

## **Секция 17**

# **«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ»**

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                                                                                                      |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ Азямова С.Н. ....                                                                                                           | 3247 |
| ОТКРЫТЫЕ ПИСЬМА В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ<br>Анненкова Н.А. канд. филол. наук, Захарова Е.Н. ....                                                                                   | 3252 |
| СУДЕБНЫЙ ОЧЕРК – «АНАТОМИЯ» ПРЕСТУПЛЕНИЯ И НАКАЗАНИЯ<br>Анненкова Н.А., канд. филол. наук, Орлова Е. Е. ....                                                                         | 3256 |
| АНАЛИЗ ФОТОРЕПОРТАЖА В РАМКАХ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН ПО ЖУРНАЛИСТИКЕ Анпилогова Л.В., канд. пед. наук, доцент,<br>Константинова О.В. ....                                                 | 3263 |
| АНАЛИЗ МУЗЫКАЛЬНОСТИ РЕЧИ ТЕЛЕВЕДУЩИХ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ Анпилогова Л.В., канд. пед. наук,<br>доцент, Кочеткова Е.В. ....                                        | 3269 |
| ТЕМАТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ОБЛАСТНЫХ ПЕЧАТНЫХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ Анпилогова Л.В., канд. пед. наук, доцент,<br>Москвина М.Д. ....                                                      | 3275 |
| ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЗОЖ В СМИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ Анпилогова Л.В., канд. пед.<br>наук, доцент, Повалихина А.К. ....                                   | 3281 |
| РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПАТРИОТИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ Ахмеджанова Г.Т., воспитатель. ....                                                                                     | 3286 |
| СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ И ИХ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА БУДУЩЕЕ ПОКОЛЕНИЕ Василива Е.Г., Семенова О.В. ....                                                                               | 3291 |
| ВЫРАЖЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО МИРА ТВОРЦА СКВОЗЬ ПРИЗМУ ИСКУССТВА НА ПРИМЕРЕ НАДЕЖДЫ ГАВРИЛОВНЫ ПЕТИНОЙ<br>Влацкая Е.Ф. ....                                                                 | 3296 |
| СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОДРОСТКОВОГО КОЛЛЕКТИВА ВОСПИТАННИКОВ КАДЕТСКОГО УЧИЛИЩА Селезнёва А. Р., Готин С. А. ....                                            | 3301 |
| РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПРАВОВОЙ И ОБЩЕСТВЕННЫЙ АСПЕКТ Димитрова Т.Ю., канд. экон. наук, доцент....                                                                    | 3307 |
| ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ В ПРЕПОДАВАНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ И ЖУРНАЛИСТИКА» Дымова И.А., канд. филол. наук, доцент .....                      | 3311 |
| ИССЛЕДОВАНИЕ СПОРТИВНОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ В РАМКАХ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ И ЖУРНАЛИСТИКА» Дымова И.А., канд. филол. наук,<br>доцент, Городецкий С.Г. .... | 3315 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| К ПРОБЛЕМЕ КОННОТАЦИИ ФЕНОМЕНА ИНФОРТЕЙНМЕНТА В<br>НОВОСТНОМ ПОЛЕ МЕДИА Ефанов А. А., канд. социол. наук.....                                                                                                                                                                                                      | 3319 |
| СПОСОБЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ОРЕНБУРГСКОГО РЕГИОНА В НАУЧНЫХ<br>ИЗДАНИЯХ XVIII ВЕКА И В СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ<br>Жаглова Т.М., д-р филол. наук, доцент.....                                                                                                                                                           | 3322 |
| ГРАЖДАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК НАУЧНАЯ ПРОБЛЕМА<br>Иванов Д. С. ....                                                                                                                                                                                                                                                 | 3327 |
| ВЗАИМОСВЯЗЬ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ<br>КОММУНИКАЦИЙ И МАРКЕТИНГА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В<br>КОНЦЕПЦИИ ХОЛИСТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА Калиева О.М.,<br>канд.экон.наук, доцент, Гриднева Т.Н., Щукина Ю.В., Шептухин М.В.....                                                                                             | 3330 |
| ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИЗМА И ФОРМИРОВАНИЕ<br>НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ САЙТА КИТАЙСКОЙ<br>НАЦИОНАЛЬНОЙ АДМИНИСТРАЦИИ ТУРИЗМА) Конова М.А., канд.<br>филол. наук Российский государственный университет нефти и газа (НИУ)<br>имени И.М. Губкина (филиал в г. Оренбурге) Григорьева Н.Н. .... | 3335 |
| ЦИВИЛИЗАЦИОННЫЙ ВЫБОР В ПРОГРАММАХ ПОЛИТИЧЕСКИХ<br>ПАРТИЙ В РОССИИ Мишучкова А.В., канд. ист. наук, Мишучков А.А.,<br>канд. филос. наук, доцент.....                                                                                                                                                               | 3340 |
| ИГРОМАНИЯ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОГО<br>ПОКОЛЕНИЯ Никитенко Ю.В., Смирнова Т.О. ....                                                                                                                                                                                                                     | 3349 |
| КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К МЕДИЙНОМУ ВОСПИТАНИЮ В<br>СИСТЕМЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ Песчанская Т.И. ....                                                                                                                                                                                                           | 3354 |
| РОЛЬ ИНТЕРНЕТА В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ<br>Решетова Т.Н, Матракшин А.Н. ....                                                                                                                                                                                                                            | 3360 |
| PR В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ Сорокин О.Н. канд. истор. наук .....                                                                                                                                                                                                                                                      | 3367 |
| К ВОПРОСУ О ТРАНСЛЯЦИИ КУЛЬТУРЫ В ОБРАЗОВАНИИ С<br>ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИКТ Юртаева Т.Б., канд. пед. наук.....                                                                                                                                                                                                           | 3372 |

# **РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

**Азямова С.Н.**

**ФГКОУ «Оренбургское президентское кадетское училище»**

**Аннотация:** В статье рассмотрены роль и значение массовой коммуникации в современном мире. Проанализированы основные положения теории массовой коммуникации, а также проблемы в реализации данного процесса.

**Ключевые слова:** массовая коммуникация, механизм, проблемы реализации.

**Постановка научной проблемы и ее значение.** Массовая коммуникация, на первый взгляд, представляется достаточно понятным, простым, даже тривиальным объектом для научного изучения. Это неотъемлемая часть жизни людей и культуры XX-XXI вв., Механизмы ее влияния внешне выглядят хорошо изученными, цели достигнутыми (если не для всех потребителей, то для значительной части). Но как любой самодостаточный феномен, хорошо укоренившийся в культурном бытии, массовая коммуникация несет ряд опасностей не только для массового человека как основного потребителя, но и для самой себя. Многогранность коммуникации в массовом обществе в современном мире может быть рассмотрена в процессе анализа и сопоставления различных подходов к пониманию массовой коммуникации. Фактически это и является целью нашей разведки.

Проблемы деятельности массовой коммуникации, ее влияние на развитие современного мира привлекали внимание ученых на протяжении всего XX в. Трактровка понимания массовой коммуникации была осуществлена в свете таких наук, как социология, политология, психология, лингвистика, кибернетика и философия. Термин «коммуникация» появился в научной литературе в начале прошлого века, когда в рамках различных наук шел процесс осмысления новых знаний в этой сфере [2, с. 33].

Исследователи социокультурной парадигмы трактуют массовую коммуникацию как специфическую черту культуры XX в. При этом термин «культура» представлен через описание и характеристику общества. Поэтому массовая коммуникация понимается как способ формирования социального пространства и времени, основной механизм социального управления. Представители «Франкфуртской школы» В. Беньямин, Т. Адорно, Ю. Хабермас и другие считают, что в прошлом веке массовая коммуникация стала одной из основных форм социального господства, создателем т. Н. «Индустрии культуры», тотально закрепощала индивида. М. Маклюэн, наоборот, уверен, что «электронный глобализм» массовых коммуникаций способствует росту единства и взаимопонимания человечества, обозначает путь к общепланетарной сознания [2, с. 36].

Наличие массовой коммуникации порождает три фундаментальных социальных и экзистенциальных проблем:

1. Массовая коммуникация используется для воздействия на сознание и бессознательную сферу в манипулировании людьми (прежде всего в экономической и политической рекламе). Она способствует своеобразному «зомбированию» больших масс людей.

2. Ориентация информации на массового потребителя приводит к стандартизации и упрощения внутреннего мира человека.

3. Доступность и «серийность» информационных потоков в рамках массовой коммуникации порождают «информационную наркоманию» - экзистенциальное состояние человека, при котором продукция массовой коммуникации становится важнее события собственной жизни. В этом случае массовая коммуникация становится стеной между людьми, приводя к нарастанию внутреннего одиночества и отчуждения [15, с. 88].

Массовая коммуникация - это процесс производства сообщений и их передачи прессой, радио, телевидением, предусматривающий общения людей, осуществляется с помощью технических средств. Массовая коммуникация, как неотъемлемая часть современного общества имеет непосредственное отношение ко всем его проблемам и сама может рассматриваться как глобальная проблема [4, с. 57].

Итак, понимание массовой коммуникации колеблется от оптимистического определения ее социальной значимости к критике и определения ее глобальной проблемности.

Существенным признаком массовой коммуникации является то, что аудитория, которая получает сообщение, является анонимной и разнообразной по общественно-демографическим признакам (возраста, пола, образования и т.д.). Массовость этой коммуникации зависит от количества и состава получателей информации. Например, телевизионная коммуникация является крупной количественно, достаточно разнообразной, объединяет лиц разного пола, возраста, образования, происхождения, религиозных верований, места жительства.

Массовая коммуникация имеет следующие характерные признаки: публичность, скорость, периодичность, схематичность, краткосрочность. Выработка сообщений должно осуществляться на экономически или общественно выгодном уровне. Основным, а иногда и единственным источником финансирования массовой коммуникации является реклама, которая, в свою очередь, приводит к коммерциализации. Массовая коммуникация контролируется институтами власти государства, правящих элит, политических партий с помощью правового регулирования, цензуры или идеологического давления.

Ю. Финклер к специфическим чертам массовой коммуникации причисляет также охват аудитории, скорость информационного воздействия, постоянство и многогранность, разноплановость форм и методов

информационного воздействия, динамичность, интенсивность функционирования [14, с. 381].

Социальная психология массовой коммуникации трактует как одну из форм опосредованного общения. Здесь ее основными характеристиками являются: наличие технических средств для распространения информации и массовой аудитории для ее восприятия; богатство каналов распространения сведений; вариативность коммуникативных средств.

Профессор Амстердамского университета Деннис Мак-Квейл предложил семь основных характеристик массовой коммуникации:

- 1) направлена на большие аудитории;
- 2) имеет открытый, публичный характер;
- 3) обычно требует сложной формальной организационной структуры;
- 4) социально-культурная неоднородность аудитории, участвующей в процессе коммуникации;
- 5) коммуникант, как правило, обладает знанием о социальном статусе коммуникатора;
- 6) коммуникация выполняет функцию сплочения аудитории вокруг общей цели, чтобы решить общие задачи;
- 7) одновременный контакт с большим количеством людей, удаленных друг от друга и от коммуникатора [19].

Все вербализованные черты массовой коммуникации, представленные различными учеными, дают четкое представление о сложности и неоднозначности этого феномена, его зависимость и от массовой культуры, и от особенностей восприятия аудитории.

В массовой коммуникации отсутствует предварительная установка канала понимания. Иногда он может устанавливаться стихийно, когда возникает определенный реальный интерес. В основном информация просто «выливается» на аудиторию без какой-либо предварительной подготовки и опосредования с помощью общения. В результате такой односторонности массовой коммуникации она неизменно несет в себе элемент навязчивости и насилия.

В таком качестве массовая коммуникация становится удобным средством для манипуляции массовым сознанием [17, с. 195]. Особенно эта ситуация обостряется в религиозной массовой коммуникации, поскольку «посягает» на интимное религиозное мировоззрение, поэтому она может быть агрессивно воспринята (например, деятельность свидетелей Иеговы).

Фактически сообщения адресуются всем или только определенным категориям реципиентов. В зависимости от влияния на поведение человека различают информационное (активационное) сообщение, которое побуждает к действию в указанном коммуникативном направлении, и интерактивное, запрещающий те или иные действия или виды деятельности. В идеале массовая коммуникация должна быть средством консолидации общества.

Итак, массовую коммуникацию можно рассмотреть в соответствии с каналами распространения информации. С этой точки зрения она может носить

формальный и неформальный характер. Формальная - это коммуникация в форме текстов определенного технического канала массовой коммуникации. Неформальная - это преимущественно устная коммуникация в виде слухов, сплетен, анекдотов, песен, возможно, записанных и распечатанных, но которые циркулируют вне официального социокультурного стиля.

Техника массовой коммуникации ориентируется на удовлетворение социальных потребностей и спроса, распространяет информацию в масштабах и ритме, определенных характером функционирования той или иной социальной системы (поэтому различные религиозные системы имеют разную потребность в скорости распространения сведений).

Исследователи массовой коммуникации сходятся в одном: история культуры знает ряд типов коммуникации - от тактильной и устной через письменную и печатную к аудиовизуальной. Взаимодействуя с человеком, средства коммуникации весь период своего развития стремились реализовать психологическую потребность аудитории в динамике и иллюзорности.

Коммуникация перестала быть просто средством общения и превратилась в производство информации [1], и эта ее новая функция изменила культурный мир. Происходит резкое увеличение образований, претендующих на статус культурных, резко увеличивается скорость разрушения старых ценностей, уменьшаются временные рамки этого процесса, не позволяет новым символам и знакам адаптироваться к традиционной знаковой системы ценностей [10] .

