Kupala State University of Hrodna, 2015 (in Russ.).
15. Smantzer A. P., Rangelova E. M. [Preventive pedagogy: methodology, theory, methods]. Minsk : BSU, 2008.
16. Tsyркun I. I. [System of innovative training of humanitarian specialists]. Minsk : Tjehnologija, 2000 (in Russ.).

Статья поступила в редколлегию 23.06.2017.
Received by editorial board 23.06.2017.

УДК 37.017:17.02:316.752-057.874:37.018.11

МОДЕЛЬ СТАНОВЛЕНИЯ ДУХОВНО-НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ СЕМЬИ

Ф. В. КАДОЛ¹⁾, Т. Е. СЕРГЕЕНКО²⁾

¹⁾Гомельский государственный университет им. Франциска Скорины,
ул. Советская, 104, 246019, г. Гомель, Беларусь

²⁾Гомельский областной институт развития образования,
ул. Юбилейная, 7, 246032, г. Гомель, Беларусь

Рассмотрено одно из приоритетных направлений современной педагогики – процесс духовно-нравственного воспитания подрастающего поколения. Предпринята попытка создания модели формирования духовно-нравственных ценностей детей младшего школьного возраста в процессе педагогического взаимодействия семьи и учреждений образования. Особое внимание уделено влиянию семьи на становление духовно-нравственных ценностей учащихся. Раскрыты принципы и методы духовно-нравственного воспитания.

Ключевые слова: духовно-нравственные ценности; социально-личностные ценности; принципы и методы духовно-нравственного воспитания; модель формирования ценностей; компоненты духовно-нравственных ценностей; педагогическое взаимодействие; педагогическая культура родителей.

THE MODEL OF YOUNGER CHILDREN SPIRITUAL AND MORAL VALUES FORMATION IN MODERN FAMILY CONDITIONS

F. V. KADOL^a, T. E. SIARHEYENKA^b

^aFrancisk Skorina Gomel State University, 104 Savieckaja Street, Gomel 246019, Belarus

^bGomel Regional Institute of Education Development, 7 Jubilejnaja Street, Gomel 246032, Belarus
Corresponding author: T. E. Siarheyenka (tatiana77.08@mail.ru)

One of the priorities of modern pedagogics – the process of younger generation spiritual and moral education is presented. The authors attempted to create the model of spiritual and moral values formation of younger schoolchildren in pedagogical interaction of family and educational institutions. Extra attention is paid to the influence of the family on spiritual and moral values formation of schoolchildren. The principles and methods of spiritual and moral education are revealed.

Key words: spiritual and moral values; social-personal values; principles and methods of spiritual and moral education; components of spiritual and moral values; a model of value formation; pedagogical interaction; pedagogical culture of parents.

Образец цитирования:

Кадол Ф. В., Сергеев Т. Е. Модель становления духовно-нравственных ценностей младших школьников в условиях современной семьи // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 95–100.

For citation:

Kadol F. V., Siarheyenka T. E. The model of younger children spiritual and moral values formation in modern family conditions. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 95–100 (in Russ.).

Авторы:

Федор Владимирович Кадол – доктор педагогических наук, профессор; заведующий кафедрой педагогики факультета психологии и педагогики.

Татьяна Евгеньевна Сергеев – начальник учебно-методического отдела дошкольного и начального образования.

Authors:

Fedor V. Kadol, doctor of science (pedagogics), full professor; head of the department of pedagogics; faculty of psychology and pedagogics.

Tatsiana E. Siarheyenka, head of education and methodical department of preschool and primary education.
tatiana77.08@mail.ru

Одной из самых значимых для современного белорусского общества является задача становления творческой, нравственно воспитанной личности, которая способна сделать осознанный профессиональный выбор и несет при этом за него ответственность. Данный «социальный заказ» предполагает не только определение стратегии и конкретных путей реализации этой задачи, но и выявление возникающих в процессе достижения цели противоречий. Простых ответов быть не может, в особенности потому, что этот процесс касается формирования ценностного мира человека. Становление личности имеет сложную многоуровневую структуру, составляющие которой позволяют социально-личностным ценностям проявляться в разных плоскостях духовной культуры и особым образом влиять на межличностные отношения. Как отмечает О. Л. Жук, именно такие ценности в большей степени выражают результаты воспитания детей и учащейся молодежи. Формирование базовых ценностей определяется развитием мотивационной, эмоционально-волевой, ценностно-смысловой сфер личности, которые могут развиваться только в единстве содержательно-технологической интеграции учебного и воспитательного процессов [1].

Социально-личностные ценности, как и духовно-нравственные, формируются не спонтанно: они зависят от социальных, политических и экономических отношений в обществе, которые во многом влияют на развитие педагогической теории и образовательной практики [2]. Эта зависимость, опираясь на мировоззрение, духовно-нравственные идеалы и ценности конкретного человека, часто приводит к противоречию между желаемыми и необходимыми возможностями.

Анализ психолого-педагогической литературы¹ показывает, что духовно-нравственные ценности в контексте соответствия идеалам духовно-нравственного воспитания следует рассматривать как наследие православной культуры, утверждающее возвышенные идеалы добра и справедливости. Эти идеалы включают в себя любовь к отечеству, почитание старших, отзывчивость по отношению к людям и нуждающимся в помощи. Духовно-нравственная традиция большое значение придает терпимости к непохожему, верности слову и долгу, чувству чести и личного достоинства.

Взаимодействие учреждений общего среднего образования (далее – УО) и семьи в процессе формирования духовно-нравственных ценностей личности определяется и особенностями организации образовательного процесса, и возрастной специ-

фикой отношений ребенка с учителями и сверстниками. УО – организатор массового воспитания детей, но не единственное место для этого. В целях эффективной организации процесса становления духовно-нравственных ценностей у младших школьников УО должно научиться работать совместно со всеми участниками целостного образовательного процесса. С этой точки зрения важную роль играет каждая семья, которая имеет свой воспитательный потенциал. При этом УО берет на себя роль советчика, инструктора, контролера, а также регулирует условия жизни детей в семье.

При моделировании взаимодействия семьи и УО в становлении духовно-нравственных ценностей младших школьников важно руководствоваться положениями системного подхода, который позволяет рассматривать взаимодействие как совокупность закономерных, функционально связанных компонентов, составляющих определенную целостную систему, способствующую целенаправленному становлению духовно-нравственных ценностей младших школьников в условиях современной семьи (см. рисунок).

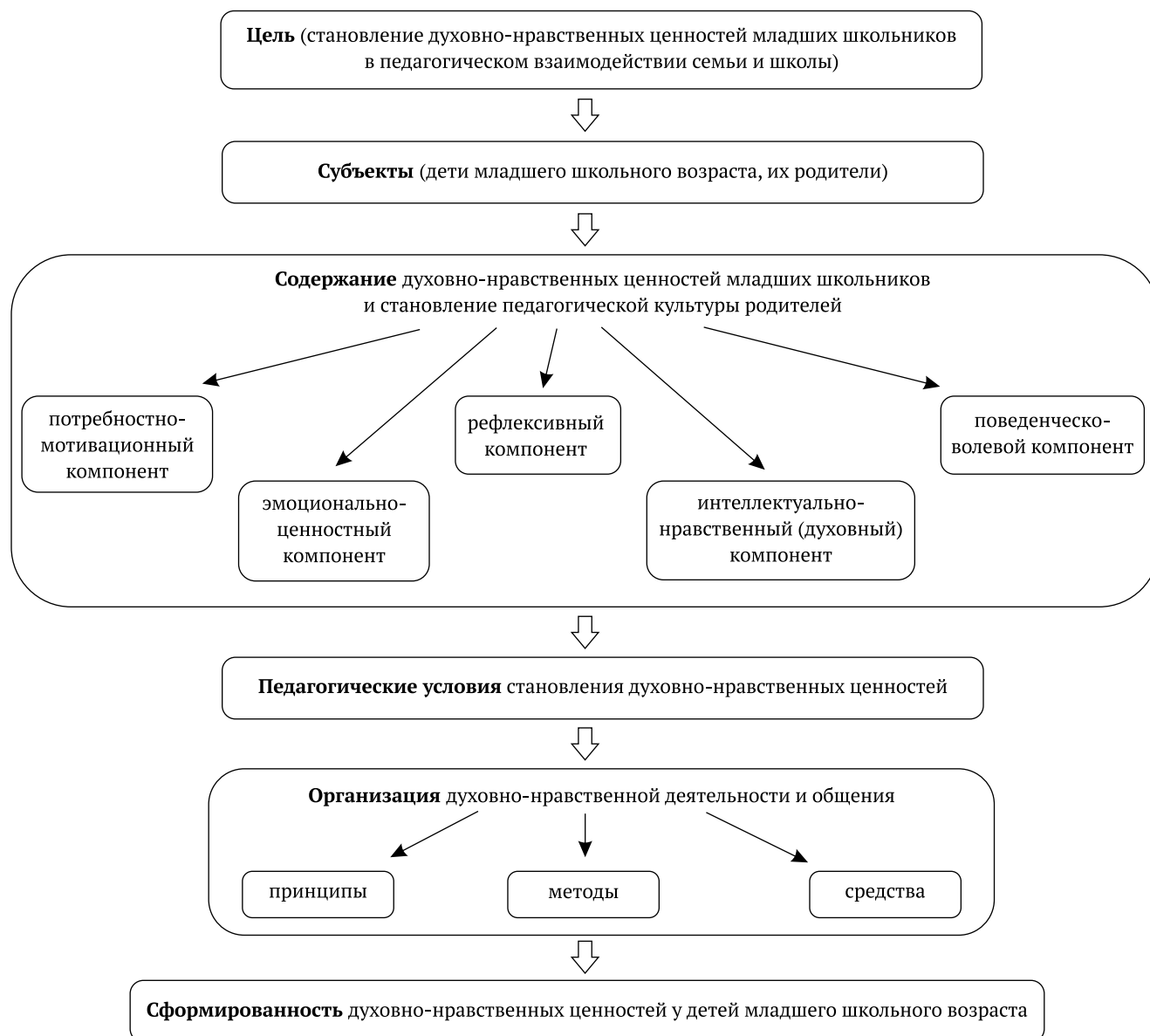
Разработанная нами модель включает в себя следующие структурные компоненты:

- *цель*, заключающуюся в становлении духовно-нравственных ценностей младших школьников в педагогическом взаимодействии семьи и школы;
- *субъекты* – это обучающиеся дети школьного возраста и их родители;
- *содержание* духовно-нравственных ценностей – развитие тех сторон и качеств личности, которые способствуют базовой саморегуляции практической деятельности воспитуемых и их духовно-нравственной ориентации в социуме;
- *педагогические условия*, в которых осуществляется становление духовно-нравственных ценностей детей.