#### *Список литературы*

1. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр. - М.: Рудомино, 2011. - 95 с.
2. Головлева Е. А. Массовые коммуникации и Медиапланирование: учеб. пособие / Е. А. Головлева. - М.: Академ. проект; Деловая кн., 2016. - 352 с.
3. Джонсон Алан Г. Толковый словарь по социологии / Алан Г. Джонсон. - Львов: Изд. центр Львов. нац. ун-та им. И. Франко, 2013. - 480 с.
4. Журавлева Н. Б. Роль массовой коммуникации в формировании культурной среды информационного общества / Н. Б. Журавлева // Вести Ин-та совр. знаний. - 2011. - № 4. - С. 57-62.
5. Каландаров К. Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов / К. Х. Каландаров. - М.: Гуманитарий. центр «Монолит», 2016. - 80 с.
6. Апр С. Массовые коммуникации: учебник. - М.: Изд. дом «Киево-Могилянская академия», 2015. - 206 с.
7. Конечкая В. Социология коммуникации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gumer.info/BIBnotek/Buks/Sociolog/koneck/04.php>
8. Краткий психологический словарь / сост. Л. А. Карпенко; под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. - М.: Политиздат, 1985. - 431 с.
9. Лукьянова Н. А. Homo significans в коммуникативном пространстве / Н. А. Лукьянова // Человек. - 2008. - № 4. - С. 106-117.

10. Миронов В. В. Глобальное коммуникационное пространство как фактор трансформации культуры / В. В. Миронов // *Вопр. философии*. - 2016. - № 2. - С. 27-43.
11. Науменко Т. В. Массовая коммуникация: теоретико-методологический анализ / Т. В. Науменко. - М.: Перспектива, 2013. - 252 с.
12. Психологическая энциклопедия / авт.-сост. А. Н. Степанов. - М.: Академвидав, 2016. - 424 с.
13. *Философский словарь социальных терминов*. - Х. Р. И. Ф., 2015. - 672 с.
14. Финклер Ю. Печатные СМИ как фактор формирования общественного мнения / Юрий Финклер // *Сб. пр. Науч.-исслед. центра периодики*. - 2013. - Вып. 11. - С. 380-389.
15. Хамитов Н. Компьютерная цивилизация / Н. Хамитов, С. Крылова // *Философский словарь. Человек и мир*. - М.: КНТ, Центр учеб. лит., 2016. - 308 с.
16. Чудовская-Кандыба И. Коммуникация массовая / И. Чудовская-Кандыба // *Социологическая энциклопедия* / сост. В. Г. Городяненко. - М.: Академвидав, 2008. - 456 с.
17. *Энциклопедический словарь по культурологии*. - М.: Центр, 1997. - 478 с.
18. Lasswell H. *The Communication of Ideas* / H. Lasswell. - New York: Harper, 1948.
19. McQuail D. *Mass Communication Theory. An Introduction* / D. McQuail. - London, 1987



## ОТКРЫТЫЕ ПИСЬМА В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

**Анненкова Н.А. канд. филол. наук, Захарова Е.Н.  
Оренбургский государственный университет**

Современный человек живет в условиях новой реальности, именуемой информационной эрой, которая характеризуется широкими перспективами свободной передачи и получения информации, а также мгновенным доступом как к освоенным знаниям, так и к последним открытиям мирового уровня. В этих условиях все более остро встает вопрос формирования у людей новой информационной культуры, за которую, в частности, отвечают СМИ. Именно журналисты создают новостную повестку, регулируют список самых обсуждаемых тем, и даже могут донести что-либо «до верхов» и решить проблему разного уровня.

Для этих целей лучше всего подходят эпистолярные жанры, в частности, жанр открытого письма. Такие письма могут быть адресованы как отдельному человеку, так и группе лиц, и, при соблюдении этических норм, подразумевают наличие конструктивного ответа. При условии, что молчание в этом случае тоже является частью диалога, открытые письма всегда вызывают особый интерес у аудитории, становятся причиной общественного резонанса.

Больше всего обсуждений вызывают материалы, которые касаются известных личностей. Так, президентским выборам в США в 2017 году большое внимание уделили не только штаты, но, пожалуй, и весь мир. За ходом кампаний главных политических игроков следило множество стран, а СМИ подогревали этот ажиотаж бесконечным потоком тематических материалов. 18 января 2017 года популярный российский медиа-портал «Медуза» опубликовал материал «Наши правила, а не ваши. Открытое письмо от лица журналистов Белого дома Дональду Трампу».

Текст письма начинается с объяснения мотивации к его созданию – в последние дни перед инаугурацией журналисты решили прояснить отношения между администрацией Трампа и прессой. Они напрямую высказывают недовольство политикой будущего президента, заявляют об ущемлении прав, нарушении неприкасаемого правила свободы слова, начале тотального контроля прессы (чуть ли не диктатуры), и даже неэтичных поступках по отношению к отдельным репортерам. Журналисты довольно дерзко (для российского менталитета) заявляют о собственных правах и возможностях: «В конце концов, эфирное время и место на полосах, на которые вы хотите повлиять, принадлежат нам. Мы, а не вы, решаем, как лучше работать для наших читателей, слушателей и зрителей».

Дальнейшее содержание письма строится на восьми тезисах, которые, словно точные выстрелы, поражают политику Трампа против СМИ Америки. Основным тезисом письма является мысль о том, что как бы правительство не ограничивало прессу, она окажется сильнее любых ограничений, и, пока президент будет «пытаться контролировать, что сообщают из Западного

Крыла», журналисты будут «держатъ руку на пульсе» того, как решения главы правительства исполняются. В заключении авторы письма непрозрачно намекают, что президент не вечен, а вот СМИ вечны. После же вежливо желают «счастливой инаугурации».

Стоит отметить, что такое пожелание «счастья» опубликовано в момент, тогда, когда журналисты публично признают, что американская пресса находится в состоянии упадка, а комната для брифингов в Белом доме – один из последних оплотов власти центральных средств массовой информации.

Ари Флейшер - бывший пресс-секретарь Белого дома при Джордже Буше с января 2001 по январь 2003 года – и вовсе публикует в ноябре 2016 года статью в «The Wall Street Journal», в которой утверждает, что «ведущие средства массовой информации утратили доверие американского народа». Кстати, за полтора месяца до публикации письма от лица журналистов Белого дома, где авторы будто обещают чудесное превращение журналистов в народных Робин-гудов и вестников справедливости.

Оппозиционная «Медуза» публикует материал сразу же и подписывает его «Пресс-пул Белого дома». Будто в укор информационной политике пресс-службы российского президента В.В. Путина и большинству СМИ, которых давно многие обвиняют в прокремлевской повестке и неприкрытой пропаганде. Материал сразу же распространился по социальным сетям и в считанные часы разлетается по безграничному медиа-пространству.

Вслед за огромным количеством отзывов в виде ссылок, комментариев, репостов и лайков, специальный корреспондент «Ленты.ру» Юрий Васильев выкладывает в Фейсбук пост, начинающийся со слов: «Коллеги, вы все уже перепостили это письмо под этим заголовком? Ну давайте теперь разбираться, что скушали сами и что скормили своим читателям». Васильев заостряет внимание на том, что первоисточник письма – «Columbia Journalism Review», а его автор – не группа журналистов, а один журналист – Кайл Поуп. Он главный редактор «Columbia Journalism Review», но вот к Белому дому, и тем более пресс-пулу, не имеет никакого отношения.

Так что же это было – ошибка или сознательно искаженная публикация? Возможно, «Медуза» решила показать российским журналистам пример истинной демократии, попыталась побудить к действиям и протестам. Как бы то ни было, обман раскрылся, и протестов не случилось. В Америке никакой реакции на материал Кайла Поупа также не последовало, что еще раз говорит о важности правильной публикации материала, прямой зависимости его популярности от авторитетности и узнаваемости ресурса, который избран его основной платформой.

Примером открытого письма, получившего большой общественный резонанс стало письмо в поддержку режиссера Кирилла Серебренникова. Первыми, кто встает на защиту искусства, всегда становятся люди, его создающие. Драматург и режиссер Иван Вырыпаев, как и многие творческие деятели, не смог отмолчаться по делу коллеги по цеху. Свое открытое письмо

он опубликовал в электронном журнале «Сноб», редакция которого, к слову, очень сомневалась в правильности публикации его материала.

Письмо Вырыпаева эмоционально, стихийно, похоже скорее на «крик души», чем конструктивный диспут. Во вступительном обращении к культурной общественности автор утверждает, «что арест Кирилла Серебренникова снова останется безнаказанным для той власти, которая управляет сегодня Россией». И на протяжении всего письма Вырыпаев критикует «ту власть», называет ее поддержку инфантилизмом и трагикомичным явлением. Он обращается не только к современности, но и к истории родной страны – говорит о революции, большевизме, тотальных беззакониях советского периода, Великой Отечественной войне – и все эти упоминания переплетаются (правда, не всегда органично и уместно) с яростными призывами отстраниться от власти новой России, буквально отвернуться от нее и попросту игнорировать: «единственное наше оружие — это формирование общественного мнения. Воспитание молодого поколения на других ценностях. И первое, что мы, деятели культуры, интеллигенция, прогрессивные люди России можем сделать, — это перестать поддерживать эту власть».

В своих рассуждениях Вырыпаев уходит далеко за пределы дела Серебренникова, и говорит уже обо всей общественно-политической ситуации в стране. Многие его тезисы оказываются спорными (например, возмущение празднованием Дня Победы: «больно смотреть, как 9 мая вместо тишины и скорби по Красной площади ездят машины смерти, а вожди правящей власти стоят рядом с трупом незахороненного Ленина и поднимают в глазах граждан свой политический рейтинг, называя это патриотизмом»). Текст насыщен эмоционально-окрашенной, порой несдержанной лексикой, риторическими вопросами, орфографическими и пунктуационными ошибками и смелыми высказываниями. Со многими из этих высказываний редакция «Сноба» оказалась не согласна («...открытое письмо Вырыпаева показалось некоторым коллегам демагогическим, вызывающим и оскорбительным для многих деятелей культуры, в том числе для самого Кирилла Серебренникова. Более того, письмо показалось оскорбительным и для тех, кто просил и поручался за обвиняемых, и в принципе способным принести больше вреда, чем пользы.»), однако отказ в публикации превратил бы их, по собственному признанию, в предателей провозглашенной свободной информационной политики.

Так, открытое письмо Ивана Вырыпаева получило обратный ответ лишь в комментариях пользователей социальных сетей, а также в высказываниях известных личностей и общественных деятелей. Стоит сказать, что подавляющее большинство выступило в поддержку Серебренникова, а также согласилось с некоторыми тезисами письма Вырыпаева, что указывает на неприятие приговора вовлечёнными в дело людьми.

На основе проанализированных писем, можно сделать вывод, что авторский стиль открытого письма отличается простотой и ненавязчивостью, допускает умеренное проявление эмоций и чувств. Тематика не ограничена –

так открытое письмо становится уникальным средством высказывания. С помощью открытого письма человек может более конструктивно и лаконично (благодаря подготовке) построить текст, не только правильно обосновать свою точку зрения, но и убедиться в ее истинности.

Однако обилие открытых писем с обращением к власти – знак потери связи между правительством и народом. В таком случае действительно достучаться до власти держащих посредством текста становится очень трудно, и написание открытых писем превращается в бесполезное занятие, которое не приводит к результату. По словам российского писателя Дмитрия Быкова: «открытые письма – гнилая практика спасения репутации». Они не могут оправдать неблагородные, неправомерные действия, не становятся средством очищения, а лишь сильнее обнажают язвы при критическом взгляде на публикацию.

В двадцать первом веке написать открытое письмо стало очень легко – появились специальные ресурсы, социальные сети – с ними распространение стало быстрее и проще. И именно в следствие такого прогресса необходимо предельно ответственно подходить к написанию открытого письма, его содержанию и оформлению.

#### Список литературы

1. Маклюэн, М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Зкл. ст. М. Вавилова. — Москва ; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. — 464 с. — ISBN 978-5-9950-0115-7.

2. Прохоров, Е.П. Эпистолярная публицистика : Учебно-методическое пособие / Е. П. Прохоров. — Москва : Издательство Московского университета, 1966. — 60 с. — ISBN 5-93486-018-6.

3. Мерлин, В. С. Лекции по психологии мотивов человека: учебное пособие для спецкурса / В.С. Мерлин. - Москва : Просвещение, 1977. — 304 с. — ISBN 5-87224-098-8.

4. TheWallStreetJournal [Электронный ресурс] / материал под редакцией AriFleischer, Нью-Йорк, DowJones&Company, 2017 — Режим доступа : <https://www.wsj.com/articles/trump-vs-the-white-house-press-corps-1480279305> (дата обращения 24.12.2017)

5. Сноб [Электронный ресурс] / материал под редакцией и. Вырыпаева. М. ООО «Сноб Медиа», 2017. — Режим доступа : <https://snob.ru/profile/26058/blog/128291> (дата обращения 18.11.2017)

6. Эхо Москвы [Электронный ресурс] / материал под редакцией Д. Быкова. Москва : ЗАО «Эхо Москвы», 2017. — [https://echo.msk.ru/blog/bykov\\_d/919776-echo/](https://echo.msk.ru/blog/bykov_d/919776-echo/) (дата обращения 18.11.2017)

## СУДЕБНЫЙ ОЧЕРК – «АНАТОМИЯ» ПРЕСТУПЛЕНИЯ И НАКАЗАНИЯ

**Анненкова Н.А., канд.филол.наук, Орлова Е. Е.**  
**Оренбургский государственный университет**

В сложном и противоречивом мире общественных отношений любая деятельность должна подвергаться юридическому анализу. Журналист, как «рентранслятор» окружающей действительности, обязан не только распространять готовые юридические анализы, но и проводить их самостоятельно. Такой анализ, в отличие от журналистского расследования, основной целью имеет изучение состояния законности в обществе, то есть установление соответствия или несоответствия тех или иных действий и поступков с существующими правовыми нормами в данном государстве.

Материалы, написанные на криминальную (или шире - на правовую) тематику, всегда вызвали особый интерес у читателя, ведь тема "преступления и наказания" - извечная проблема человечества. Еще при Петре I печатались судебные уставы, а немного позже, через полтора столетия, в газетах стали появляться судебные речи русских юристов. В это время происходит становления судебного очерка как жанра. Такие материалы, прежде всего, посвящались различным судебным процессам или уже состоявшимся судебным делам. Одними из лучших журналистов того времени, которые занимались судебными очерками, были В.Д. Спасович, П.Н. Обнинский и Г.А. Джаншиев. До сих пор практическим пособием для журналистов, пишущих на правовую тематику, являются судебные очерки, написанные писателем, публицистом и судебным адвокатом А.Ф. Кони. К сожалению, в современной журналистике подобного уровня материалы встречаются крайне редко.

Возникновение жанра судебного очерка во многом предопределил реформа 1866 года Александра II, которая существенно изменила принципы и процедуры судопроизводства, теперь суд стал более открытым благодаря введению принципа гласности. Ещё одним важнейшим изменением является введение суда присяжных, что было абсолютным новшеством для судебной системы [1, с.96]. Таким образом, наметилось становление суда независимым институтом в Российской Империи. Эта судебная реформа подготовила интерес публики к криминальной жизни.

Растущей популярностью судебных очерков воспользовались великие русские писатели. Примером служит роман Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание», который в какой-то степени вобрал в себя элементы судебного очерка. Бытует мнение, что Фёдор Михайлович прочитал о преступлении в газете и переработал его в своём романе<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>Великий писатель вообще часто использовал взятые из газет судебные очерки в своих произведениях: роман «Бесы» был связан с на шумевшим делом Нечаева, роман «Братья Карамазовы» также был основан на судебном очерке.

Л.Н. Толстой тоже часто черпал вдохновение из судебных очерков. Так был написан роман «Воскресение», который содержал детективный элемент – убийство купца Смелькова и несправедливое обвинение Катюши Масловой. В связи с частым обращением писателей к этому жанру, возникает даже образ «русского Шерлока Холмса» - первого начальника Санкт-Петербургской сыскной полиции Ивана Путилина, чьи мемуары стали основой для многих литературных произведений в жанре судебного очерка.

По классификации, предложенной М.Н. Кимом, судебный очерк относится к виду исследовательских очерков. Он утверждает, что «характерной чертой данной жанровой модификации является реконструкция состава преступления, совершенного конкретным человеком или группой лиц» [2, с. 34]. В судебных очерках автор даёт не правовую оценку преступления, ведь это является прерогативой суда, а только морально-нравственную оценку. Основная задача журналиста состоит в том, чтобы помочь людям разобраться в феномене человеческого зла и на основе этого показать те условия и обстоятельства, которые привели человека к совершению преступления.

Подобные задачи реализуются в судебном очерке «Костя убил любимую и четыре дня хранил тело под полом» журналистки Марии Плотниковой, опубликованном на РИП «Провинция.ру» 30 ноября 2017 года [3].

Основными содержательными элементами любого судебного очерка являются обрисовка морального облика преступника и анализ мотивов преступления. Помимо этих составляющих в материале могут быть рассмотрены различные авторские версии в объяснении состава преступления, детали и подробности уголовно наказуемого деяния, свидетельские показания. Весь этот многоаспектный материал «объединяется в судебном очерке авторским замыслом и идеей произведения» [4, с. 145].

Особое значение придаётся фабульному построению текста, которое отличается от сюжетного тем, что «основной заботой журналиста здесь является выделение наиболее примечательных событий, которые раскрывали бы то или иное социальное явление или проблему» [2, с. 110]. В анализируемом нами очерке фабульное построение текста дает сцепление событий, позволяющее создать панораму жизни героя на том или ином ее моменте. В очерке фабульной составляющей стали события, положенные в основу уголовного дела.

Фактологической основой очерка могут стать различные документы, газетные публикации, протоколы допроса обвиняемого, письма, заключения экспертизы и т.д. Такую основу произведения Марии Плотниковой составили документы и протоколы осмотра и допроса преступника, акты дознания полиции, показания свидетелей, заключения судмедэксперта, фотографии из материалов уголовного дела.

Особое внимание уделяется хронологии отображаемых явлений. В очерках с нарушенной хронологией автор, повествуя о делах человека в настоящем, может обратиться к прошлому герою и отразить различные

периоды его жизни. Очеркист также может отдельными вставками дать хронологию событий, прерывая её размышлениями о смысле и значении каждой подробности. М.Н. Ким утверждает, что «в очерках со смещенной хронологией наряду с событием, отображающим некий фрагмент действительности, может присутствовать и метасобытие» [2, с.114]. Метасобытием является та поисковая работа журналиста по изучению действительности, которая находит своё отражение в тексте очерка. Л.М. Майданова считает, что эпизоды метасобытия «могут насыщаться элементами метатекста, то есть пояснениями, почему об этом говорится теперь, а не после или раньше, о чем будет сказано в следующих строках, и т.п.»[5, с.136].

В композиции очерка «Костя убил любимую...» метасобытия сосредоточены концептуальные элементы текста: журналистское расследование, встречи со свидетелями, показания подсудимого, полицейского, анализ документов, выводы. Хронология повествования - несмещенная, время в очерке имеет линейную структуру. Журналистка описывает все события в строго хронологической последовательности: от убийства до оглашения приговора.

Особое внимание при написании судебных очерков авторы уделяют анализу мотивов преступления, раскрывая которые очеркист может обрисовать психологический портрет преступника. В.С. Мерлин считает, что в мотиве проявляется не только направленное отношение субъекта к объекту, но и то, что содержится в этом отношении. Мотив всегда связан с переживанием нужды, недостатка, с наслаждением или страданием, поэтому он представляет собой именно эмоциональное отношение[6, с.101]. Такое понимание мотива позволяет обнаружить многое в человеческих поступках. Очеркист при анализе личностных свойств преступников может столкнуться с целой системой взаимосвязанных мотивов. Если в свойствах личности выражаются более обобщенные отношения человека к миру, то в мотивах — вполне конкретные и определенные отношения, которые к тому же имеют изменчивый характер. Отсюда могут возникнуть и те противоречия, которые выявляются в трактовке человеческих поступков. Например, обычный, с виду непримечательный человек неожиданно для всех совершает зверское убийство, и общественность не может найти адекватные причины совершенному деянию. Здесь за дело берётся уже журналист, которому необходимо отыскать внутреннюю взаимосвязь, существующую между устойчивыми свойствами личности и мотивами преступления. Очеркист может найти различные внутренние факторы, которые связаны с психологическим состоянием человека и также внешние условия, побудившие человека на свершение преступления. Журналист как бы проникает во внутренний мир преступника и пытается найти ответы на возникшие вопросы. Если автору удастся раскрыть человека и найти мотивы преступления, то очерк с точки зрения психологизма получится многоплановым. Анализ всех внешних и внутренних предпосылок дает возможность более объективно подойти не только к освещению судебного процесса, но и к оценке человеческих деяний[4, с.380].

Особое внимание уделяется и требованиям, которые касаются самого журналиста, ведь на нём лежит особая ответственность за степень точности и беспристрастности материала. При написании очерка нужна максимальная внимательность, так как нельзя забывать, что журналиста, допустившего хотя бы малейшую неточность в судебном очерке, могут привлечь к суду за диффамацию. В своём произведении Мария Плотникова придерживается всех этих требований.

Очерк начинается с истории знакомства будущих сожителей. Журналист сразу рисует нам образ преступника, который, до убийства своей любимой, уже успел отсидеть срок в тюрьме за жестокое избиение человека, приведшее к смерти. Альфия, как верная супруга, дождалась Баранова и через несколько лет родила ему двоих детей. На протяжении описания всей этой истории автор даёт нам точные даты события, мы можем наблюдать динамику развития действий.

Вставными эпизодами даются различные показания свидетелей и самого преступника, которые позволяют более подробно понять всю ситуацию. Это помогает автору уйти от собственной оценки главных героев, передав эту задачу людям, непосредственно связанным с данной историей. Также вставные эпизоды играют роль «детали», позволяющей более объёмно показать героя с разных сторон.

Сама печальная история начинается после долгого запоя главных героев. Баранов 21 апреля 2017 года сильно ругается со своей сожительницей и наносит ей 20 ножевых ранений. Помимо этого он сильно избивает своего ребёнка, который пытался защитить свою мать. Все подробности преступления автор даёт нам через признания самого Баранова. Это сделано не случайно, ведь именно благодаря этому мы можем понять, как относится герой к своему противоправному деянию.

Публицист, показывая личность обвиняемого, убеждает нас в том, что едва ли не главная причина той непростой ситуации, в которой оказался герой, кроется в особенности его характера. Сам Баранов является очень жестоким человеком, способным поднять руку не только на женщину, но и на ребёнка. Автор не зря в начале произведения упоминает о прошлой судимости героя.

Журналистка подробно описывает нам всё то, что происходило после того, как нашли тело Альфии. Она вставляет показания полицейского: «Баранов вел себя странно: на вопрос, где его сожительница, постоянно выдвигал новые версии, был агрессивен, выбегал в прихожую и садился на пол в то место, где находился подпол. После того как Баранова доставили в отдел полиции, пришлось вызывать психиатра. Он начал симулировать душевную болезнь».

Особое значение в композиции текста имеет судебный процесс, который проходил в Центральном районном суде Оренбурга 8 ноября 2017 года. Константина Баранова признали виновным в убийстве и умышленном причинении лёгкого вреда здоровью и лишили свободы на 11 лет и 3 месяца колонии особого режима. Мария Плотникова подмечает, что во время вынесения приговора обвиняемый плакал и убеждал суд, что не бил сына и не помнит, что происходило с ребёнком. Этот вставной эпизод помогает нам



глубже понять психологический облик преступника и сделать вывод о том, что человек хоть немного, но раскаивается в своём поступке. Помимо этого, журналистку удивляет тот факт, что родители Альфии, несмотря на своё горе, попросили строго не наказывать несостоявшегося зятя.

Автор в произведении - не только активно действующее, но и активно размышляющее лицо. В судебном очерке повествователь ведет свое «следствие» – он ищет социальные корни зла, говорит о нравственных уроках того, что произошло. Делая постоянно акцент на алкогольную зависимость главного героя, Мария Плотникова вовсе не пытается оправдать этим его преступление, а лишь хочет показать, откуда идут проблемы в подобных семьях.

Мы выбрали для анализа судебный очерк «Костя убил любимую и четыре дня хранил тело под полом» журналистки Марии Плотниковой не потому, что он типичен для современной российской расследовательской журналистики. Нельзя сказать, что такие тексты встречаются часто. Для нас он был важен и интересен прежде всего тем, что демонстрирует те потенциалы жанра, которые заложены в судебном очерке и адекватно отражают потребности журналиста в их поисках оптимальной формы для репрезентации результатов своих исследований. При этом данный очерк взят из региональной прессы, в которой подобные материалы встречаются гораздо реже, что объясняется нехваткой квалифицированных специалистов. Криминальная хроника всегда была достаточно популярной, но авторы при освещении подобных тем обращаются чаще всего к заметке, нежели к сложному жанру судебного очерка.

Ещё одной особенностью судебных очерков является его тесная связь с юриспруденцией. Журналист, работающий в этом жанре, наряду с квалифицированными специалистами, должен уметь проводить наиболее точный и полный юридический анализ актуальных событий в любой сфере деятельности. Для этого нужно обладать необходимыми знаниями и достаточным опытом, поэтому наибольшим вниманием пользуются публикации юристов и журналистов в одном лице. Однако качественный судебный очерк может подготовить и обычный журналист, который не имеет юридического образования.

Юридический анализ тех или иных явлений, предлагаемый журналистами в своих публикациях массовой аудитории, всегда будет отличаться от юридического анализа, проводимого юристами и предназначенного для юристов, полагает А.А. Тертычный. И отличие это будет заключаться в первую очередь в стремлении журналистов сделать такой анализ максимально популярным, простым, чтобы суть его оказалась доступной для широкого читателя, телезрителя или радиослушателя [7, с.11].

Особые требования к судебному очеркисту – знание структуры судебной системы. Заместитель начальника Управления общественных связей Административного департамента, начальник Пресс-центра МВД России О.М. Ельников говорит, что «журналисты, которые сейчас занимаются освещением правоохранительной деятельностью, характеризуются зачастую

непрофессионализмом, тенденциозностью, стремлением из всего сделать жареный факт, вынести на обсуждение то, что интересно именно им. Если журналист не понимает, в чем разница между Уголовным и Уголовно-процессуальным кодексами, что он может написать?» [8, с.15].

Российский историк и политический деятель Людмила Нарусова считает, что жанр судебного очерка находится на грани исчезновения. В одном из своих интервью она сказала: «Раньше была именно судебная журналистика. Сейчас, к сожалению, журналисты, которые пишут о расследовании уголовных дел, зачастую производят «заказуху». Когда иногда читаешь статью и сразу видно, это заказала та или другая сторона. Отсюда недоверие. Соответственно, не хватает и специалистов. Наверное, они есть, но на экранах, в газетах хороших специалистов мы не видим, туда допускают других» [9].