Организация духовно-нравственной деятельности и общения младших школьников в семье осуществляется через принципы, методы и средства духовно-нравственного воспитания. Приведем некоторые из них:

- *принцип доступности* вытекает из необходимости учета в процессе становления духовно-нравственных ценностей младших школьников возрастных и индивидуальных особенностей;
- *принцип научности* предполагает учет психологических особенностей детей;
- *принцип соответствия* заключается в том, что количество информации, которую получает ребен-

¹Исаев Е. И., Слободчиков В. И. Психология образования человека: становление объективности в образовательных процессах. М. : издательство ПСТГУ, 2013; Кабуш В. Т., Трацевская А. В. Гуманизация образовательного процесса в современной школе. Минск : Национальный Институт образования, 2012; Фоменко А. А. Формирование духовных ценностей подростков средствами художественного краеведения : монография. Витебск : ВГУ им. П. М. Машерова, 2010; Щуркова Н. Е., Павлова Е. Л. Воспитание счастьем, счастье воспитания. Педагогическая технология воспитания счастливого человека в школе (Феликсология воспитания: как воспитать счастливого). М. : Центр «Педагогический поиск», 2004.



Модель становления духовно-нравственных ценностей младших школьников в условиях современной семьи
The model of spiritual and moral values formation of younger schoolchildren in a modern family

нок, должно соответствовать его индивидуальным и возрастным особенностям;

- *принцип опоры* на положительные качества ребенка;
- *принцип систематичности и последовательности* обеспечивает становление духовно-нравственных ценностей на постоянной основе;
- *принцип гуманизма*.

Методы духовно-нравственного воспитания – это способы воздействия родителей на детей в целях достижения искомого результата формирования ценностей ребенка. К методам воспитания можно отнести:

- *убеждение*, которое проявляется в воздействии родителей на чувства детей в целях становления базовых ценностей;

- *рассказ*, заключающийся в изложении фактического материала духовно-нравственного содержания;

- *пример*, основанный на стремлении детей подражать родителям в силу стойких привычек поведения;

- *беседа*, представляющая собой знакомство младших школьников с нормами, требованиями и правилами духовно-нравственного содержания;

- *анализ* конкретных духовно-нравственных ситуаций;

- *ролевая игра*, позволяющая младшему школьнику соотнести свои действия с действиями других людей.

Средства духовно-нравственного воспитания – это методики, направленные на формирование

готовности к реализации духовно-нравственных ценностей. Результатом деятельности оказывается сформированность базовых ценностей у детей младшего школьного возраста.

Семья является первым и ведущим социальным институтом, в котором формируются базовые ценности. Влияние семьи на духовно-нравственную культуру младших школьников определяется единством потребностно-мотивационного, интеллектуально-нравственного (духовного), эмоционально-ценностного, поведенческо-волевого и рефлексивного компонентов. Опишем их педагогическую сущность.

Потребностно-мотивационный компонент является стремлением овладеть духовно-нравственным опытом воспитания в семье, нацеленностью родителей на достижение положительного результата воспитания ребенка, желанием быть ответственным родителем и выступать примером для собственного ребенка. *Интеллектуально-нравственный (духовный) компонент* включает в себя знание основ нравственной культуры, заключается в умении правильно распоряжаться духовно-нравственными знаниями, соотносить их с конкретной ситуацией, неожиданными и индивидуальными стечениями событий реальной жизни, а главное – в умении самостоятельно добывать и пополнять эти знания. *Эмоционально-ценностный компонент* предполагает глубинное переживание вместе с ребенком его духовных проблем, неудач, радостей и достижений, а также умение родителей владеть собой в общении с ребенком; настойчивость, терпение и принципиальность в достижении целей духовно-нравственного воспитания; умение управлять своими чувствами и настроением в проблемных ситуациях. *Поведенческо-волевой компонент* включает в себя чтение психолого-педагогической литературы, касающейся вопросов семейного воспитания (в том числе православной); консультирование по тем же вопросам у специалистов – педагогов, психологов, социальных педагогов; умение находить компромисс в спорных педагогических ситуациях с другими участниками процесса семейного воспитания; умение творчески применять опыт духовно-нравственного воспитания предыдущих поколений. *Рефлексивный компонент* предполагает выработку системы умений оценивать результаты духовно-нравственного воспитания, изменять свои воспитательные позиции, работать над собой как личностью.

Успешному становлению духовно-нравственных ценностей младшего школьника в семье способствуют следующие условия: ориентация родителей на уважение достоинства личности ребенка; сформированность в семье эмоционально-ценностный отношений; создание высококультурной среды семьи [3]. Неслучайно И. А. Ильин, рассма-

тривая процесс становления духовных ценностей ребенка под влиянием родителей, писал, что «человек с детства воспринимает в душу поток чужого воспитывающего волеизъявления; уже тогда, когда сила очевидности еще не пробудилась в его душе и сила любви еще не одухотворилась в нем для самовоспитания, – в душу его как бы вливалась воля других людей, направленная на определение, оформление и укрепление его воли; еще не будучи в состоянии строить себя самостоятельно, он строил себя авторитетным, налагавшимся на него изволением других – родителей, церкви, учителей, государственной власти – научась верному, твердо-му волеуправлению» [4, с. 16–17].

Немецкий поэт XV в. Себастьян Брант в стихотворении «Родителям о воспитании» указывал: «Ребенок учится тому, что видит у себя в доме – родители пример ему» [5]. Помня слова великого классика, родители в современных социокультурных условиях должны постоянно поднимать уровень собственной духовно-нравственной культуры на необходимую высоту, развивать умение полностью управлять собой, чтобы своим поведением никогда не подавать ребенку негативный пример. В процессе воспитания родителям необходимо помогать ребенку видеть духовную красоту человека и окружающего мира, сопутствовать его духовному восхождению. Родителям важно создать особую атмосферу уюта, чтобы ребенок в семье чувствовал себя комфортно; формировать и развивать культурную среду, способствующую духовно-нравственному развитию и саморазвитию личности ребенка, расширению его интересов, улучшению генетически заданных способностей, социальных и духовно-нравственных качеств и чувств [6]. *Духовно-нравственная культура семьи* – это совокупность социальных и личностно значимых духовно-нравственных ценностей, взаимоотношений между родителями и детьми, семейных традиций – все перечисленное обеспечивает успешный процесс социализации и индивидуализации ребенка.

На духовно-нравственное становление личности ребенка в семье оказывают влияние объективные и субъективные факторы социальной среды, каждый из которых имеет свои особые социально-педагогические возможности. Связь компонентов и факторов духовно-нравственного воспитания младших школьников в семье базируется на активном взаимодействии всех членов семьи и включает в себя цель как планируемый итог и результат взаимодействия, его задачи и содержательный аспект. *Цель* обуславливает взаимодействие в семье с точки зрения необходимости организации ребенка в современном социуме. Главным итогом взаимодействия считаются качественные изменения в духовно-нравственном сознании и поведении ребенка, усиление его познавательной активности,

успешное преодоление трудных жизненных ситуаций, формирование чувства прекрасного, твердая духовно-нравственная позиция в условиях моральной нестабильности. *Задачи*, решаемые для достижения поставленной цели, определяют последовательность действий, осуществляя которые, члены семьи влияют друг на друга. *Содержательный аспект* взаимодействия наполняет данный процесс системой педагогических мер и процедур, направленных на оптимизацию духовно-нравственной взаимосвязи членов семьи. Взаимодействие может считаться состоявшимся только тогда, когда оно изменяет духовно-нравственную позицию участвующих субъектов.

Модель становления духовно-нравственных ценностей младших школьников в условиях современной семьи была реализована в государственных учреждениях образования Республики Беларусь (ГУО) «Гимназия г. Калинковичи», «Гимназия г. Хойни-

ки», «Гимназия № 58 г. Гомеля имени Ф. П. Гааза», «Средняя школа № 8 г. Гомеля», «Средняя школа № 30 г. Гомеля», «Даниловичский детский сад – начальная школа» Ветковского района. Эти учреждения приняли участие в инновационном проекте Министерства образования Республики Беларусь по духовно-нравственному воспитанию учащихся на православных традициях и ценностях белорусского народа.

Анализ методики изучения духовно-нравственных отношений в классе (по С. Я. Ермолич), полученных в ходе проведения инновационной работы, позволил провести сравнительный анализ данных уровней сформированности духовно-нравственных ценностей учащихся 1–4-х классов указанных выше ГУО (см. таблицу). Экспериментальная (внедрялся инновационный метод) и контрольная (метод не внедрялся) группы состояли из 1200 рецептов (по 600 в каждой).