Проблема, выделенная Людмилой Нарусовой, действительно очень важна для современной журналистики. Сейчас на грани исчезновения находятся многие жанры, в числе которых судебный очерк, фельетон с памфлетом и зарисовка. Это связано с высокими требованиями, которые предъявляется автору, пишущему в подобных жанрах. Он должен обладать высоким профессионализмом и журналистским мастерством, быть глубоко осведомленным в той области, в которой он работает.

Судебный очерк является своеобразной «анатомией» преступления и наказания, в которой журналисты шаг за шагом, уликой за уликой раскрывают перед читателем картину противоправного деяния и выносят юридическую оценку преступлению. Анализ личности преступника в очерке «Костя убил любимую...» помогал автору разобраться в мотивах его действий. При этом журналист не выносил обвинения преступнику, в очерке автор придерживался нейтральной позиции к человеку, совершившему противоправное деяние.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что судебный очерк занимается не только освещением криминальных тем, но и способствует профилактике преступления, так как рассказывает о тех последствиях, которые ждут преступников после свершения правонарушений. Данный жанр играет большую роль в журналистике, ведь именно он может помочь читателю проанализировать важные общественные проблемы и задуматься о происходящем вокруг. Исследование также показало, что жанр судебного очерка сегодня находится на грани исчезновения. К сожалению, журналисты стремятся при освещении криминальных тем прибегать к более простой форме заметки, игнорируя те потенциалы и возможности жанра, которые может предоставить судебный очерк.

#### *Список литературы*

1. Орлов, А.С. История России : учебник / А.С. Орлов, В.А. Георгиев, Н.Г. Георгиева. – Москва: Проспект, 2015. – 520 с. - ISBN 5-9278-0006-8.

Н. Ким. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 396 с. - ISBN 978-5-49807-909-7.

2. Ким, М.Н. Очерк: Теория и методология жанра / М.Н. Ким. – Санкт-Петербург : Лаб. оперативной печати фак. журналистики СПбГУ, 2000. – 168 с.

3. Провинция.Ру [Электронный ресурс]. / материал под редакцией Марии Плотниковой. Оренбург : ООО «Провинция. Оренбург», 2017. – Режим доступа : <http://province.ru/orenburg/kriminal/kostya-ubil-lyubimuyu-i-chetyre-dnya-khranil-telo-pod-polom.html> – 30.11.2017.

4. Ким, М. Н. Основы творческой деятельности журналиста : учебник / М. Н. Ким. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 396 с. - ISBN 978-5-49807-909-7.

5. Майданова, Л.М. Структура и композиция газетного текста (средства выразительного письма) / Л.М. Майданова. – Красноярск : Изд-во Краснояр. ун-та, 1987. – 178с.

6. Мерлин, В. С. Лекции по психологии мотивов человека: учебное пособие для спецкурса / В.С. Мерлин. - Москва: Просвещение, 1977. – 304 с.

7. Тертычный, А.А. Аналитическая журналистика: учеб.пособие для студентов вузов / А.А. Тертычный. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 350 с. - ISBN 978-5-7567-0555-3.

8. Ельников, О.М. Органы внутренних дел и журналисты, освещающие правоохранительную тематику: пути построения качественного и эффективного сотрудничества / О.М. Ельников // сб. мат-лов уч.-метод. семинара для сотрудн. подразделений информации и обществ. связей системы ГУВД по г. Москва. – Москва, 2007. – С. 21-38.

9. Союз журналистов Санкт-Петербурга и Ленинградской области [Электронный ресурс]. / материал под редакцией Юлии Мелейко. – Санкт-Петербург : МОО «Союз журналистов Санкт-Петербурга и Ленинградской области», 2017. – Режим доступа : <http://projects.spbsj.ru/novosti/materialy/7760-zhanr-sudebnoj-zhurnalistiki.html> - 28.09.16.

## **АНАЛИЗ ФОТОРЕПОРТАЖА В РАМКАХ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН ПО ЖУРНАЛИСТИКЕ**

**Анпилогова Л.В., канд. пед. наук, доцент, Константинова О.В.  
Оренбургский государственный университет**

В современном обществе доминирует визуальная составляющая коммуникативного процесса. Причина этого лежит на поверхности - понимание письменного текста зависит от многих факторов: сложности изложенной в нем мысли, темы и языка, предназначения для широких масс или узкого круга читателей. Отсюда следует, что фотография в сравнении с текстом является более универсальным способом общения, так как понять ее сможет практически каждый. Фотокадры используются во многих сферах человеческой деятельности: науке, искусстве, бытовой и др., в том числе и в фотожурналистике. Именно поэтому фотоизображения – это один из самых распространенных видов медиаконтента.

На сегодняшний день изучение техники создания фотографии в журналистике рассматривается в рамках ряда дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика: журналистское мастерство (работа в творческих студиях) и вспомогательных (прикладных) дисциплинах. На этих предметах анализируются такие важные компоненты, необходимые для производства эстетически грамотной фотографии, как: техника и технология изготовления фотографии, верстка и разверстка графических изображений в рамках печатного издания, постобработка фотоматериалов и т.д.

Важной составляющей процесса подготовки фотоизображений для их последующей публикации в различных СМИ является работа по созданию и презентации фоторепортажа. Исходя из этого, в рамках изучаемых учебных дисциплин рассматривается и теоретический подход к пониманию сущности фоторепортажа как одной из главных разновидностей фотожурналистики. Он представляет собой жанр журналистики и искусства, главным достоинством которого считается возможность показать тех или иных людей естественно и правдиво, запечатлеть события с предельно документальной точностью.

Появление и дальнейшее развитие фоторепортажа целиком и полностью связано с периодической печатью. Первые шаги он сделал на страницах журналов, хотя истоки фоторепортажа обнаруживаются еще в XIX веке. Фоторепортажи становятся знаками событий, символами общественных и других движений, так как кадры из них лучше, чем любой словесный призыв, пробуждают чувства зрителей. Тенденция развития жанра заключается в усилении психологической нагрузки снимков, в стремлении выразить не только действия, но и чувства и мысли. Снимки, ставшие общеизвестными, свидетельствуют о том, что общество хочет осмыслить или над чем предпочитает поразмышлять.

Фоторепортаж, представленный в современном медиапространстве всемирной глобальной сети, выполняет следующие функции:

- фокусирующая/актуализирующая функция, связанная со способностью фотографии оживлять воспоминания и приводить к повторному переживанию имевших место ранее событий;
- стимулирующая функция связана с тем, что при создании и восприятии снимков происходит активизация разных сенсорных систем;
- смыслообразующая функция заключается в ее способности помогать человеку увидеть смысл поступков и переживаний;
- деконструирующая функция - способность помогать человеку осознать тот смысл, который он приписывает своим поступками переживаниям;
- контейнирующая функция связана с тем, что фотография может «удерживать» чувства от их бессознательного восприятия реальности.
- экспрессивно-катарсическая функция заключается как в восприятии готовых снимков, так и в их создании.
- защитная функция связана со способностью обеспечивать дистанцирование от травматичных и малопонятных переживаний и ту или иную степень контроля над ними [3].

Согласно Н.И. Ворону, существует три разновидности фоторепортажа: хроникальный, интерпретирующий и событийный [2]. Хроникальный фоторепортаж представляет собой фоторассказ с большой детализацией действий, в нем особенно широко представлена картина происходящего [1]. Интерпретирующий - это последовательное изображение действий, суждение автора составляет существенную часть содержания. Событийный фоторепортаж - это новость, сообщение об общественно значимом событии, мероприятии, празднике, фестивале, визите какой-либо выдающейся личности, делегации, происшествии, чрезвычайной ситуации и так далее [5].

На сегодняшний день фоторепортаж «перебегает» со страниц печатных СМИ в электронные. Поэтому на занятиях студенты анализируют различные электронные средства массовой информации на предмет разбора представленных там фоторепортажей для последующей их оценки. В качестве наглядности приведем пример использования фоторепортажей в информационном агентстве REGNUM за период с 1 октября по 1 ноября 2017 года.

Прежде всего, на занятиях рассматривается количественная характеристика разновидностей фоторепортажа, наглядно представленная в таблице 1. При анализе было выявлено, что ни одного интерпретирующего фоторепортажа в федеральном информационном агентстве REGNUM за исследуемый период не было опубликовано.

Таблица 1 – Количественная характеристика разновидностей фоторепортажа, представленных в информагентстве REGNUM

| /п | Событийный                                                                 | Хроникальный                                          |
|----|----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
|    | М. Каширская «Огненная феерия» от 02.10.17                                 |                                                       |
|    |                                                                            | И. Пушкин «Священное в общественном» от 02.10.17      |
|    | Д. Драй «Две недели до открытия» от 03.10.17                               |                                                       |
|    | Д. Драй «Поименно вспомнили всех» от 03.10.17                              |                                                       |
|    | Д. Драй «Мусорный полигон» от 04.10.17                                     |                                                       |
|    | Д. Драй «Присутствие фотоискусства» от 07.10.17                            |                                                       |
|    | Д. Драй «Байкеры на Дворцовой» от 07.10.17                                 |                                                       |
|    |                                                                            | М. Александрова «Дуэт кисти и фотокамеры» от 08.10.17 |
|    | Э. Суркина «Слева - горы, справа – горы» от 12.10.17                       |                                                       |
| 0  |                                                                            | И. Юдкевич «Несокрушимая и легендарная» от 12.10.17   |
| 1  | А. Колчин, Д. Гарник «100-летие гибели Романовых» от 14.10.17              |                                                       |
| 2  | А. Пронин «Самозащита без оружия» от 15.10.17                              |                                                       |
| 3  | А. Алябьева «Иностранцы в Сибири» от 15.10.17.                             |                                                       |
| 4  | К. Саввина, Д. Драй «Напугали серым небом и удивили стадионом» от 16.10.17 |                                                       |
| 5  | А. Пронин «Зенит» одержал третью победу» от 19.10.17                       |                                                       |
| 6  | Д. Антонова,<br>Е. Черенкова «Открытые инновации» от 21.10.17              |                                                       |
| 7  | Д. Антонова «Реновация в Москве» от 23.10.17                               |                                                       |
| 8  | Д. Драй «Защищать с огнетушителями» от 23.10.17                            |                                                       |
| 9  | А. Пронин «Россия против Уэльса» от 25.10.17                               |                                                       |
| 0  | Н. Кажан «PhotoVisa» от 25.10.17                                           |                                                       |
| 1  | Д. Антонова «Первый московский» от 27.10.17                                |                                                       |
|    | Д. Антонова «Сад в будущее» от                                             |                                                       |

|   |                                                               |   |
|---|---------------------------------------------------------------|---|
| 2 | 27.10.17                                                      |   |
| 3 | Н. Кажан «Качеством и количеством»<br>от 28.10.17             |   |
| 4 | Д. Антонова «Стена скорби» от 31.10.17                        |   |
| 5 | Д. Драй и др. «Два года, как они не<br>прилетели» от 31.10.17 |   |
| 6 | Л. Лис «Русский «Мир» во Франции» от<br>01.11.17              |   |
|   | 23                                                            | 3 |

Анализ результатов таблицы показал, что среди 26 фоторепортажей, вышедших за рассматриваемый промежуток времени, 23 (88%) фоторепортажей являются событийными (Д. Драй «Мусорный полигон», М. Каширская «Огненная феерия», Н. Кажан «PhotoVisa» и др.). И только 3 (12%) – хроникальными (И. Пушкин «Священное в общественном», М. Александрова «Дуэт кисти и фотокамеры» и И. Юдкевич «Несокрушимая и легендарная»). Важно отметить, что фоторепортажи выходят с периодичностью в пару дней. Благодаря этим статистическим данным, можно смело утверждать, что самой распространенной разновидностью жанра, представленной в информагентстве REGNUM, является событийный фоторепортаж.

Для понимания популярности событийного фоторепортажа важно выделить критерии его анализа в современном медиапространстве, подходящие под современные реалии. Причины его популярности просты. Событийный фоторепортаж - это возможность передать хронологию событий, показать в виде картинок людей и атмосферу события без учета авторского мнения. Данный вид репортажа пришел в интернет СМИ со страниц печатных изданий и быстро занял в них свою нишу, так как перестал быть ограниченным полосой или страницей. К тому же, событийный фоторепортаж обладает большей документальностью, чем другие представители этого жанра.

Фоторепортаж является неоднозначным жанром, поэтому многие исследователи (Н. Ворон, В. Березин и др.) причисляют его не только к журналистике, но и фотоискусству. Исходя из этого, следует выделить сочетание психологической глубины образа с высоким качеством технического исполнения [4].

В то же время, рассматривать работы фоторепортеров, руководствуясь лишь эстетическими критериями не совсем верно, поэтому стоит выделить символично-пиктографическую функцию, цель которой сориентировать читателя в тематике материала. Помимо этого, значимым компонентом анализа является единство фотографического и текстового компонентов. Невозможно исключить и объект съемки, который в свою очередь, может быть как одушевленным, так и нет. Стоит обратить внимание и на композиционный аспект фоторепортажа: какого рода фотографии включены в репортаж в рамках кадрирования (детальные, крупные, средние, общие и дальние планы, панорамы и др.) и в рамках ориентации (горизонтальная и вертикальная разверстки).

Композиция кадра является одной из важнейших характеристик фотографии, поскольку она обеспечивает привлечение и удержание внимания зрителей. Именно поэтому в исследовании особое внимание уделяется этому аспекту анализа фоторепортажей.

На одном из занятий при анализе подробно рассматривался событийный фоторепортаж Д. Драй «Присутствие фотоискусства», опубликованный 7 октября 2017 в информагентстве REGNUM. Он состоит из 25 фотокадров, рассказывающих об открытии выставки современной фотографии в Санкт-Петербурге.

Автор умело располагает объекты при помощи различных композиционных методов (правило третей, золотого сечения и др.), акцентируя внимание зрителя на выставке, описанной в статье. Можно заметить, что в своей работе Д. Драй использует не только портретные объективы с постоянным фокусным расстоянием, но и светосильные широкоугольные, а также телеобъективы, что видно при анализе композиционного аспекта фоторепортажа, представленного в таблице 2.

Таблица 2 – Соотношение кадрирования и ориентации фотоизображений в рамках композиционного аспекта фоторепортажа Д. Драй «Присутствие фотоискусства»

| Ориентация<br>Кадрирование | Горизонтальная<br>разверстка | Вертикальная<br>разверстка |
|----------------------------|------------------------------|----------------------------|
| Детальное                  | 0                            | 0                          |
| Крупное                    | 2                            | 0                          |
| Среднее                    | 8                            | 0                          |
| Общий план                 | 13                           | 2                          |
| Дальний план               | 0                            | 0                          |
| Панорама                   | 0                            | 0                          |

Из таблицы следует, что фоторепортер предпочитает в своих работах использовать кадры с горизонтальной разверсткой – 23 фотографии, что составляет 92% от общего количества снимков фоторепортажа. Также важно обратить внимание на то, что в ее репортаже присутствуют всего 2 (8 %) вертикальных снимка. В плане кадрирования доминирующую позицию в работе занимают общие планы – 15 фотоизображений (60%). Помимо этого, в фоторепортаж входят 8 (32%) снимков среднего и 2 (8%) - крупного планов.

Такие кадрирование и разверстка можно легко объяснить видением и расставлением автором определенных акцентов. Так как объектом съемки была выставка, то фоторепортер использовал людей в качестве элементов композиции, подчеркивающих культурную значимость мероприятия.

Анализ фоторепортажа позволяет также увидеть, что современный фотографический репортаж сочетает в себе пространственно-временную



определенность (приближенность к «реальной фабуле») и выразительность отображения человека – действующего лица, а также значимость неодушевленного предмета, как объекта съемки.

Журналистское мастерство (работа в творческих студиях) и вспомогательные (прикладные) дисциплины оказывают влияние на дальнейшее развитие будущего специалиста журналистики в области создания и анализа фоторепортажа. Несмотря на то, что производство фоторепортажа требует практических навыков, для качественной съемки необходимо изучить огромное количество теоретической информации, дающей полное представление о современных технических средствах, с помощью которых осуществляется профессиональное и любительское фотографирование, а также о главных принципах фотосъемки и секретах получения профессиональных снимков высокого уровня. Кроме того, студент обретает собственные навыки процесса фотографирования посредством выполнения практических задач.

К тому же, в рамках изучения данных дисциплин осуществляется также и такой вид практической работы как анализ фотографий на предмет удачно подобранной экспозиции, передачи динамики в кадре, наличия элементов выражения эмоций и переживаний. Это необходимо для того, чтобы посредством разбора профессиональных фотографий улучшить практические навыки фотографирования будущих фоторепортеров.

#### *Список литературы*

1. Березин, В. М. *Фотожурналистика: учебник* / В. М. Березин. – Москва: Гриф, 2017. – 226 с.
2. Ворон, Н. И. *Жанры фотожурналистики: учеб. пособие* / Н. И. Ворон. – Москва: Факультет журналистики МГУ, 2012. – 145 с.
3. Копытин, Л. И. *Тренинг по фототерапии* / Л. И. Копытин. – СПб: «Речь», 2003. – 96 с. – ISBN 5-9268-0233-4.
4. Лыженков, А. Е. *Практическая фотожурналистика* / А. Е. Лыженков. – Тула: Кафедра журналистики ТГУ, 2010. – 56 с.
5. Шимолин, В. И. *Образная публицистика* / В. И. Шимолин. – Минск: БГУ (Белорусский Государственный Университет), 2013. – 207 с.

## **АНАЛИЗ МУЗЫКАЛЬНОСТИ РЕЧИ ТЕЛЕВЕДУЩИХ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ**

**Анпилогова Л.В., канд. пед. наук, доцент, Кочеткова Е.В.  
Оренбургский государственный университет**

На современном телевидении нередко встречаются журналисты - ведущие, речь которых не лишена недостатков. Неверная интонация или ее отсутствие, нечеткая дикция, речевые дефекты, слишком частое, беспокойное дыхание и т.д. - все это мешает аудитории TV воспринимать информацию. Поэтому в процессе обучения будущих журналистов необходимо обратить особое внимание на осуществление эффективного речевого взаимодействия журналиста с аудиторией. При этом следует понимать, как возникает и организуется содержание речи, как она превращается в грамотную и красиво звучащую. Всему этому можно научиться на занятиях по дисциплине «Риторика», на которых важным является понимание риторического канона и умение его применять в публичном выступлении.

Риторический канон как модель речевых действий журналиста обеспечивает эффективное достижение целей и решение задач, которые он ставит, определяя и раскрывая тему выступления. Знание основных этапов речевых действий оратора позволяет грамотно выстроить текст [1]. Классический риторический канон отмечает пять этапов на пути от мысли к речи:

- 1 Инвенция - буквально «поиск аргумента», т.е. нахождение (изобретение) того, что нужно сказать.
- 2 Диспозиция – расположение элементов речи.
- 3 Элокуция – отбор средств для украшения речи.
- 4 Мемория – запоминание подготовленной речи.
- 5 Акция (акцио) - произнесение, представление сообщения [1].

На занятиях по риторике исследуется каждый этап журналистского текста.

На одном из занятий для анализа нами была выбрана программа «Романтика романса» телеканала «Культура». Канал развивает серьезную самостоятельную концепцию вещания, направленную не только на возрождение отечественной культуры, но и на эстетику речевого представления материала.

Программа «Романтика романса» существует на телеканале с 2000-го года. Ее ведущие - Екатерина Гусева, актриса театра и кино, певица, заслуженная артистка России и Евгений Кунгуров, певец, заслуженный артист Чеченской Республики и Республики Ингушетия. В разное время ее вели Любовь Казарновская, Леонид Серебренников, Олег Погудин, Святослав Бэлза, Дмитрий Ряхин, Ренат Ибрагимов. Это не только музыкальная, но и просветительская программа: ведущие постоянно говорят об известных музыкантах, исполнителях прошлого и настоящего, не обходят стороной

памятные даты. Каждый экскурс в историю обязательно сопровождается музыкальными иллюстрациями. Основой нашего анализа являлась речь ведущих с точки зрения риторического канона.

При этом, рассматривая речь с точки зрения риторического канона, в данном исследовании остановимся на анализе одного из его этапов (заключительном) – акции (акцию). Актю гипокризис (от лат. *action hypocrisies*) – это этап не только произнесения, но и разыгрывания (от греч. *hypocrisis* - актер) с использованием жестов, мимики и голосовых данных оратора, техникой речи. В рамках дисциплины нам в большей степени интересно произнесение, воспроизведение оратором заготовленного текста.

Нами было проанализировано 4 программы за ноябрь 2017 года: «Время изменится» (6.11.2017 г.), «С приветом из Одессы» (12.11.2017 г.), «Вечерний звон» (19.11.2017 г.), «Этот трудный лёгкий жанр» (к 90-летию Московского театра оперетты) (26.11.2017 г.). Следует заметить, что речь ведущих ограничена подводками к выступлениям артистов. Эти небольшие по времени вставки оказываются очень содержательными. Они включают информацию не только о произведении и его авторе, но и об особенностях музыки обозначенного периода, музыкальных течениях и т.д. Таким образом, отмечая значимость речи ведущих в программе «Романтика романса», необходимо обратить внимание на ее музыкальность.

По мнению Л. Л. Сабанеева, русского музыковеда, композитора, музыкального критика и учёного, музыкальность речи – это ее «звуковое бытие», та часть невербальной информации, которая представлена в звуке голоса говорящего, в особенностях фonaции [7]. Исходя из тематики программы, можно предположить, что основная ее аудитория – музыканты, т.е. люди, в восприятии информации которых преобладает аудиальный (слуховой) канал. В дополнении к представленному мнению музыкальность речи рассматривается как вспомогательная деталь между смысловым компонентом речи ведущего и аудиторией. Эта мысль находит свое подтверждение в словах Б.Л. Пастернака: «Музыка слова - явление совсем не акустическое и состоит не в благозвучии гласных и согласных, отдельно взятых, а в соотношении значения речи и ее звучания» [5].

Критериями музыкальности речи являются:

1 Интонация (от лат. *intonare* — громко произносить) - ритмико-мелодическая сторона речи, служащая в предложении средством выражения синтаксических значений и эмоционально-экспрессивной окраски [6]. Л.В. Бондарко выделяет следующие функции интонации: обеспечение фонетической цельнооформленности фразы или ее части; членение текста или высказывания на осмысленные и фонетически оформленные сегменты; передача важнейших коммуникативных значений (повествование, вопрос, побуждение и др.); указание на определенные семантические и грамматические отношения между единицами, образующими высказывание, и между самими высказываниями; передача отношения говорящего к содержанию своего высказывания или высказывания собеседника; передача информации об

эмоциональном состоянии говорящего [2]. Составными элементами интонации являются:

- мелодика речи (повышение или понижение голоса во фразе);
- ритм (чередование ударных и безударных, долгих и кратких слогов);
- интенсивность (сила или слабость произнесения, связанные с усилением или ослаблением выдыхания);
- темп (скорость или медленность протекания речи во времени и паузы между);
- тембр (звуковая окраска, придающая речи те или иные эмоционально-экспрессивные оттенки);
- фразовое и логическое ударения (средство выделения речевых отрезков или отдельных слов во фразе) [6].

Анализируя ударение, следует обратить внимание на его разновидность - эмфатическое ударение. С помощью него создается эмоционально-смысловой эпицентр во фразе [4].

Элементы интонации всегда связаны между собой и встречаются в единстве.

2 Громкость голоса как один из важных компонентов музыкальности.

3 Тип дыхания.

Проанализируем каждый из элементов на конкретных примерах – отрывках речи ведущих программы – Екатерины Гусевой и Евгения Кунгурова (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ музыкальности речи ведущих программы «Романтика романса»

| Элементы музыкальности | Екатерина Гусева                                                                                                                                                                       | Евгений Кунгуров                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                        | примеры                                                                                                                                                                                | примеры                                                                                                                                                                                                                              |
| 1<br>Интонация         |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                      |
| мелодика               | <i>«Публика рукоплескала новому явлению, а вот официальные власти, например, немецкий конгресс, запретил оперетту как «растлевающее публику непристойное зрелище».</i> (26.11.2017 г.) | <i>«Танго должно прозвучать в нашей программе. Пусть это будут «Черные глаза» загадочной незнакомки, которая до сих пор будоражит воображение слушателей, по крайней мере, всех мужчин. Давайте послушаем танго».</i> (6.11.2017 г.) |
| интенсивность          | -                                                                                                                                                                                      | <i>«Самым востребованным жанром в это время стал романс. В нем было то, что чувствовал каждый: надежда и безнадежность, отчаяние и предвкушение счастья»</i> (6.11.2017 г.).<br><i>«Мы обязательно встретимся</i>                    |

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                             |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                          | « <b>Новь</b> » (6.11.2017 г.)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                             |
| темп                     | <p>- Здравствуйте, дорогие друзья!</p> <p>- Мы рады видеть вас в гостях у программы «Романтика романса».</p> <p>- Знаете, Евгений, одним из создателей российской оперетты был Юрий Милютин. Так вот он очень не любил повторяться.</p> <p>- Не любил идти проторенными путями?</p> <p>- Именно так. Вступая в новую музыку, он будто бы въезжал в новую страну.</p> <p>- Интересно...</p> <p>- Он говорил так: «Эту музыкальную страну я уже писал. Либо мы уходим в другую, либо я иду дальше!</p> <p>- Катя, почему вы о нем вспомнили?</p> <p>- А потому что мы с Вами, Женя, в каждой программе будто бы вступаем в новую страну. А страна нашего сегодняшнего вечера называется...</p> <p>- Оперетта! Я угадал, Катя?</p> <p>- Угадали! Сегодня у нас в гостях Московский театр оперетты.</p> <p>- А на сцене оркестр театра московской оперетты. Главный дирижер – Константин Хватынец.</p> <p>(26.11.2017)</p> |                                                                                                                                                             |
| тембр                    | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | -                                                                                                                                                           |
| ударение                 | «Как пошел Евгений к Ильмень-озеру, сажился на бел-горюч камень и начал играть <b>в гусельки яровчатые</b> , как тут-то в озере вода <b>всколыбалася...</b> »<br>(19.11.2017)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | «В начале двадцатого века его отца называли <b>лучшим</b> пианистом среди врачей и <b>лучшим</b> врачом среди пианистов»<br>(12.11.2017)                    |
| 2<br>Громкость<br>голоса | «Сегодня мы перенесемся на сто лет назад и вспомним о времени <b>прекрасном и трагическом.</b> »<br>(6.11.2017 г.)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | «Как бы Вы объявили следующего певца, если бы узнали, что он выступает не только <b>на лучших сценах России</b> , но и <b>всего мира?</b> »<br>(19.11.2017) |
| 3<br>Дыхание             | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | -                                                                                                                                                           |

Анализируя речь Екатерины Гусевой, следует отметить, что она мелодически подвижна. Изменение мелодики встречается довольно часто, это связано не столько с организацией фраз и предложений, сколько с постоянным созданием художественных образов в речи. Пример изменения мелодики в таблице - вариант повышения тона голоса (на выделенных словах – произносимой цитате) ради подражания, создания своеобразного образа «жестоких цензоров» – членов немецкого конгресса.