**Сравнительный анализ сформированности духовно-нравственных ценностей
у детей младшего школьного возраста**

**Comparative analysis of spiritual and moral values formation
in children of younger schoolchildren**

Характеристики	Экспериментальная группа				Контрольная группа			
	в начале		в конце		в начале		в конце	
	кол-во, чел.	%	кол-во, чел.	%	кол-во, чел.	%	кол-во, чел.	%
Честность	364	60,6	453	75,5	371	61,8	403	67,1
Сочувствие	498	83,0	562	93,6	501	83,5	525	87,5
Доброта	499	83,2	568	94,7	506	84,3	527	87,8
Вежливость	302	50,4	411	68,5	309	51,5	378	63,0
Послушание	346	57,7	463	77,2	337	56,2	431	71,8
Отзывчивость	414	69,0	521	86,9	423	70,5	499	83,2
Верность слову и долгу	361	60,2	449	83,2	369	61,5	401	66,8
Достоинство	341	56,9	412	68,7	343	57,2	289	64,8
Милосердие	469	78,2	563	93,8	458	76,3	519	86,5
Дружелюбие	437	72,8	584	97,3	453	75,5	549	91,5

Помимо указанного в таблице, у детей экспериментальной группы отмечалось возрастание интереса к истории и культуре, а также к учебным предметам гуманитарного цикла (68 % – в экспериментальной группе, 45 % – в контрольной), рост читательской активности и изменение ее направленности в сторону познавательности (пользовались библиотеками 73 % учащихся экспериментальной группы, 58 % – контрольной группы), расширение кругозора, формирование устойчивого уважения к традициям.

По результатам методики «Кинетический рисунок семьи» можно говорить о том, что за время

реализации проекта в экспериментальной группе улучшилась семейная ситуация на 4 %, снизилась тревожность и конфликтность в семьях на 8 %, а чувство неполноценности – на 4 %. В контрольной группе также наблюдались некоторые изменения: улучшилась благоприятная семейная ситуация на 4 %, конфликтность в семьях снизилась на 6 %, а чувство неполноценности – на 4 %. Однако личностная тревожность не изменилась и осталась равна 4 %.

В заключение отметим, что внедрение модели становления духовно-нравственных ценностей младших школьников в условиях современной

семьи успешно реализуется в русле актуальных проблем гуманизации педагогической науки и образовательной практики. Данное исследование проводится с учетом запросов и потребностей учреждений образования Республики Беларусь в области поиска продуктивных форм, методов и средств духовно-нравственного воспитания младших школьников в современных социокультурных условиях.

Внедрение модели повышает близость межличностного взаимодействия родителей с другими членами семьи, их удовлетворенность отношениями. Духовно-нравственная компетентность педагогов и родителей расширяет границы воспитательного пространства обучающихся и обеспечивает их активный выход в социум в контексте усвоенных духовно-нравственных ценностей.

Библиографические ссылки

1. Жук О. Л., Богомазов А. П. Теоретико-методические основы воспитания студентов в современном университете // Выш. шк. 2014. № 6. С. 3–8.
2. Слостенин В. А., Исаев И. Ф., Шиянов Е. Н. Педагогика / под ред. В. А. Слостенина. М. : Академия, 2013.
3. Кадол Ф. В. Сущность нравственного воспитания как важнейшего компонента базовой культуры личности // Педагог. наука и образование. 2014. № 2. С. 73–79.
4. Ильин И. А. О сопротивлении злу силой. М. : Даръ, 2014.
5. Брант С. Корабль дураков. 2-е изд., стер. Харьков : Литера Нова, 2012.
6. Чечет В. В. Педагогика семьи. Минск : БГПУ, 2015.

References

1. Zhuk O. L., Bogomazov A. P. [Teoretiko-methodical bases of student education in modern university]. *Vyshejschaja shkola*. 2014. No. 6. P. 3–8 (in Russ.).
2. Slastenin V. A., Isaev I. F., Shiyanov E. N. [Pedagogy]. Moscow : Academy, 2013 (in Russ.).
3. Kadol F. V. [The essence of moral education as an important component of personal basic culture]. *Pedagog. nauka i obrazovanie*. 2014. No. 2. P. 73–79 (in Russ.).
4. Ilyin I. A. [About the resistance to evil by force]. Moscow : Dar, 2014 (in Russ.).
5. Brant S. [Ship of Fools]. Harkov : Litera Nova, 2012 (in Russ.).
6. Chechet V. V. [Family pedagogy]. Minsk : BSPU, 2015 (in Russ.).

Статья поступила в редакцию 10.08.2017.
Received by editorial board 10.08.2017.

КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ МОДЕЛИ ПОДГОТОВКИ ВЫПУСКНИКОВ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

А. В. МАКАРОВ¹⁾

¹⁾Республиканский институт высшей школы, ул. Московская, 15, 220007, г. Минск, Беларусь

Рассматриваются различные контексты, влияющие на проектирование и реализацию современных компетентностных моделей подготовки выпускников учреждений высшего образования: болонский контекст, опыт российских университетов, преемственность и инновации в компетентностных моделях белорусских стандартов высшего образования нового поколения. Анализируется алгоритм операционализации компетентностного подхода в белорусских стандартах высшего образования. Рассматриваются особенности проектирования обновленных групп компетенций в белорусских стандартах поколения 3+.

Ключевые слова: компетентностная модель в болонском проекте *TUNING*; универсальные компетенции; компетентностная модель образовательных стандартов поколения 3+.

COMPETENCY-ORIENTED MODELS OF TRAINING OF GRADUATES OF HIGHER SCHOOLS

A. V. MAKAROV^a

^aNational Institute for Higher Education, 15 Mascoŭskaja Street, Minsk 220007, Belarus

Various contexts affecting the design and implementation of modern competence models for the training of graduates of higher education institutions are considered. Among them: the Bologna context, the experience of Russian universities, continuity and innovation in the competence models of the Belarusian standards of higher education of the new generation. The algorithm of operationalization of the competence approach in Belarusian higher education standards is analyzed. The peculiarities of designing updated groups of competences in the Belarusian standards of generation 3+.

Key words: competence model in the Bologna project *TUNING*; universal competencies; competence model of educational standards of generation 3+.

Введение

В Республике Беларусь осуществляется масштабная модернизация системы высшего образования. На этот процесс оказывают влияние различные факторы. Например, современные национальные приоритеты, глобальные тенденции развития высшего образования, Болонский процесс, передовой опыт стран СНГ.

Вхождение Республики Беларусь в Европейское пространство высшего образования (ЕПВО) актуализировало проблему дальнейшего развития компетентностного подхода в контексте Болонского процесса применительно к обновляемым образовательным стандартам поколения 3+. Беларусь с 15 мая 2015 г. выступает полноправным участ-

Образец цитирования:

Макаров А. В. Компетентностно-ориентированные модели подготовки выпускников учреждений высшего образования // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 101–107.

For citation:

Makarov A. V. Competency-oriented models of training of graduates of higher schools. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 101–107 (in Russ.).

Автор:

Анатолий Васильевич Макаров – кандидат философских наук, профессор; профессор кафедры проектирования образовательных систем.

Author:

Anatoly V. Makarov, PhD (philosophy), full professor; professor at the department of the designing of education systems.
Makarov_pr@mail.ru

ником Болонского процесса, в связи с этим страна предпринимает ряд действий по внесению соответствующих изменений в Кодекс Республики Беларусь об образовании. Определена обновленная структура высшего образования: общее высшее (бакалавриат) и углубленное высшее (магистратура).

На состоявшемся 16 июня 2016 г. заседании Республиканского Совета ректоров учреждений высшего образования (УВО) было принято решение «О разработке типовой учебно-планирующей документации нового поколения (образовательных стандартов и примерных учебных планов)» [1]. В решении указана целесообразность разработки нового поколения стандартов в формате 3+ на основе существующих стандартов третьего поколения.

Также отмечена необходимость пересмотреть порядок и принципы разработки образовательных стандартов и примерных учебных планов. Ключевые принципы, которые определяют деятельность учебно-методических объединений (УМО), УВО и Республиканского института высшей школы на данном этапе развития образования, – это реализация компетентностного подхода, модульное проектирование учебных планов и стандартов, профилизация (компонент УВО), тесная взаимосвязь бакалаврской и магистерской моделей подготовки [1].

В связи с этим рассмотрим подробнее международный опыт и отечественные приоритеты проектирования компетентностных моделей подготовки выпускников УВО.

Компетентностная модель в болонском проекте *TUNING*

Распространившись во многих странах мира в конце прошлого столетия, компетентностный подход получил свое развитие в рамках Болонского процесса, вследствие этого начал осуществляться парадигмальный сдвиг в университетском образовании, а также в организации и содержании учебного процесса. Ставка делается на студентоцентризм, разрабатываются индивидуальные образовательные траектории для обучаемых, создаются модульные компетентностно-ориентированные учебные программы и т. п.

Квинтэссенцией реализации компетентностного подхода на методологическом, методическом и практикоориентированном уровнях явился болонский проект *TUNING* («Настройка образовательных структур») [2].

Для Республики Беларусь важным фактором представляется изучение основных положений проекта, а также применение некоторых из них, наиболее приемлемых, с учетом адаптации к сложившейся национальной системе высшего образования.

В проекте *TUNING* выделены четыре теоретико-прикладные линии действия:

- 1) результаты обучения – универсальные компетенции;
- 2) предметно-специализированные компетенции;
- 3) новые перспективы *ECTS* («Европейская система накопления и переноса кредитов»);
- 4) подходы к преподаванию, обучению, оцениванию эффективности работы и ее качества.