Мелодически подвижна и речь Е. Кунгурова: понижение тона голоса в выделенном в таблице фрагменте использовано с целью соответствия атмосфере, связанной с исполнением танго – томности, интимности, в то же время яркости и страстности.

Е. Гусева и Е. Кунгуров, будучи артистами, вокальными исполнителями, очень тонко чувствуют мелодику фразы и, как и в музыке, следят за «чистотой

интонации», мыслят музыкальными интервалами, ощущают необходимость в том или ином случае менять привычный или стандартный мелодический рисунок речи. Такой музыкальный подход к звучащей речи сильно отличается от обыкновенного чтения с выражением и является достаточно большой редкостью, положительно влияющей на восприятие.

У Е. Кунгурова поводом для явного повышения интенсивности голоса становится интонация перечисления, кульминация которого приходится на слово «отчаяние», спад – на слово «счастья». Мастерски выстроенные интонационные штрихи помогают увидеть в однородных членах более глубокий скрытый смысл: ощутить чувства человека в эпоху революции. Заключительные фразы ведущего практически в каждой программе звучат торжественно. В представленном в таблице примере (выпуск от 6.11.2017 г.) с каждым словом нарастает интенсивность: яркий финальный концертный номер требует уже не спокойствия в голосе ведущего, а легкого возбуждения после кульминационной точки.

Интенсивность речи Е. Гусевой в целом не изменяется: возможно, дело в мягкости характера ведущей, в желании добавить интимности и камерности в процесс общения со зрителем, а возможно, в недостаточной силе голоса.

Для анализа темпа речи ведущих были взяты вступления к программам – наиболее продолжительные речевые отрывки, представленные в форме диалога. К примеру, в выпуске от 26.11.2017 г. вступление к программе длится 1 минуту. За это время ведущие произносят 118 слов. Такое количество соответствует умеренному темпу русской речи (90–120 слов в минуту) [2]. Именно такой темп способствует процессу восприятия информации.

Тембр Е. Гусевой приятен на слух, по ощущениям он теплый и бархатный. Тип голоса – альт, наиболее приемлемый для радио и телевидения тип женского голоса.

Тембр Е. Кунгурова имеет бархатную окраску, приятен на слух, среди мужских голосов занимает среднее положение, является классикой - своеобразной «золотой серединой» - баритон.

Ударения во фразах ведущих непредсказуемы и нестандартны. К примеру, Е. Кунгуров во фразе из таблицы намеренно делает ударение на слово «лучшим» вместо слов «пианистом» и «врачом» (выпуск от 12.11.2017 г.), чтобы у зрителя была возможность самостоятельно обдумать и понять суть шутки.

Эффект эмфатического ударения у Е. Гусевой при передаче достигается протяжением ударного гласного (гу-у-сельки, всколыба-а-а-лася) и удлинением согласного (яр-р-ровчатые) для того, чтобы показать задорное, игривое настроение, присущее русской народной песне (выпуск от 19.11.2017).

Громкость голоса ровная и стабильная на протяжении всей программы, повышается лишь по необходимости, для выражения особенных эмоций. Например, Е. Кунгуров повышает громкость голоса в примере, указанном в таблице, чтобы представить известного музыкального исполнителя – использует прием предвосхищения.

Е. Гусева же, напротив, в примере, указанном в таблице, сводит к минимуму звучание своего голоса на выделенных словах, для того чтобы подготовить таким образом зрителя к серьезной теме программы – эпохе революций.

Тип дыхания у Е. Кунгурова и Е. Гусевой – диафрагмальный. Благодаря развитым вокальным навыкам обоих ведущих такое дыхание не вызывает затруднений и активно применяется, создавая ощущение легкости и бодрости голоса даже во время произнесения длинных фраз и предложений.

При анализе речи ведущих были выявлены критерии музыкальности, работающие на восприятие информации. Ведущие не просто воспроизводят текст, а «обыгрывают» программу голосами, используя даже малейшие необходимые акценты, делают ее одинаково доступной и интересной не только визуально, но и аудиально.

Занятия по риторике позволяют грамотно и детально анализировать речь журналиста, на основе чего будущий специалист сможет создавать свои собственные тексты, учитывая все необходимые правила риторики и немаловажные специфические детали.

#### *Список литературы*

1. Анпилогова, Л.В. *Риторика: Учебное пособие для студентов специальностей социального, гуманитарного и экономического направлений* / Л.В. Анпилогова. - Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2010. - 632 с.
2. Бондарко, Л.В. *Фонетика современного русского языка: учеб. пособие* / Л.В. Бондарко. – СПб.: Санкт-Петербургский университет, 1998.
3. Введенская, Л.А., Павлова, Л.Г. *Культура и искусство речи. Современная риторика.* / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 1998. – 576 с.
4. Златоустова Л. В. *Типы эмпатического ударения в русском литературном языке* // Ученые записки Казанского гос. ун-та. Т. 117. Кн. 2. – Казань, 1957.
5. Пастернак, Б.Л. *Я понял жизни цель: повести, стихи, переводы* / Б.Л. Пастернак. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. – 287 с.
6. Розенталь, Д.Э. *Словарь-справочник лингвистических терминов* / Д.Э. Розенталь, М.А. Теленкова. – М.: Просвещение, 1976.
7. Сабанеев, Л. *Музыка речи. Эстетическое исследование* / Л. Сабанеев. – М.: Работник просвещения, 1923. – 190 с.

## **ТЕМАТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ОБЛАСТНЫХ ПЕЧАТНЫХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ**

**Анпилогова Л.В., канд. пед. наук, доцент, Москвина М.Д.  
Оренбургский государственный университет**

В современных условиях возрастает значимость информации, которая важна для становления информационного общества. Печатные СМИ, в том числе газеты, остаются достоверным и уважаемым рупором общественной жизни. В освещении событий на региональном уровне большое значение имеют областные издания, помогающие читателям любой возрастной категории ориентироваться в происходящем в области. Исходя из этого, целью нашего исследования является определение тематической специфики региональных общественно-политических печатных изданий.

Отдельные аспекты тематической и жанровой специфики различных СМИ рассматривали Н.Л. Кулакова, А.А. Данилина, М.С. Халиуллина и др. Особенности печатных средств массовой информации исследовали М.С. Гуревич, Я.Н. Засурский и др. Тематические доминанты регионального медиаполя изучали С.С. Петрова, С.Г. Корконосенко и др. Однако тематическая специфика региональной печатной периодики на сегодняшний день недостаточно изучена.

В Оренбургской области по состоянию на 29 февраля 2016 года зарегистрировано 298 средств массовой информации, из них 173 печатных изданий (128 газет, 42 журнала, 2 сборника и 1 альманах) [3], в том числе пять областных общественно-политических газет: «Южный Урал», «Оренбуржье», «Оренбургская сударыня», «Яикъ», «Оренбургская биржа». Анализ тематической специфики проводился нами на материалах двух газет: «Южный Урал» и «Оренбуржье». Выбор был обусловлен тем, что, во-первых, эти издания не являются региональной вкладкой общероссийских изданий как, например, «Московский комсомолец в Оренбурге»; во-вторых, газеты учреждены государственными органами власти (учредитель газеты «Оренбуржье» - Правительство Оренбургской области, газеты «Южный Урал» - Законодательное Собрание Оренбургской области, областная Федерация профсоюзов, Агропромышленный союз, Ассоциация областных муниципальных образований, ЗАО «Редакция газеты «Южный Урал»); в-третьих, эти газеты являются общественно-политическими, т.е. «для всех обо всем» (Я.Н. Засурский) [2, с.167].

По мнению С. М. Гуревича, наиболее важные тематические направления публикаций определяют содержательно-тематическую модель издания [1, с. 213]. Для определения тематических особенностей исследуемых газет были рассмотрены по 5 номеров изданий за период с 10 февраля по 9 марта 2016 года. Временной отрезок выбран потому, что именно тогда в Оренбургской области решались последствия резонансных событий («снежный плен»), при этом самих громких происшествий не было. Это позволяет проследить реакцию



на проблемы и отображение жизни области в будние и праздничные дни. Для анализа были взяты номера-«толстушки», выходящие еженедельно по средам.

За исследуемый период в газете «Оренбуржье» был опубликован 351 материал, в газете «Южный Урал» напечатано 337 публикаций, которые нашли свое отражение в 27 темах. В процессе анализа материалов двух газет нами были выделены следующие общие темы: «Бизнес», «Экономика», «Закон», «Потребители», «Политика», «Криминал», «Происшествия» и другие. Количественные результаты проведенного исследования отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Тематическое распределение материалов газет «Оренбуржье» (О) и «Южный Урал» (ЮУ) в процентном соотношении

| Тематика               | 1<br>Выпуск от 10 февраля |     | 2<br>Выпуск от 17 февраля |     | 3<br>Выпуск от 24 февраля |     | 4<br>Выпуск от 2 марта |     | 5<br>Выпуск от 9 марта |    | Всего |    |
|------------------------|---------------------------|-----|---------------------------|-----|---------------------------|-----|------------------------|-----|------------------------|----|-------|----|
|                        |                           | У   |                           | У   |                           | У   |                        | У   |                        | У  |       | У  |
| Бизнес                 | ,6                        | ,0  | ,0                        | ,0  | ,4                        | ,2  | ,9                     | ,0  | ,9                     | ,0 | ,0    | ,3 |
| Экономика              | ,4                        | ,0  | ,0                        | ,0  | ,2                        | ,8  | ,4                     | 4,0 | ,4                     | ,4 | ,8    | ,4 |
| Закон                  | ,3                        | 4,1 | ,6                        | ,0  | ,4                        | ,2  | ,9                     | ,0  | ,9                     | ,1 | ,1    | ,7 |
| Политика               | ,8                        | ,8  | ,1                        | ,0  | ,5                        | ,8  | ,0                     | ,8  | ,4                     | ,0 | ,0    | ,5 |
| Криминал               | 2,8                       | ,2  | ,3                        | 0,4 | ,6                        | ,4  | ,4                     | ,5  | 1,8                    | ,0 | ,7    | ,2 |
| Происшествия           | ,0                        | ,0  | 0,9                       | ,5  | ,4                        | ,4  | ,0                     | ,0  | ,0                     | ,7 | ,3    | ,5 |
| Образование            | ,4                        | ,0  | 0,9                       | ,0  | ,8                        | ,4  | ,4                     | ,8  | ,4                     | ,7 | ,1    | ,8 |
| Культура               | 0,3                       | ,2  | 5,6                       | ,0  | ,2                        | ,6  | 6,2                    | ,3  | 6,2                    | ,4 | 3,1   | ,5 |
| Семья                  | ,8                        | ,2  | ,6                        | ,0  | ,1                        | ,4  | ,9                     | ,8  | ,9                     | ,7 | ,1    | ,6 |
| Армия                  | ,0                        | ,4  | 7,2                       | 0,4 | ,8                        | ,0  | ,0                     | ,0  | ,0                     | ,0 | ,6    | ,4 |
| Спорт                  | 0,3                       | ,8  | ,7                        | ,5  | 2,3                       | ,4  | 0,3                    | ,3  | ,8                     | ,0 | ,4    | ,6 |
| Хобби                  | ,6                        | ,4  | ,6                        | ,0  | ,7                        | 3,3 | ,9                     | ,0  | ,9                     | ,8 | ,6    | ,3 |
| Коммерческие материалы | ,3                        | ,4  | ,6                        | ,0  | ,0                        | ,4  | ,5                     | ,5  | ,5                     | ,1 | ,1    | ,4 |
| Потребители            | ,3                        | ,8  | ,0                        | ,0  | ,0                        | ,2  | ,5                     | ,0  | ,0                     | ,0 | ,6    | ,9 |

|                    |    |    |    |     |    |     |    |     |    |     |    |     |
|--------------------|----|----|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|
| Письма             | ,7 | ,4 | ,4 | ,0  | ,2 | ,0  | ,4 | ,0  | ,4 | ,0  | ,0 | ,3  |
| Религия            | ,6 | ,4 | ,6 | ,0  | ,0 | ,2  | ,5 | ,5  | ,0 | ,0  | ,1 | ,2  |
| Производство       | ,3 | ,0 | ,1 | ,0  | ,4 | ,8  | ,4 | ,5  | ,0 | ,5  | ,0 | ,3  |
| История            | ,3 | ,8 | ,6 | ,0  | ,0 | ,2  | ,0 | ,8  | ,0 | ,0  | ,6 | ,8  |
| ЖКХ                | ,6 | ,9 | ,6 | 6,4 | ,5 | ,0  | ,9 | 2,3 | ,8 | 3,6 | ,8 | 1,3 |
| Социальная сфера   | ,8 | ,0 | ,7 | ,0  | ,8 | ,4  | ,4 | ,5  | ,9 | ,0  | ,7 | ,3  |
| Демография         | ,0 | ,8 | ,0 | ,0  | ,0 | ,0  | ,0 | ,0  | ,0 | ,0  | ,0 | ,6  |
| Экология           | ,3 | ,0 | ,6 | ,5  | ,4 | ,6  | ,5 | ,3  | ,5 | ,8  | ,4 | ,3  |
| Медицина           | ,4 | ,9 | ,0 | ,5  | ,1 | 2,0 | ,4 | 2,3 | ,4 | 8,6 | ,0 | 0,7 |
| Сельское хозяйство | ,0 | ,4 | ,0 | ,5  | ,7 | ,6  | ,5 | ,0  | ,5 | 3,6 | ,1 | ,1  |
| Строительство      | ,0 | ,2 | ,0 | ,5  | ,0 | ,0  | ,0 | ,0  | ,0 | ,7  | ,0 | ,5  |
| Наука              | ,0 | ,4 | ,0 | ,5  | ,0 | ,0  | ,0 | ,0  | ,0 | ,8  | ,0 | ,8  |
| Транспорт          | ,3 | ,2 | ,6 | ,5  | ,4 | ,4  | ,9 | ,0  | ,5 | ,7  | ,7 | ,1  |

Исходя из полученных данных, проанализируем каждый номер газет с точки зрения их тематического своеобразие.

В газете «Оренбуржье» №14 от 10 февраля 2016 г. было представлено 78 материалов. Первое место занимают материалы по темам: «Криминал» - 10 публикаций (12,8%) (например, «*Лжепристав и волонтер*», «*Сельский наркопритон*»); «Культура» - 8 (10,3%) («*Из палат царских в Оренбург?..*», «*120 – точка отсчёта*»); «Спорт» - 8 (10,3%) («*Чудеса бывают*», «*Газовик*» на Кипре, стадион – в Ростовах»). Отсутствуют материалы по темам: «Армия», «Наука», «Строительство», «Демография», «Сельское хозяйство».

В газете «Южный Урал» №6 от 10 февраля напечатана 71 публикация. Главенствуют следующие темы: «Закон» - 10 материалов (14,1%) («*Паи замедленного действия*», «*Квартира на гнилых правах*»); ЖКХ – 7 (9,9%) («*Коммунальщики ответят!*», «*Дороги вскрылись, асфальт поплыл...*»), «Медицина» - 7 (9,9%) («*Кто знает грипп в лицо?*», «*Две стороны одного здравоохранения*»). Не освещены следующие темы: «Бизнес», «Образование», «Производство», «Экология».

В газете «Оренбуржье» № 17 от 17 февраля вышло 64 материала. Доминантны материалы по следующим темам: «Армия» - 11 материалов (17,2%) («*Эхо горячих точек*», «*Как воспитать настоящего мужчину?*»),

«Культура» - 10 (15,6%) (*«Про пчёлку»*, *«Лишь в отважном сердце вечность есть»*), «Происшествия» - 7 (10,9%) (*«Зиму вывозят в режиме ЧС»*, *«Про драку»*), «Образование» - 7 (10,9%) (*«Мужское воспитание»*, *«Атаман»*). Отсутствуют материалы по темам: «Бизнес», «Экономика», «Потребители», «Строительство», «Демография», «Медицина», «Сельское хозяйство».

В газете «Южный Урал» №7 от 17 февраля вышло 67 материалов. Первые места занимают материалы по темам: «ЖКХ» - 11 публикаций (16,4%) (*«Цена коммунального комфорта»*, *«Без наледи и снежных куч»*), «Криминал» - 7 (10,4%) (*«В школьной драке досталось депутату»*), «Армия» - 7 (10,4%) (*«Дефиле по-военному»*, *«Армия покажет»*). Отсутствуют материалы по темам: «Бизнес», «Семья», «Коммерческие материалы», «Потребители», «Письма», «Религия», «Производство», «Демография».

В газете «Оренбуржье» №20 от 24 февраля представлено 73 материала. Превалируют материалы по темам: «Спорт» - 9 публикаций (12,30%) (*«Вокруг шайбы»*, *«Выиграли поездку в Сочи»*), «Криминал» - 7 (9,6%) (*«Три удара ножом»*, *«И для УК есть статья УК»*), «Экономика» - 6 (8,2%), «Культура» - 6 (8,2%) (*«Пушкин и Екатерина II на одном балу...»*), «Письма» - 6 (8,2%). Отсутствует освещение следующих тем: «Потребители», «Религия», «История», «Наука», «Демография» др.

Газета «Южный Урал» №8 от 24 февраля содержит 83 публикации. Лидируют следующие темы: «Хобби» - 11 материалов (13%) (*«Вкуснейшие завтраки за 20 минут»*, *«Карри с телятиной»*), «Медицина» - 10 (12%) (*«До больницы с ветерком»*, *«Помощь, доступная всем»*), «Сельское хозяйство» - 8 (9,6%) (*«Ещё в полях белеет снег...»*, *«Коров стало меньше. Людей – тоже»*). Отсутствуют материалы по темам: «Армия», «Письма», «Демография», «Строительство», «Наука».

Газета «Оренбуржье» №24 от 2 марта состоит из 68 материалов. Превалируют темы: «Культура» - 11 публикаций (16,20%) (*«Без верёвочки творцу нельзя!..»*, *«Жало «Пчёлки»*) и «Спорт» - 7 (10,3%) (*«Серебряный чемпион»*, *«Первый мастер древней игры»*). Отсутствуют темы: «Политика», «Происшествия», «Армия», «История», «Наука», «Строительство», «Демография».

В газете «Южный Урал» №9 от 2 марта 2016 года вышло 57 материалов. На первом месте находятся материалы по темам: «Экономика» - 8 публикаций (14%) (*«А ввоз и ныне там»*, *«Как выйти из зависимости?»*), «ЖКХ» - 7 (12,3%) (*«Мёртвым помощь нужнее, чем живым?»*, *«Тепло счёт любит!»*), Медицина - 7 (12,3%) (*«Ожирение и рак станут нормой»*, *«Бунт поджелудочной железы»*). Отсутствуют материалы по темам: «Бизнес», «закон», «Армия», «Хобби», «Потребители», «Письма», «Демография», «Строительство», «Наука», «Транспорт».

В газете «Оренбуржье» №26 от 9 марта 2016 года газеты вышло 68 материалов. Главенствуют следующие темы: «Культура» - 11 материалов (16,2%) (*«Частная, но бесплатная»*, *«Два родных языка»*), «Криминал» - 8 (11,8%) (*«Неуёмные угонщики»*, *«Смертельная жидкость»*), «Спорт» - 6 (8,8%)

(«Тренерские дебют», «Новые победы на ринге»), «ЖКХ» - 6 (8,8%) («Забывшие и потерянные», «Про дороги»). Отсутствуют материалы по темам: «Происшествия», «Армия», «История», «Производство», «Наука», «Демография», «Строительство». «Потребители» и «Религия».

Газета «Южный Урал» №9 от 9 марта 2016 года состоит из 59 материалов. Доминируют материалы по темам: «Медицина» - 11 публикаций (18,6%) («Поговорили о весне и прививках», «Какой навар с дешёвой пилули?»), «ЖКХ» - 8 (13,6%) («Капремонту помешала скромность», «Начали латать ямы»), «Сельское хозяйство» - 8 (13,6%) («Крестьян поддержат по реальным зарплатам», «Без бюджетных удобрений огурец не вырастет»). Отсутствуют материалы по темам: «Бизнес», «Политика», «Криминал», «Армия», «Потребители», «Религия», «История», «Демография» и др.

Итак, за период с 10 февраля по 9 марта 2016 года в газете «Оренбуржье» рассматривались 24 темы. Главенствовали материалы по темам: «Культура» - 46 публикаций (13,1%), «Криминал» - 34 (9,7%), «Спорт» - 33 (9,4%). Доминирование темы «Культура» связано с началом года, на которое приходятся основные культурные события, открывающие начало года (освещение «Года кино», выставки, конкурсы, победы творческих коллективов), «Криминал» лидирует в связи с тем, что в этот период в Оренбургской области было совершено достаточно большое количество правонарушений, к тому же, эта тема вызывает интерес у аудитории. Лидирующая позиция темы «Спорт» связана со спортивными конкурсами, проходящими в этот период в области, и спортивными достижениями оренбуржцев, а также с Днём защитника Отечества – освещение этого праздника проходило и через призму спорта. Меньше всего было материалов по темам: «История» - 2 публикации (0,6%), «Потребители» - 2 (0,6%), «Коммерческие материалы» - 4 (1,1%), «Сельское хозяйство» - 4 (1,1%), «Религия» - 4 (1,1%). Темы «Наука», «Демография», «Строительство» не поднимались.

В газете «Южный Урал» за исследуемый период поднимались все 27 тем, при этом превалирует освещение тем: «ЖКХ» - 38 публикаций (11,3%), «Медицина» - 36 (10,7%), «Экономика» - 25 (7,4%). Тема «ЖКХ» лидирует из-за времени года (необходимость убирать снег, оттепель, регулярные вопросы по поводу капитального ремонта и др.), освещение темы «Медицина» сезонно (эпидемия гриппа и ОРВИ, статистика заболеваемости, рекомендации по сохранению здоровья), тема «Экономика» требуют детального освещения в связи с экономическим кризисом в стране (импортозамещение, областной бюджет и финансирование различных сфер общественной жизни). Меньше всего материалов по темам: «Письма» - 1 публикация (0,3%), «Бизнес» - 1 (0,3%), «Демография» - 2 (0,6%), «Потребители» - 3 (0,9%), «Религия» - 4 (1,2%).

Таким образом, в анализируемых изданиях превалируют разные темы, что делает медиапространство Оренбургской области разносторонним. На первое место выходят значимые темы, которые связаны с определенным

информационным поводом, актуальным для данного периода. Освещение других тем в газетах «Оренбуржье» и «Южный Урал» проходит по мере их востребованности в информационном пространстве Оренбургской области.

#### *Список литературы*

1. Гуревич, С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра / С.М. Гуревич. - М.: Аспект-Пресс, 2004. - 288 с.
2. Засурский, Я.Н. Система средств массовой информации России / Я.Н. Засурский, М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова. - М.: Аспект-Пресс, 2003. - 259 с.
3. Регистрационная деятельность в сфере СМИ в феврале 2016 года / Управление Роскомнадзора по Оренбургской области. - Режим доступа: <http://56.rkn.gov.ru/news/news94918.htm>. - 10.04.2016

## **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЗОЖ В СМИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ**

**Анпилогова Л.В., канд. пед. наук, доцент, Повалихина А.К.  
Оренбургский государственный университет**

На сегодняшний день характер нагрузок на человеческий организм постоянно растет и изменяется, так как современный человек находится в непрерывной связи с усложнением всех существующих процессов его жизнедеятельности. Ведение здорового образа жизни (ЗОЖ) приобретает особую актуальность и необходимость, так как человек находится в системе постоянных нервных стрессов и срывов. Эмоциональное и духовное здоровье должны приниматься во внимание при оценке общего состояния. Имея в целом позитивное отношение к жизни, взаимодействие и общение с другими людьми человек заряжается отличной энергетикой, что дает ему большой заряд бодрости и сил.

Аспекты ЗОЖ постоянно развиваются и дополняются. Если раньше считалось, что для того, чтобы быть здоровым - достаточно выполнять физические упражнения и придерживаться определенного рациона питания, то сейчас понятие здорового образа жизни пересмотрено и дополнено с учетом последних достижений и открытий в области медицины, социологии и психологии.

Пропаганда здорового образа жизни - одно из стратегических направлений гигиенического обучения и воспитания, которое должно касаться как учеников школ, так и студентов вузов. Очень важно, чтобы еще со школьного возраста, человеку привили необходимость следить за своим здоровьем и прислушиваться к нему. Соблюдение режима дня, закаливание, занятия спортом, полное душевное равновесие и хорошие взаимоотношения с окружающими нас людьми, благоприятная экология – это только малая часть того, к чему мы должны стремиться и приучать детей.

Формирование здорового образа жизни, способствующего укреплению и оздоровлению человека, по данным официального сайта ФСИН России, осуществляется на трёх уровнях:

- социальном: информационно-просветительская работа СМИ;
- инфраструктурном: условия в сферах жизнедеятельности, профилактические (спортивные) учреждения, экологический контроль;
- личностном: система ценностных ориентаций человека, стандартизация бытового уклада [4].

Важно понимать, что СМИ в своей деятельности работают и затрагивают все вышеперечисленные уровни, находясь с ними во взаимодействии как на социальном уровне, так и на личностном. Приоритеты ЗОЖ в обществе формируются при активном участии средств массовой информации, которые являются основным инструментом управления общественным мнением, что находит свое отражение в процессе изменения общества в лучшую сторону в

целом, в том числе и в плане внимания здоровья человека. Задачи СМИ – сформировать потребность вести здоровый образ жизни, оказывать влияние и воздействовать благоприятным образом на все слои населения, предоставлять подробную и доступную информацию, которая затрагивает многие аспекты ЗОЖ. Стоит обратить должное внимание на постановку данной проблемы при подготовке будущих специалистов, так как популяризация как момент воздействия на читателя – неотъемлемый факт в их предстоящей профессии.

Недостаточные знания об особенностях своего здоровья, заболеваниях и пагубное отношение к самочувствию приводит к снижению и резкому ухудшению здоровья, что является значимой проблемой, требующей своего решения. СМИ сегодня – это инструмент управления человеческим сознанием, а также прекрасный помощник в формировании важных человеческих приоритетов. Именно поэтому, важно найти решение данной проблемы в информационном пространстве. Исходя из важности проблемы популяризации ЗОЖ в СМИ, в рамках учебного процесса по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика она рассматривается на занятиях дисциплины «Актуальные проблемы журналистики и современности».

Будущие журналисты должны осознавать, что сегодня СМИ являются одним из главных источников информации для большинства людей, и, как следствие, основным инструментом управления общественным мнением, что, несомненно, находит свое отражение в процессе изменения общества в целом в лучшую сторону. СМИ способны повлиять практически на все сферы нашей жизни: на профессиональную деятельность и личную жизнь человека, политику, культуру, историю и т.д.

В следствии этого, будущие журналисты должны и обязаны работать в совокупности над задачей формирования правильного отношения человека к своему здоровью, так как ведение здорового образа жизни у большинства населения повлечет за собой такие положительные качества, как долголетие, демографический рост, а также активное участие человека во всех сферах жизни.