Проект *TUNING* представляет интерес для изучения и внедрения в систему образования по следующим причинам:

- 1) в проекте показана возможность настройки национальных образовательных систем для взаимодействия друг с другом;
- 2) проект демонстрирует поиск европейскими УВО ответов на вопросы, касающиеся двухуровне-

вой системы высшего образования, применения системы зачетных единиц *ECTS* и ее инструментария, модульных образовательных программ, новых элементов планирования, разработки и оценивания квалификаций – результатов образования и компетенций;

3) в рамках проекта сформировалась методология выявления и классификации компетенций;

4) в проекте обосновывается необходимость выдвижения новых требований к методике преподавания, образовательным технологиям, организационным формам, а также к преподавателям и студентам, оцениванию их достижений;

5) проект обосновывает необходимость совместной работы УВО, работодателей и выпускников для идентификации компетенций и проектирования содержания образования.

Проект *TUNING* не предусматривает разработку какого-либо универсального общеевропейского учебного плана. Одна из *ключевых задач* этого проекта – способствовать развитию степеней, которые будут легко пониматься и сравниваться друг с другом в разных странах, а также облегчить понимание природы бакалавра и магистра с точки зрения их способности к достижению результатов. При этом полагается, что многообразие высшего образования Европы является достоянием, которое очень важно сохранить. Каждая система обладает определенной степенью логичности, отказываться от которой в пользу одной или нескольких новых моделей не целесообразно.

В проекте *TUNING* достигнут методологический консенсус относительно самого определения компетенций и соответствующих структурных компонентов. Понятие *компетенции* в проекте включает *знание и понимание* (теоретическое знание академической области, способность знать и понимать), *знание как действовать* (практическое и оперативное применение знаний к конкретным ситуациям),

знание как *быть* (ценности как неотъемлемая часть способа восприятия и жизни с другими в социальном контексте) [2].

Другая важная черта проекта *TUNING* заключается в том, что степени рассматриваются с точки зрения результатов обучения, особенно касаясь отношения к компетенциям. В проекте выделены *два типа компетенций*: общие (или универсальные) компетенции (инструментальные, межличностные и системные) и компетенции, отражающие специфику профессиональной подготовки. Анализ важности универсальных компетенций, в рамках данного проекта, в Европе производился на основании анкетирования респондентов. Выборка проводилась из 5183 выпускников, 944 предпринимателей, 998 профессоров и преподавателей УВО. В результате были отобраны и внесены в анкету проекта *TUNING* 30 универсальных компетенций. Во всей Европе выявилась сильная корреляция между оценками, которые выставляли работодатели и выпускники. По общему мнению относительно ранжирования компетенций выпускников этих двух групп, а также по мысли профессоров и преподавателей, наиболее значимыми явились следующие универсальные компетенции:

- 1) базовые знания в различных областях;
- 2) способность учиться;
- 3) способность к анализу и синтезу;
- 4) способность применять знания на практике;
- 5) способность адаптироваться к новым ситуациям.

В числе других значимых компетенций выделяются: способность порождать новые идеи, работать в команде, знание второго языка, принятие различий и мультикультурности и т. д. [2].

Аналогичная работа была проведена и в Республике Беларусь [3]. К опросу по анкете проекта *TUNING* привлекался 271 респондент, из них 50 – выпускники УВО, 63 – члены профессорско-преподавательского состава энергетического факультета Белорусского национального технического университета, 158 – специалисты-практики электроэнергетической отрасли.

Сравнительный анализ показывает, что мнения академических сообществ Европы и Республики Беларусь схожи: совпали все 5 компетенций, выделяемых как важнейшие и универсальные. По наименее важным компетенциям также практически единодушное мнение высказали работодатели, выпускники и академическое сообщество как Европы, так и Республики Беларусь [3].

Итоги указанного социологического опроса в рамках проекта *TUNING* считаются важными в части формирования в УВО универсальных компетенций, обеспечиваемых компетентностно-ориентированными образовательными программами.

Кроме приобретаемых выпускниками УВО универсальных компетенций, в проекте *TUNING* утверждается, что учебные программы должны быть нацелены также и на формирование специализированных (профессиональных) компетенций, называемых в проекте результатами обучения. Эти компетенции должны быть определены как формирование того, что будет знать и понимать выпускник УВО, а также что он способен демонстрировать после завершения программы обучения. Эти результаты базируются на пяти элементах (дублинские дескрипторы): знание, понимание, применение знаний и понимания, способность выносить суждения, коммуникативные навыки.

Российский опыт реализации компетентностного подхода в высшем образовании

Концептуальное ядро российских образовательных стандартов высшего образования нового поколения составляет компетентностный подход к ожидаемым результатам высшего образования. Макет Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (далее – ФГОС ВПО) является комплексной нормой качества высшего образования и отдает право формулировать многие положения непосредственно каждому УВО [4, с. 48–54]. Введен ключевой термин «Основная образовательная программа» (далее – ООП). При этом разработку примерной ООП организует Министерство образования и науки, а вузовскую ООП – непосредственно само УВО. Фактически вузовская ООП представляет собой стандарт УВО.

ООП учреждения высшего образования – это комплексный проект образовательного процесса

в УВО по определенному направлению, уровню и профилю подготовки, представляющий собой систему взаимосвязанных документов.

В общей структуре (макете) ООП представлены два раздела: «Компетенции выпускника» и «Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП». В документах предусматривается разработка компетентностно-ориентированного учебного плана, паспортов и программ по формированию у студентов обязательных компетенций.

Таким образом, на нормативном уровне в системе высшего образования Российской Федерации закреплены механизмы и модель реализации компетентностного подхода. Общая рамка его реализации задается ФГОС ВПО. При этом в стандарте конкретного уровня (бакалавриат, специалитет, магистратура) и соответствующего направления

подготовки определяются обязательные компетенции. Выделяются следующие группы компетенций: общекультурные, общепрофессиональные, профессиональные. Обязательные компетенции кодифицируются. УВО вправе дополнить набор компетенций выпускников с учетом направленности программы бакалавриата (магистратуры) на конкретные области знания и (или) виды деятельности.

Дальнейшее развитие требований и механизмов реализации компетентностных моделей подготовки выпускников осуществляются УВО самостоятельно в рамках ООП с учетом требований соответствующих примерных основных образовательных программ. Свобода УВО здесь достаточно велика: в действующем ФГОС 3+ в приводимых структурах образовательных программ отсутствует набор обязательных дисциплин (модулей), формирующих определенные компетенции. Выбор дисциплины является прерогативой УВО.

Следует также выделить особую координирующую роль, которую сыграл постоянно действующий методологический семинар «Россия в Болонском процессе: проблемы, задачи, перспективы». Семинар функционирует с 2004 г. на базе Исследовательского центра проблем качества подготовки специалистов Московского института стали и сплавов. Основная тема данного методологического семинара – «Компетентностный подход в современном профессиональном образовании: проектирование государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ГОС ВПО)». В рамках деятельности семинара была подготовлена и издана серия трудов и материалов. В их числе представлены научно-методические разработки по проблемам реализации компетентностного подхода в высшем образовании следующих авторов: В. И. Байденко, А. А. Вербицкого, И. Г. Галяминой, Н. А. Гришановой, И. А. Зимней, В. В. Ищенко, А. С. Казуровой, Б. К. Коломиец, С. В. Коршунова, Н. Н. Нечаева, В. В. Рябова, З. С. Сазонова, Н. А. Селезневой, Ю. Г. Татура, Л. А. Трубиной, Ю. В. Фролова, И. В. Челпанова, В. Д. Шадрикова и др. [4, с. 48–54].

Российские ученые, занимающиеся проблемами модернизации высшего образования, в последнее время внесли значительный вклад в методолого-теоретическое обоснование компетентностного подхода, а также в разработку понятийного аппарата и классификации компетенций. Особого внимания заслуживает опыт применения системного подхода к проектированию иерархической компоновки состава компетентностной модели выпускника университета, который был представлен Московским институтом стали и сплавов (МИСиС) [5, с. 48–55]. Учебно-методическое объединение по образованию в области металлургии при разработке образовательного стандарта и основной образовательной программы (ООП) исходило из двух основополагающих моделей: компетентностной модели выпуск-

ника и модели формирования компетентности. Первая отражает результат образования, а вторая – процесс достижения этой цели. Модель формирования компетентности представляет собой иерархически связанную совокупность дисциплинарных компетенций от первого курса до выпуска студента из УВО. Ориентированны эти компетенции на формирование отраженных в модели выпускника результатов образования.

Российские разработчики образовательных стандартов и программ отмечают, что компетентность выпускника (в данном контексте ее можно назвать целостная компетентность) в разработанной модели складывается из частных компетентностей, которые формируются в учебном процессе, организационной, воспитательной, общественной и практической деятельности, в процессе самовоспитания и взаимодействия.

Модель выпускника включает следующие группы частных компетентностей: социальные, инструментальные, общие профессиональные и специальные профессиональные.

Приведем примеры частных компетентностей, формируемых у студента:

1) *социальные компетентности*: самосовершенствование, здоровьесбережение, коммуникативность, гражданственность, социальное взаимодействие;

2) *инструментальные компетентности*: способности владеть методами анализа и синтеза, проводить расчеты и делать выводы, пользоваться приборами и оборудованием, пользоваться процессным подходом, находить и перерабатывать информацию, использовать информационные средства и технологии, владеть русским и иностранными языками;

3) *общепрофессиональные компетентности*: способности моделировать, анализировать и синтезировать, планировать и организовывать, обосновывать и принимать решения, исследовать, управлять, прогнозировать, составлять, оценивать, устанавливать;

4) *специальные профессиональные компетентности*: умения разрабатывать и корректировать технологические процессы, выполнять проекты, управлять ими, управлять технологическими процессами, выявлять объекты для улучшения в технике и технологии, обеспечивать безопасность и охрану окружающей среды, поддерживать производственную среду (соблюдать требования к производственной среде)».

Стандартизаторы и разработчики компетентностной модели выпускника МИСиС завершают вышеприведенную иерархическую совокупность компетенций детализацией частных компетенций в дисциплинарные [5, с. 48–55].

Приведенный опыт лучших российских практик несомненно следует учитывать при проектировании белорусских образовательных стандартов 3+ и образовательных программ в целом.

Компетентностный формат белорусских стандартов высшего образования

Реализация компетентного подхода в проектировании белорусских стандартов высшего образования началась с разработки образовательных стандартов второго поколения. С 2008/09 учебного года во всех УВО Республики Беларусь начали реализовываться образовательные стандарты нового поколения в компетентностном формате по 378 специальностям.

Главной отличительной особенностью действующих стандартов высшего образования третьего поколения также является компетентностный подход [4]. С 2013/14 учебного года учреждения высшего образования по 384 специальностям приступили к реализации стандартов первой ступени высшего образования третьего поколения [6]. На общей методологической базе в компетентностном формате были также спроектированы стандарты по циклу социально-гуманитарных дисциплин первой ступени высшего образования (бакалавриат) [7] и стандарты второй ступени высшего образования (магистратура) [8].

При разработке компетентностной модели белорусских стандартов нового поколения в значительной степени были учтены принципы и опыт Болонского процесса. В частности, в белорусских стандартах был использован опыт проекта *TUNING* по проектированию результатов обучения в терминах универсальных и предметно-специализированных компетенций. Одновременно использовался и адаптированный опыт разработки российских и украинских стандартов в компетентностном формате.

Рассмотрим алгоритм операционализации компетентностного подхода в белорусских стандартах высшего образования.

Компетентностный подход представлен в действующих образовательных стандартах на различных уровнях и в различных контекстах. На терминологическом уровне в стандартах даются следующие термины и определения:

- 1) *компетентность* – выраженная способность применять свои знания и умения;
- 2) *компетенция* – знания, умения, опыт и личностные качества, необходимые для решения теоретических и практических задач;
- 3) *социально-личностные компетенции* – совокупность знаний и умений по социально-гуманитарным дисциплинам, а также способность выпускника использовать их для решения и исполнения гражданских и социально-профессиональных задач и функций.

В качестве общих целей подготовки специалиста в Макете образовательного стандарта выделяются формирование и развитие социально-профессиональной и практико-ориентированной компетентности, позволяющей сочетать академические, социально-личностные и профессиональные компетенции для решения задач в сфере профессиональной и социальной деятельности [9; 10].

Следующий уровень операционализации компетентностного подхода в белорусских стандартах высшего образования нового поколения включает в себя формирование трех групп компетенций:

- 1) *академических*, включающих в себя знания и умения по изученным учебным дисциплинам, а также умение учиться;
- 2) *социально-личностных*, включающих в себя культурно-ценностные ориентации, знание идеологических и нравственных ценностей общества и государства, умение им следовать;
- 3) *профессиональных*, включающих способность решать задачи, разрабатывать планы и обеспечивать их выполнение в избранной сфере профессиональной деятельности.

Далее каждая группа компетенций операционализуется на уровне нормативных требований по конкретным компетенциям.

Последующая операционализация компетентностного подхода в образовательных стандартах представлена на трех уровнях:

- 1) компетентностное содержание изучаемых учебных дисциплин («знать», «уметь», «владеть»);
- 2) научно-методическое обеспечение учебного процесса (разработка и внедрение инновационных образовательных систем и технологий, адекватных компетентностному подходу);
- 3) диагностирование компетенций студента/выпускника (фонды оценочных средств, вариативные оценочные технологии и т. п.)

Приведенный анализ алгоритма операционализации компетентностного подхода в белорусских стандартах нового поколения позволяют экстраполировать вышерассмотренные подходы на процесс проектирования и реализации компетентностно-ориентированных моделей подготовки выпускника в конкретных УВО.

В связи с этим особо актуализируется проблема создания адекватной учебно-воспитательной среды, выработки механизмов по формированию и развитию компетентностных моделей и конкретных компетенций студентов и выпускников в каждом УВО.

Проектирование обновленных групп компетенций в белорусских стандартах поколения 3+

С учетом вышеуказанных изменений и дополнений к Кодексу об образовании, а также принимая во внимание решение республиканского совета

ректоров № 2 от 16.03.2016 г., в макетах образовательных стандартов поколения 3+ на уровнях бакалавриата и магистратуры выделяются три об-

новленные группы компетенций: универсальные, профессиональные и специализированные [9; 10]. Соответственно, предполагаются компетентностные образовательные среды по их формированию и развитию (рис. 1)

Европейские эксперты и работодатели отмечают, что универсальные компетенции в современных условиях играют не менее важную роль в подготовке специалиста с высшим образованием любого профиля, чем предметно-специализированные (профессиональные) компетенции. Обладание современными универсальными компетенциями способствует мобильности и трудоустраиваемости выпускников, продолжению обучения на последующих уровнях высшего образования, а также обучению профессии в течение всей жизни.

Как известно, в действующих белорусских стандартах высшего образования две первые группы компетенций (социально-личностные и академические) в своей совокупности коррелируют с вышеуказанными болонскими универсальными компетенциями, сохраняя при этом национальные приоритеты и традиции высшего образования. На современном этапе проектирования белорусских стандартов поколения 3+ необходимо еще раз учесть и позаимствовать позитивный опыт болонского проекта *TUNING* («Настройка образовательных структур»). Наша авторская версия перечня сквозных универсальных компетенций, формируемых и развиваемых на уровнях бакалавриата и магистратуры, представлена в отдельной статье «Особенности проектирования универсальных компетенций в белорусских стандартах высшего образования поколения 3+», опубликованной в журнале «Высшая школа» № 5 за 2016 г. [11].

В прилагаемых к стандартам поколения 3+ примерных учебных планах специальности в обязательном порядке представлена матрица кодифицированных компетенций. Она включает в себя ограниченное количество интегральных универсальных компетенций, обобщенные базовые профессиональные компетенции и обобщенные специализированные компетенции. По аналогии с приведенным алгоритмом лучших российских практик, белорусским УМО и УВО предстоит осуществить декомпозицию интегральных универсальных и обобщенных базовых профессиональных и специализированных компетенций на группы частных и предметных компетенций. Макет примерного учебного плана специальности поколения 3+ предусматривает его модульное проектирование, что дает возможность видеть, какими модулями закрываются группы частных компетенций.

Дисциплинарные компетенции в белорусских стандартах поколения 3+ традиционно будут представлены в государственном компоненте обязательных дисциплин («знать», «уметь»). Компонент УВО передан в компетенцию учреждениям высшего образования, а в частности – их кафедрам.

При проектировании образовательных стандартов и образовательных программ следует разработать не только определенную иерархию компетенций, но и соответствующие механизмы их реализации, которые в совокупности дают представления и гарантии, что провозглашаемые общие цели и формулируемые стандартные требования к составу компетенций будут успешно реализованы в учебно-воспитательном процессе УВО [5]. Модель формирования компетентности выпускника УВО в общем плане можно представить следующим образом (рис. 2).

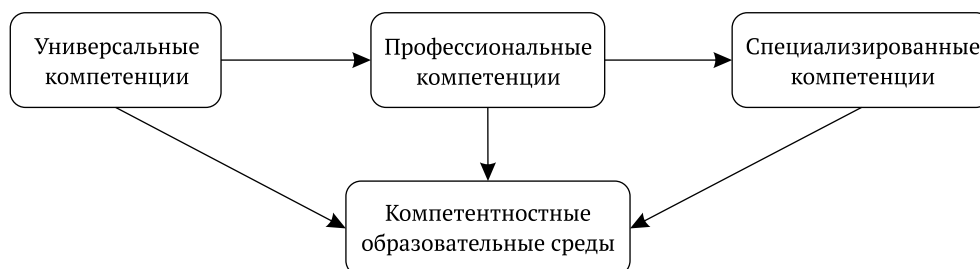


Рис. 1. Группы компетенций и образовательные среды в стандартах 3+

Fig. 1. Competence groups and educational environments in 3+

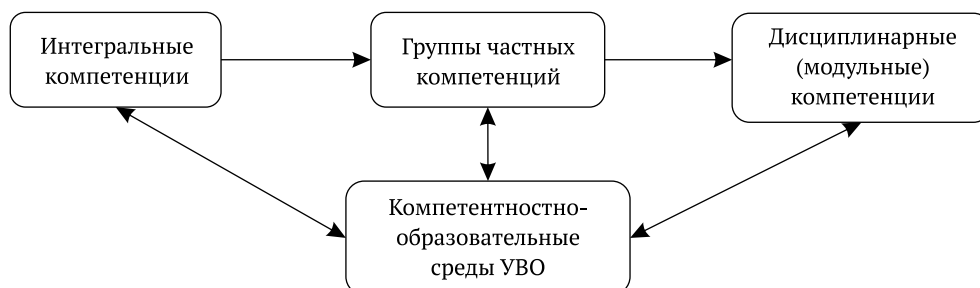


Рис. 2. Модель формирования компетентности выпускника УВО

Fig. 2. The model of forming the competency of the graduate student of the institution of higher education

Как видно из рисунка, все группы компетенций реализуются на основе создаваемых в университетах образовательных сред разного уровня и назначения. В совокупности среды составляют инновационную компетентностно-ориентированную модель подготовки выпускника. Основными компонентами (системами и подсистемами) такой модели являются: компетентностно-ориентиро-

ванные учебные программы, модели управляемой самостоятельной работы студентов, информационно-образовательные среды, модульные системы и технологии обучения, формы и методы активного обучения, современные инновационные образовательные технологии, системы и фонды диагностирования компетенций студентов и выпускников [3–5].

Библиографические ссылки

1. Республиканский совет ректоров учреждений высшего образования от 16.06.2016. Решение № 2 «О разработке типовой учебно-планирующей документации нового поколения образовательных стандартов и примерных учебных планов [Электронный ресурс]. URL: <http://srrb.niks.by/solution/2016-06-12-2.pdf> (дата обращения: 10.09.2017).
2. Байдено В. И. Болонский процесс: поиск общности Европейских систем высшего образования (проект TUNING). [Электронный ресурс] URL: http://yspu.org/trn_level_edu/7/tuning1.pdf (дата обращения: 10.09.2017).
3. Федин В. Т. Диагностирование компетенций выпускников ВУЗов / под ред. А. В. Макарова. Минск : РИВШ, 2008.
4. Макаров А. В., Федин В. Т. Проектирование и реализация стандартов высшего образования. Минск : РИВШ, 2013.
5. Макаров А. В., Перфильев Ю. С., Федин В. Т. Реализация компетентностного подхода в системах высшего образования: зарубежный и отечественный опыт. Минск : РИВШ, 2015.
6. Макет образовательного стандарта высшего образования первой ступени. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nihe.bsu.by/index.php/ru/norm-doc> (дата обращения: 10.09.2017).
7. Образовательный стандарт «Высшее образование. Первая ступень. Цикл социально-гуманитарных дисциплин». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nihe.bsu.by/index.php/ru/norm-doc> (дата обращения: 10.09.2017).
8. Макет образовательного стандарта высшего образования второй ступени (магистратуры). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nihe.bsu.by/index.php/ru/norm-doc> (дата обращения: 10.09.2017).
9. Макет образовательного стандарта общего высшего образования (бакалавриата). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nihe.bsu.by/index.php/ru/upd>. (дата обращения: 10.09.2017).
10. Макет образовательного стандарта углубленного высшего образования (магистратуры). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nihe.bsu.by/index.php/ru/upd> (дата обращения: 10.09.2017).
11. Макаров А. В. Особенности проектирования универсальных компетенций в белорусских стандартах высшего образования поколения 3+ // Высшая школа. 2016. № 5. С. 3–8.

References

1. [Republican Concil of Recots decision from 16.06.2016. No. 2 «The development of a model educational and planning documentation of a new generation (educational standards and model curriculum)»]. URL: <http://srrb.niks.by/solution/2016-06-12-2.pdf> (date of access: 10.09.2017) (in Russ.).
2. Bidenko V. [The Bologna process: the search for a commonality of European higher education systems (the TUNING project)]. URL: http://yspu.org/trn_level_edu/7/tuning1.pdf (date of access: 10.09.2017) (in Russ.).
3. Fedin V. T. [Diagnosing the competencies of graduates of universities: the teaching method. allowance]. Minsk : Republican Institute of Higher Education, 2008 (in Russ.).
4. Makarov A. V., Fedin V. T. [Design and implementation of higher education standards]. Minsk : Republican Institute of Higher Education, 2013 (in Russ.).
5. Makarov A. V., Perfiliev Yu. S., Fedin V. T. [Implementation of the competence approach in higher education systems: foreign and domestic experience]. Minsk : Republican Institute of Higher Education, 2015 (in Russ.).
6. [Model of the educational standard of higher education of the first stage]. URL: <http://www.nihe.bsu.by/index.php/en/norm-doc> (date of access: 10.09.2017) (in Russ.).
7. [Educational standard «Higher education. First stage. The cycle of social and humanitarian disciplines»]. URL: <http://www.nihe.bsu.by/index.php/en/norm-doc> (date of access: 10.09.2017) (in Russ.).
8. [Model of the educational standard of higher education of the second stage (magistracy)]. URL: <http://www.nihe.bsu.by/index.php/en/norm-doc> (date of access: 10.09.2017) (in Russ.).
9. [Model of the educational standard of general higher education (baccalaureate)]. URL: <http://www.nihe.bsu.by/index.php/ru/upd> (date of access: 10.09.2017) (in Russ.).
10. [Model of the educational standard of in-depth higher education (magistracy)]. URL: <http://www.nihe.bsu.by/index.php/ru/upd> (date of access: 10.09.2017) (in Russ.).
11. Makarov A. V. [Features of designing universal competencies in the Belarusian standards of higher education of the generation 3+]. *Vyshejschaja shkola*. 2016. No. 5. P. 3–8 (in Russ.).

РЕЦЕНЗИИ

REVIEWS

Залесский Б. Л. Белорусская международная журналистика. Особенности, тенденции, перспективы : учеб.-метод. пособие. Минск : БГУ, 2014. 374 с.

Zalessky B. L. The international journalism of Belarus. Peculiarity, trends, long-term outlook : text-book. Minsk : BSU, 2014. 374 p.

Перед республиками, провозгласившими независимость после распада СССР, встали непростые задачи, связанные с определением своей национально-культурной идентичности и поиском места в изменившемся геополитическом устройстве современного мира. Решение этих задач, не завершившееся до настоящего момента, сопровождалось усилиями по формированию национальных медиасистем и журналистики, способной функционировать в новых социально-политических реалиях как внутри соответствующих стран, так и в международном информационном пространстве. Происходил процесс переосмысления сложившейся в советский период журналистской культуры, частичного привнесения в нее стандартов западной печатной и электронной прессы в условиях перехода на рыночные «правила игры»¹.

Нараставшие процессы глобализации и глокализации, затронувшие и медиасферу постсоветских республик, заставили переосмыслить роль и задачи международной журналистики в этих странах, по-новому оценить пройденный исторический путь

и приоритеты современного развития². Распад единого информационного пространства, доставшегося в наследство от СССР, экспансия западных корпораций на национальных медиарынках, а также коренные перемены, связанные с развитием компьютерно-сетевых коммуникационных технологий и появлением новых субъектов международных информационных процессов³, требуют пересмотра традиционных представлений о международной журналистике как области, сконцентрированной преимущественно на обслуживании межгосударственных отношений. Соответственно, необходимо формировать новые подходы к концепции профессиональной подготовки будущих журналистов-международников.

Становление международной журналистики в постсоветских республиках происходило синхронно с процессами формирования системы их внешнеполитических и внешнеэкономических приоритетов. Это во многом объясняет тот факт, что в Беларуси, которая в советский период имела представительство в ООН и собственные дипломатические кадры, первый набор на специальность «международная журналистика» в БГУ был произведен только в 1998 г.

Результаты осмысления произошедших перемен, становление новой для республики области знаний воплощены в рецензируемом учебно-методическом пособии доцента кафедры международной журналистики и литературы Института жур-

¹См.: Журналистика постсоветских республик: 20 лет спустя : сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 24–27 сент. 2012 г.) / под ред. А. П. Короченского, М. Ю. Казак. Белгород, 2012.

²В Беларуси результаты такого переосмысления представлены в работе профессора А. Г. Слукі «Беларуская журналистика» (Минск, 2011). Книга, посвященная историческому пути и современному состоянию журналистики в республике, вышла в серии «Классическое университетское издание».

³Короченский А. Новые субъекты трансграничных массовых коммуникаций и трансформация международной журналистики в XXI веке // Международная журналистика–2013: глобализация и регионализация информационного пространства : материалы 2-й Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 20 февр. 2013 г.) / сост. Б. Л. Залесский ; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. Минск, 2013. С. 149–158.

налистики БГУ, опытного журналиста-практика Б. Л. Залесского. Это не первое издание такого рода в истории старейшего на постсоветском пространстве минского факультета журналистики, преобразованном впоследствии в институт. Ранее вышли в свет пособие И. И. Саченко и Е. Ф. Конева «Международная журналистика. Введение в специальность» (в 3 ч. Минск, 2000–2002), ряд учебных текстов, посвященных медиасистемам различных стран мира. Работа Б. Л. Залесского – это новый вклад в становление белорусской международной журналистики.

Отмечая во введении «необходимость трансформации современных медиа в систему, способную реагировать на происходящие глобальные изменения» (с. 6), автор характеризует проблемы, существующие сегодня в международной журналистике постсоветских республик. Согласившись с Я. Н. Засурским в том, что сегодня традиционные СМИ мало внимания уделяют международным событиям, в результате чего у аудитории утрачивается целостность восприятия мира, Б. Л. Залесский утверждает, что в публикациях на указанную тематику по-прежнему находят отражение старые схемы и подходы, что свойственно, впрочем, и современной международной политике, отстающей от происходящих сегодня перемен. При этом автор пособия разделяет мнение о том, что международная журналистика неотделима от международной политики, представляя в качестве ее компонента (с. 2–5).

С учетом сложности современной обстановки в мире вполне оправданным является повышенное внимание к международной журналистике, содержательному диапазону и качеству освещения событий на постсоветском пространстве и мировой арене. Невозможно не согласиться с Б. Л. Залесским, утверждающим, что «именно международная журналистика должна стать в условиях глобализации средством осуществления политических интеграционных процессов, чтобы люди научились смотреть на происходящие в мире события новыми глазами, а не опирались на изжившие себя стереотипы “холодной войны”». Именно медиа должны сказать свое слово в формировании многополярного мира» (с. 6).

Призвание международной журналистики автор пособия видит в том, чтобы «объективно и непрерывно отражать происходящие в мире события, этот ежедневно нарастающий международный информационный поток»; с другой стороны, «она должна привлекать внимание аудитории своим глубоким и компетентным анализом, быть своеобразным компасом в безбрежном море международной информации» (с. 10). В связи с этим журналист-международник обязан располагать не только солидной базой страноведческих знаний, но и качествами политолога, экономиста, социолога, т. е. иметь универсальную подготовку.

Как заметил Б. Л. Залесский, «креативные решения теоретиков и практиков белорусской международной журналистики еще должны будут превратить ее в эффективный инструмент формирования национальной позиции по широкому кругу проблем международного сотрудничества и построения общества инновационного типа, опирающегося на передовой мировой опыт» (с. 7).

Автор подчеркивает, что в советский период доминировали представления о международной журналистике как инструменте осуществления внешней политики государства, и предлагает придерживаться этого приоритета (с. 12). Безусловно, международная журналистика остается важным ресурсом поддержки действий государств на международной арене. В наши дни все более очевидной становится тенденция рассмотрения журналистики в качестве компонента «мягкой силы», помогающей государствам в достижении их внешнеполитических и внешнеэкономических целей.

Однако, на наш взгляд, доминирующее представление о международной журналистике как об информационном компоненте внешней политики государств требует в наши дни существенного уточнения и дополнения. Необходимо принимать во внимание, что международное взаимодействие сегодня происходит не только по линии межгосударственных отношений, которые традиционно обслуживаются международной журналистикой. Интернациональные связи и сотрудничество развиваются на разных уровнях, в том числе на негосударственном.

1. *Высший уровень межгосударственного взаимодействия.* Данное взаимодействие осуществляется национальными лидерами, верховными инстанциями государственного управления (национальными министерствами и ведомствами, парламентами). К этому уровню относится и взаимодействие в составе межгосударственных международных организаций.

2. *Региональный уровень межгосударственного взаимодействия.* Этот вид международных связей реализуется в условиях частичной децентрализации управления международными связями. Интернациональное взаимодействие на этом уровне осуществляется государственными региональными и местными администрациями, полномочными самостоятельно принимать и реализовывать управленческие решения в части взаимодействия и сотрудничества с зарубежными партнерами (как на их территории за рубежом, так и в собственной стране), а также в вопросах трансграничных коммерческих, научно-технических и культурных обменов.

3. *Уровень интернационального взаимодействия политических партий и движений, общественных и конфессиональных организаций.* Сегодня даже политические партии, не являющиеся правящими, напрямую взаимодействуют с зарубежными пар-

тнерами, и эти контакты заслуживают внимания журналистов. Активные международные связи, развивающиеся между неправительственными организациями (молодежными, женскими, экологическими, правозащитными и т. д.), также не должны игнорироваться международной журналистикой. Кроме того, названные структуры нередко ведут собственную информационную деятельность в журналистских форматах, охватывающую международную проблематику.

4. *Уровень международного взаимодействия государственных и частных предприятий и фирм.* Данное взаимодействие осуществляется в ходе совместного решения экономических и иных задач соответствующими предприятиями и фирмами.

5. *Уровень межличностного взаимодействия граждан различных стран мира.* Реализуется как в прямых контактах, так и в различных формах дистанционного общения. В современном мире наблюдается невиданное прежде трансграничное перемещение миллионов людей, выезжающих за рубеж в качестве экономических мигрантов, беженцев, туристов, студентов, участников международных культурных и спортивных обменов. Благодаря развитию новейших форм коммуникации в интернете граждане разных стран, в том числе весьма удаленных друг от друга, приобрели возможность межличностного общения через переписку, социальные сети и т. д. В международной журналистике во все более широких масштабах находят применение медиатексты, созданные и распространяемые непрофессиональными коммуникаторами – очевидцами значимых международных событий. Невозможно игнорировать самостоятельную информационную деятельность граждан, которая приобрела трансграничный характер благодаря особенностям глобальной коммуникационной среды интернета.

Таким образом, оказывается нарушенной монополия на подготовку и распространение международной информации, принадлежавшая ранее государствам и крупнейшим медийным организациям – субъектам трансграничной информационной деятельности¹. Новое состояние международных массовых коммуникаций должно отразиться в подготовке будущих журналистов, специализирующихся на освещении вопросов интернационального взаимодействия на разных уровнях и в различных областях. В наши дни профессионалы, уверенно владеющие международной проблематикой, могут быть востребованы не только в столичных, но и в региональных СМИ, учитывая непосредственную вовлеченность регионов в процессы торгово-экономических, научно-технических и гу-

манитарных обменов с зарубежными партнерами. Журналисты обязаны владеть не только знаниями, относящимися к внешней политике своих государств и международной обстановке в целом, но и умением находить, оценивать и использовать необходимую им вторичную информацию из зарубежных источников. Это требует от специалиста обладания качествами аналитика-исследователя, обладающего обширной эрудицией в международных делах, способного пользоваться широким спектром электронных источников информации.

Пособие Б. Л. Залесского предлагает будущим журналистам-международникам массив сведений о характере отношений Беларуси с различными государствами и межгосударственными объединениями современного мира. Основная часть работы посвящена характеристике взаимодействия республики в сфере экономики и политики, а также информационного сотрудничества с Европейским союзом, СНГ, Таможенным союзом и отдельными странами – Литвой, Латвией, Сербией, Венгрией, Италией, Турцией, Украиной, Казахстаном, Азербайджаном, Туркменистаном, Арменией, Китаем, Индией, Вьетнамом, Индонезией, Бангладеш. Особые разделы посвящены вопросам интеграции в рамках Союзного государства России и Беларуси и информационной деятельности двух республик, включая их региональные СМИ, в контексте интеграционных процессов.

В работе представлена официальная трактовка участия Беларуси в международных интеграционных процессах, обозначаемая формулой «интеграция интеграций», которая указывает на многовекторный характер внешней политики белорусского государства.

В нескольких разделах пособия рассматриваются проблемные поля международной журналистики, в частности ее отношение с концепцией устойчивого развития.

Заключительные части пособия посвящены вопросам профессионального образования будущих журналистов-международников и состояния соответствующего раздела науки, дальнейший прогресс которой видится автору в применении мультидисциплинарных подходов, согласующихся с многоплановым характером современной международной журналистики и ее тематическим разнообразием. Автор поддерживает провозглашенный в Беларуси курс на инновационное развитие и подчеркивает, что для успешной профессиональной деятельности журналист международного профиля должен быть личностью инновационного типа (с. 336–337). Развитые креативные качества, способность к аналити-

¹См.: Короченский А. П. Новые субъекты трансграничных массовых коммуникаций и трансформация международной журналистики в XXI веке // Международная журналистика – 2013: глобализация и регионализация информационного пространства : материалы 2-й Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 20 февр. 2013 г.) / сост. Б. Л. Залесский ; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. Минск, 2013. С. 149–158.

ческому рациональному мышлению способствуют более эффективной журналистской работе по продвижению Беларуси в современном мире, в частности по информационной поддержке белорусского экспорта, реализации новых товаров и услуг (включая медийные) на мировом рынке.

Отдельный раздел учебно-методического пособия посвящен использованию интернет-ресурсов в белорусской международной журналистике. Внимание к данным источникам заслуживает безусловного одобрения, однако работа выиграла бы при наличии справочного приложения со списком рекомендованных студентам наиболее значимых и авторитетных интернет-источников международной информации, как отечественных, так и зарубежных.

В целом же рецензируемое издание свидетельствует об успешном продвижении на пути формирования профессиональной подготовки журналистов международного профиля, отвечающей внешнеполитическим и внешнеэкономическим приоритетам белорусского государства. Базой для это-

го продвижения послужили усилия по развитию журналистской науки, предпринятые в последние годы сотрудниками кафедры зарубежной журналистики и литературы Института журналистики БГУ под руководством профессора Т. Н. Дасаевой. В 2012–2017 гг. кафедрой проведены шесть научно-практических конференций по проблемам международной журналистики, по итогам которых вышли в свет содержательные сборники научных работ авторов из России, республик СНГ и дальнего зарубежья. Думается, что дальнейшее расширение обменов исследовательскими достижениями и преподавательскими кадрами с зарубежными учреждениями высшего образования, активизация научного поиска в области журналистики с учетом мирового опыта выведут профессиональную подготовку журналистов-международников в БГУ на новый уровень, еще более соответствующий современным требованиям.

А. К. Короченский,
доктор филологических наук, профессор

ЮБИЛЯРЫ

JUBILEES

— — — — —

**Людмила Петровна
САЕНКОВА-МЕЛЬНИЦКАЯ**

**Lyudmila Petrovna
SAENKOVA-MEL'NITSKAYA**

— — — — —



Людмила Петровна Саенкова-Мельницкая, ведущий кинокритик страны, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой литературно-художественной критики Института журналистики Белорусского государственного университета, 6 августа отметила юбилей. Вся жизнь Людмилы Петровны связана с БГУ, общий стаж ее научно-педагогической деятельности в стенах университета – 40 лет.

Родилась Л. П. Саенкова-Мельницкая в п. Юратишки Ивьевского района Гродненской области. В 1974–1979 гг. училась на факультете журналистики БГУ. После первой студенческой практики написала цикл зарисовок о женщине (1975 г. был объявлен Годом женщины), который был удостоен премии Союза журналистов БССР.

В 1980–1985 гг. училась на киноведческом факультете Всесоюзного государственного Ордена

Трудового Красного Знамени института кинематографии им. С. А. Герасимова (сегодня – Всероссийский государственный институт кинематографии имени С. А. Герасимова), по окончании которого получила диплом с отличием по специальности «Киноведение, кинокритика». В 1990 г. защитила кандидатскую диссертацию на тему «Опыт системно-целостного анализа в кинокритике» (научный руководитель – доктор филологических наук, профессор Е. Л. Бондарева).

В 1994 г. Людмила Петровна стала одним из первых стипендиатов американского фонда «Фулбрайт». В 1995 г. за цикл статей об Америке была удостоена премии «Золотое перо» Белорусского союза журналистов.

Людмила Петровна – член Белорусского союза журналистов и Белорусского союза кинематографистов, лауреат премий этих творческих органи-

заций. Награждена Почетной грамотой БГУ (1984), благодарностью ректора БГУ (2007), почетными грамотами Министерства культуры Республики Беларусь (2007), Белорусского дома печати (2009), газеты «Гродзенская праўда» (2009), редакционно-издательского учреждения «Литература и искусство» (2012), нагрудными знаками «Отличник образования» Министерства образования Республики Беларусь (2004), «Отличник печати» Министерства информации Республики Беларусь (2006).

В настоящее время Людмила Петровна – ученый секретарь совета по защите диссертаций по специальности «Журналистика», действующего при БГУ, член редколлегий «Журнала Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика» и журнала «На экранах».

Людмила Петровна подготовила более 150 научных работ (монографии, статьи, тезисы, материалы научных и научно-практических конференций), учебно-методических пособий. Она является автором монографии «Массовая культура: эволюция зрелищных форм» (2003), основала ежегодник «СМИ и художественная культура», участвует в разработке образовательных стандартов по специальности «Литературная работа (творчество)». Сфера ее научных интересов – репрезентация художественной культуры в СМИ, функционирование литературно-художественной критики как части медиакультуры, история и методология кинокритики.

Кроме научной работы, Л. П. Саенкова-Мельницкая активно занимается кинокритической деятельностью. С критическими статьями и обзорами

она выступает в белорусской и зарубежной печати, является колумнистом республиканской газеты «СБ. Беларусь сегодня», ведет авторскую программу «Диалоги о культуре» на канале «Культура» Белорусского радио.

Людмила Петровна является одним из организаторов Минского международного кинофестиваля «Лістапад». За годы работы «Лістапада» руководила пресс-центром фестиваля, была членом международного жюри, жюри документального кино, возглавляла жюри кинопрессы, была председателем жюри конкурса «Молодость на марше», международного жюри киношкол. Людмила Петровна – автор двух книг о фестивале: «8 ½ недель “Лістапада”», «“Лістапад”. 20 лет спустя».

Л. П. Саенкова-Мельницкая продолжает традиции основоположника школы белорусского киноведения и кинокритики Е. Л. Бондаревой, является руководителем и идейным вдохновителем студенческого киноклуба «Фруза», в котором проходят творческие встречи с деятелями кинематографического искусства и культуры. Людмила Петровна делится своими знаниями с молодым поколением журналистов, пишущих о кино. Ее ученики трудятся в СМИ, интернет-изданиях, преподают, снимают кино.

Друзья и коллеги сердечно поздравляют Людмилу Петровну с юбилеем, желают ей крепкого здоровья, творческих успехов, долгих и счастливых лет жизни.

Коллектив кафедры литературно-художественной критики Института журналистики БГУ

СОДЕРЖАНИЕ

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИЙНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ

<i>Федотова Н. А.</i> Геймификация в контексте медийной практики	4
<i>Хмель Л. Р.</i> Камунікатыўна-прагматычныя тактыкі ветлівасці ў тэлевізійным эфіры.....	12
<i>Зайцев М. Л.</i> Распространение контента современными медиа: тенденции и специфика	19
<i>Прахарэня М. В.</i> Беларуская канцэпцыя грамадзянскай супольнасці: тэарэтыка-метадалагічны аспект	24

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

<i>Кунахавец-Плявака А. І.</i> Тэматычныя прыярытэты раённага друку ва ўмовах трансфармацыі сучаснай медыяпрасторы	33
<i>Красовская Е. В.</i> Современное социокультурное пространство и региональная журналистика.....	40

МЕДИАЛИНГВИСТИКА

<i>Луцинская О. В.</i> Онтологические характеристики дискурса как научного феномена современности.....	47
--	----

ФОТОЖУРНАЛИСТИКА

<i>Шимолин В. И.</i> Личность автора и образ героя в жанрах фотожурналистики	55
--	----

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<i>Сидорская И. В., Колик А. В., Альшевская С. О.</i> Пресс-службы органов государственного управления: динамика и современное состояние.....	60
<i>Токтагазин М. Б.</i> Эпистолярная риторика в контексте эпистолографии	68

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

<i>Нагорняк М. В.</i> Первоначальные формы радиовещательной коммуникации в Украине в 1930-х гг.	73
<i>Маджид аль-Бослани.</i> Современная модель арабийских массмедиа: опыт теоретического обоснования.....	79

ПЕДАГОГИКА

<i>Ершова О. И.</i> Печатные кириллические буквари первой половины XVII века на Беларуси: историко-педагогический анализ (к 500-летию белорусского книгопечатания)	84
<i>Тарантей В. П.</i> Инновации в высшем образовании: методологические и теоретические подходы и их практическая реализация.....	89
<i>Кадол Ф. В., Сергеенко Т. Е.</i> Модель становления духовно-нравственных ценностей младших школьников в условиях современной семьи	95
<i>Макаров А. В.</i> Компетентностно-ориентированные модели подготовки выпускников учреждений высшего образования	101

РЕЦЕНЗИИ

<i>Залесский Б. Л.</i> Белорусская международная журналистика. Особенности, тенденции, перспективы	108
--	-----

ЮБИЛЯРЫ

<i>Людмила Петровна Саенкова-Мельницкая</i>	112
---	-----

CONTENTS

CONTEMPORARY MEDIA STRATEGIES AND TACTICS

<i>Fedotova N. A.</i> Gamification in the context of media practice	4
<i>Khmel L. R.</i> Communicative-pragmatic tactics of politeness in a television broadcasting	12
<i>Zaitsau M. L.</i> Distribution of the content of new media: trends and specificity	19
<i>Prakharenya M. V.</i> Belarusian concept of civil society: theoretical and methodological aspect.....	24

REGIONAL JOURNALISM IN THE SOCIO-CULTURAL SPHERE

<i>Kunakhavets-Pliavaka A. I.</i> Thematic priorities of regional press in terms of transformation of modern media space	33
<i>Krasouskaya A. V.</i> Modern socio-cultural space and regional journalism	40

MEDIA LINGUISTICS

<i>Lushchynskaya O. V.</i> Ontological characteristics of discourse as a contemporary scientific phenomenon	47
---	----

PHOTOJOURNALISM

<i>Shimolin V. I.</i> Personality of the author and the image of the genres of photojournalism	55
--	----

CONTEMPORARY MEDIA COMMUNICATIONS AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES

<i>Sidorskaya I. V., Kolik A. V., Alsheuskaya S. O.</i> Government Press Service: Dynamics and Current Status.....	60
<i>Toktagazin M. B.</i> Epistolary rhetoric in the context of epistolography	68

THEORY AND PRACTICE OF FOREIGN MASS MEDIA

<i>Nahorniak M. V.</i> Initial forms of radio broadcasting communications in Ukraine in the 1930s	73
<i>Maged Al-Boslani.</i> The modern model of the Arabian mass media: experience of the theoretically substantiate.....	79

PEDAGOGICS

<i>Ershova O. I.</i> The printed cyrillic primers of the first half of XVII century are in Belarus: a historical and pedagogical analysis (to the 500 th anniversary of the Belarusian typography)	84
<i>Tarantey V. P.</i> Innovations in higher education: methodological and theoretic approaches and their practical implementation	89
<i>Kadol F. V., Siarheyenka T. E.</i> The model of younger children spiritual and moral values formation in modern family conditions	95
<i>Makarov A. V.</i> Competency-oriented models of training of graduates of higher schools.....	101

REVIEWS

<i>Zalessky B. L.</i> The international journalism of Belarus. Peculiarity, trends, long-term outlook	108
---	-----

JUBILEES

<i>Lyudmila Petrovna Saenkova-Mel'nitskaya</i>	112
--	-----

Журнал включен Высшей аттестационной комиссией Республики Беларусь в Перечень научных изданий для опубликования результатов диссертационных исследований по филологическим и педагогическим наукам.

Журнал включен в библиографическую базу данных научных публикаций «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ).

**Журнал Белорусского
государственного университета.
Журналистика. Педагогика.
№ 2. 2017**

Учредитель:
Белорусский государственный университет

Юридический адрес: пр. Независимости, 4,
220030, г. Минск.
Почтовый адрес: ул. Кальварийская, 9, каб. 636, 637,
220004, г. Минск.
Тел. (017) 259-70-74, 259-70-75.
E-mail: vestnikbsu@mail.ru
vestnikbsu@bsu.by

«Журнал Белорусского государственного
университета. Журналистика. Педагогика»
издается с января 1969 г.
До 2017 г. выходил под названием «Веснік БДУ.
Серыя 4, Філагія. Журналістыка. Педагогіка»
(ISSN 2308-9180).

Редакторы *О. А. Бабашова, С. Е. Богуш*
Технический редактор *Ю. А. Тарайковская*
Корректоры *Д. В. Русс, К. Б. Скакун*

Подписано в печать 03.11.2017.
Тираж 100 экз. Заказ 683.

Республиканское унитарное предприятие
«Издательский центр Белорусского
государственного университета».
ЛП № 02330/117 от 14.04.2014.
Ул. Красноармейская, 6, 220030, г. Минск.

© БГУ, 2017

**Journal
of the Belarusian State University.
Journalism and Pedagogics.
No. 2. 2017**

Founder:
Belarusian State University

Registered address: Niezaliežnasci Ave., 4,
220030, Minsk.
Correspondence address: Kal'varyjskaja Str., 9, office 636, 637,
220004, Minsk.
Tel. (017) 259-70-74, 259-70-75.
E-mail: vestnikbsu@mail.ru
vestnikbsu@bsu.by

«Journal of the Belarusian State University.
Journalism and Pedagogics»
published since January, 1969.
Until 2017 named «Vesnik BDU.
Seryja 4, Filalogija. Zhurnalistyka. Pedagogika»
(ISSN 2308-9180).

Editors *O. A. Babashova, S. J. Bohush*
Technical editor *Y. A. Taraikouskaya*
Proofreaders *D. V. Russ, K. B. Skakun*

Signed print 03.11.2017.
Edition 100 copies. Order number 683.

Publishing Center of BSU.
License for publishing No. 02330/117, 14 April, 2014.
Čyrvonaarmiejskaja Str., 6, 220030, Minsk.

© BSU, 2017