С учетом этого в рамках учебной дисциплины читаются лекции с целью выделения основных аспектов проблемы, проводятся всевозможные тренинги, семинары и круглые столы для акцентирования значимых тем по ЗОЖ в журналистике. К числу которых относятся: формирование здоровых привычек; безопасность сохранения окружающей среды, правильное питание, физическая активность, гигиена организма, соблюдение режима дня и др.

На практических занятиях студенты анализируют исследуемую проблему на примерах ряда печатных изданий. Особый интерес возникает к региональным изданиям, так как именно местные новости вызывают наибольший интерес у жителей определенной территории. Например, на занятиях исследуются следующие издания: «Оренбургская неделя», «Южный Урал», «Оренбургье», «Вечерний Оренбург» и др.

Покажем элементы процесса анализа тематической и жанровой составляющих проблемы популяризации ЗОЖ в печатных СМИ на примере

издания «Вечерний Оренбург» (2 августа-13 декабря 2017 г.). В 20 выпусках газеты (№55-89) было опубликовано 9 материалов по следующим темам, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 –Тематическое своеобразие публикаций по ЗОЖ в газете «Вечерний Оренбург»

| Тема                                           | Название                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Количество материалов / % |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| 1<br>Формирование здоровых привычек            | К. Копылов «Жизнь без алкоголя» (№ 67 от 13.09.2017 г.).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 1/5                       |
| 2<br>Безопасность сохранения окружающей среды. | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 0                         |
| 3<br>Правильное питание                        | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 0                         |
| 4<br>Физическая активность                     | И. Елмалов «Спорту – физкультпривет» (№ 59 от 16.08.2017г.);<br>И. Елманов «Кросс наций объединяет» (№ 69 от 20.09.2017г.);<br>К. Копылов «Турнир в честь легенды» (№ 71 от 27.09.2017г.);<br>К. Копылов «Беззаветно преданный боксерскому делу» (№ 73 от 04.10.2017 г.);<br>И. Елманов «С десятилетием, ШБЛ!» (№ 76 от 18.10.2017г.);<br>К. Копылов «Турнир для смелых и настойчивых» (№ 77 от 25.10.2017г.);<br>К. Копылов «Борьба как смысл жизни» (№ 79 от 01 ноября 2017 г.);<br>К. Копылов «Ястребы держат слово» (№ 79 от 01 ноября 2017 г.);<br>А. Светлов «Спортивная доблесть в кимоно» (№ 81 от 08 ноября 2017 г.);<br>К. Копылов «Осенние старты» на воде (№ 83 от 15 ноября 2017 г.);<br>К. Копылов «Всероссийский марафон по самбо» (№ 85 от 22 ноября 2017 г.);<br>К. Копылов «Турнир начинающих вольников» (№ 85 от 22 ноября 2017 г.);<br>А. Михайлова «Проводы в Японию» (№ 88 от 06 декабря 2017 г.);<br>К. Копылов «Школы бокса: кто сильнее?» | 16<br>/76                 |



|                     |                                                                                                                                                                                                      |            |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|                     | (№ 88 от 06 декабря 2017 г.);<br>К. Копылов «Веселые покатушки» (№ 89 от 13 декабря 2017 г.);<br><br>К. Копылов «Гамбит и цугцванг» (№ 89 от 13 декабря 2017 г.).                                    |            |
| 5 Гигиена организма | К. Копылов «Остановка на пути к здоровью» (№ 61 от 23.08.2017г.);<br>Е. Савельева «Эндоскопия для всех» (№ 75 от 11.10.2017г.);<br>К. Копылов «Молодежь – за здоровье» (№ 88 от 06 декабря 2017 г.). | 3/1<br>4   |
|                     | Итого:                                                                                                                                                                                               | 21/<br>100 |

Проведенный анализ публикаций позволил сделать следующий вывод: в газете публикуются материалы только по трем темам из пяти, затрагивающим проблему популяризации здорового образа жизни. Это «Формирование здоровых привычек», «Физическая активность» и «Гигиена организма». Всего за исследуемый период было представлен 21 материал (100%). Стоит отметить, что «Физическая активность» представлена большим объемом материалов (16), что составляет 76%. Например, К. Копылов «Турнир в честь легенды», И. Елмалов «Спорту – физкультуривет», А. Светлов «Спортивная доблесть в кимоно» и др. На втором месте стоит тема «Гигиена организма» (3 материала (14%): К. Копылов «Остановка на пути к здоровью», Е. Савельева «Эндоскопия для всех», К. Копылов «Молодежь – за здоровье». И тема «Формирование здоровых привычек» представлена только одним материалом (К. Копылов «Жизнь без алкоголя»), что составляет всего 5%. ....

Темы «Безопасность окружающей среды» и «Правильное питание» совсем не затрагивались в 20 выпусках. Отсюда следует, что издание не публикует материалы такого характера. Причины могут заключаться в следующем: редакция газеты не считает, что данные материалы будут полезны и интересны читателям, либо аудиторию не волнуют вопросы данного характера. Но эти темы важны, и в определенной степени их необходимо отражать.

Итак, газета «Вечерний Оренбург» уделяет внимание проблеме ЗОЖ, но самих публикаций в количественном соотношении недостаточно, и они затрагивают не полный объем тем.

Анализ публикаций показал, что в представленных материалах присутствует жанровое своеобразие, что также позволяет раскрыть все темы по ведению правильного образа жизни. Например, большинство публикаций – это информационные заметки (12 / 57 %): К. Копылов «Молодежь – за здоровье», И. Елманов «С десятилетием, ШБЛ!», К. Копылов «Турнир для смелых и настойчивых» и др. 8 репортажей (38%): К. Копылов «Борьба как смысл жизни», А. Светлов «Спортивная доблесть в кимоно» и др. 1 интервью (5%) - К. Копылов «Ястребы держат слово». Представленные всего лишь три жанра не

настолько полно может помочь читателю прочувствовать все многообразие аспектов, образующих понятие здорового образа жизни.

Таким образом, занятия по дисциплине «Актуальные проблемы журналистики и современности» помогают студенту – будущему журналисту осознать важность популяризации ЗОЖ в СМИ, способствуют сохранить безопасность качественной и комфортной жизнедеятельности человека и грамотно информируют общество, формируя у аудитории картину здорового образа жизни.

#### *Список литературы*

1. Прохоров, А. М. Большой энциклопедический словарь: справ. издание / А. М. Прохоров. – М., 2002. – 1048 с. – [ISBN 5-85270-160-2](#).
2. Ушаков, Д.Н. Толковый словарь русского языка / Д.Н. Ушаков / под ред. Д. Н. Ушакова. – Т.3. – М.:Здоровье,1973. – 173 с.
3. Всемирный день здоровья 2016 г.: ВОЗ призывает остановить рост заболеваемости диабетом и улучшить лечение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.who.int/ru/>.
4. Федеральный закон о физической культуре и спорте в РФ/ Принят Государственной Думой 16 ноября 2007 г. Одобрен Советом Федерации 23 ноября 2007 г.//Москва, Кремль,4 декабря.

## **РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПАТРИОТИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ**

**Ахмеджанова Г.Т., воспитатель  
ФГКОУ «Оренбургское президентское кадетское училище»**

«Мы должны строить свое  
будущее на прочном фундаменте. И  
такой фундамент — это патриотизм»

**В.В.Путин**

В проекте "Национальная доктрина образования в Российской Федерации" подчеркивается, что "система образования призвана обеспечить воспитание патриотов России, граждан правового демократического, социального государства, уважающих права и свободы личности, обладающих высокой нравственностью и проявляющих национальную и религиозную терпимость". Будущее страны во многом зависит от гражданской позиции подрастающего поколения. Это обстоятельство повышает значимость управления процессами гражданско-патриотического становления подростков.

Патриотическое воспитание молодёжи — актуальная тема для современного общества. Учебные заведения всех уровней, и наше кадетское училище в том числе, уделяют огромное внимание формированию социально активной личности гражданина, обладающего чувством национальной гордости, любви к Отечеству, своему народу и готовностью к выполнению конституционных обязанностей. Мы разделяем позицию тех исследователей, кто считает патриотизм и самоотверженное служение Родине и своему народу одной из характерных черт нашего национального самосознания. Подобное понимание сущности понятия *патриотизм* особенно важно в нашем случае, так как мы не просто занимаемся воспитанием подростков, мы готовим будущих кадровых офицеров, защитников Родины.

Патриотическое воспитание, являясь составной частью общего воспитательного процесса, представляет собой систематическую и целенаправленную деятельность органов государственной власти и общественных организаций и особенно СМИ по формированию у граждан высокого патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству, готовности к выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите интересов Родины. Политическая активность молодежи — залог стабильности политического развития России. Понятие патриотизма включает в себя любовь не только к стране, но и к своей малой родине — родителям, школе, народу, морали, традициям, обычаям, родной природе. Формирование и воспитание патриотизма, становление патриотических чувств происходит не само по себе, а в результате целенаправленной деятельности. На современном этапе развития России

происходит масса событий, оказывающих влияние на формирование патриотического воспитания, любовь или нелюбовь к своей Родине, готовность или отказ служить Отечеству. Идеологию современного общества, особенно молодого, строят средства массовой информации: телевидение, газеты, интернет. Не всегда это "строительство" идёт в правильном направлении, но у нас нет сомнений в том, что современные СМИ оказывают на него определённое - и даже очень сильное - влияние. Воспитание патриотизма в молодежи является стратегической необходимостью для России. ***Сегодня средства массовых коммуникаций, как никогда играют заметную роль в социализации подрастающего поколения и молодежи. Средства массовой информации влияют на формирование мировоззрения и мировосприятия молодежи, на происходящие мирополитические процессы и*** могут стать как конструктивным, так и деструктивным фактором в деле формирования ценностных ориентаций, политических и гражданских норм поведения молодежи. Глобализация и повсеместное внедрение интернета, развитие информационных технологий усилило возможности психологического воздействия средств массовой информации на подростков. Сегодня это воздействие преобразовалось из массового в индивидуальное. Молодежь все чаще делает выбор в сторону социально-сетевых отношений, нежели реальных. Информационная свобода молодого поколения расширилась за счет современных цифровых технологий. Из-за роста интенсивного и агрессивного воздействия средств массовой информации и массовых коммуникаций – социальных медиа, падает влияние государственных институтов формирования массового сознания и мировосприятия молодежи. Средствам массовой информации и массовых коммуникации принадлежит ведущая роль в формировании жизненных ценностей, образов для подражания молодого поколения. Однако некоторые российские СМИ использует эти возможности не в интересах российского государства, наоборот, способствуют росту ксенофобии, нравственной деградации, культивируют распушенный и безответственный образ жизни.

Если раньше в воспитании молодежи большую роль играла церковь, то в современности воздействующую воспитательную функцию занимают средства массовой информации. Именно они невербально формируют в сознании молодежи представления об окружающем мире.

Патриотизм необходимо рассматривать не только как важнейшую духовную и социальную ценность общества, но и как составную часть национальной идеологии. В последнее время все СМИ пытаются показать процесс утверждения духовно-нравственных ценностей, идеалов гуманизма и человеколюбия. На всех уровнях государственной власти утверждается остро необходимая потребность в *возрождении*, в поднятии и укреплении патриотических настроений россиян, в частности, молодежи, и выстраивании соответствующей государственной политики. Современные проблемы героико-патриотического воспитания все чаще рассматриваются в контексте другой,

более глобальной проблемы - *кризиса духовности*. В сознании общественности глубокому разрушению подверглись ценности: Отечество, долг, верность героическим традициям прошлого, самоотверженность. В умы молодежи через средства массовой информации часто транслируются далеко не самые лучшие образцы массовой культуры, космополитизм, что ставит общечеловеческие интересы и ценности выше интересов отдельной нации, а именно развитие эгоизма, который порой перетекает даже в нацизм. Недооценка СМИ патриотизма, как важнейшей составляющей общественного сознания, приводит к ослаблению социально-экономических, духовных и культурных основ развития общества и государства.

Мы считаем, что нет необходимости говорить о возможных последствиях тотального засилья детских мозгов далеко не лучшими образцами массовой культуры, идеями космополитизма, псевдоморали. Вследствие этого у подрастающего поколения стали проявляться равнодушие к проблемам своей родины, бездуховность, агрессивность по отношению к согражданам, проживающим в других регионах нашей общей страны и т. д.

В наше время СМИ являются одним из главных источников информации для большинства людей, и как следствие, основным инструментом управления общественным мнением. СМИ способны повлиять практически на все сферы общества, причем целевые установки могут быть самыми разными, что тоже не оставляет сомнений. Общественное мнение уже традиционно в большинстве случаев отводит главенствующую роль в формировании патриотических позиций и установок электронным и печатным источникам информации. Также общеизвестно, но не всегда и не всеми принимается во внимание, что роль СМИ в процессе патриотического воспитания нельзя оценивать однозначно. СМИ, безусловно, способны оказать поддержку различным слоям населения в проведении тех или иных акций, апеллируя к таким эмоционально-чувственным элементам общественного сознания, как любовь к Родине, национально-патриотические настроения. Но постоянные, с налетом сенсационности, сообщения СМИ об отклоняющихся от общепринятых норм событиях порождают у читателей, слушателей и зрителей беспокойство и страх, неуверенность в себе, пессимизм в отношении возможности искоренения негативных явлений. Молодые люди, которые часто и без разбора смотрят передачи, заполненные сценами насилия, приходят к ложному выводу, что мир может быть только жестоким, жизнь - беспорядочной, а человек - безнравственным.

Мы в своей работе, в повседневной практике общения с кадетами считаем, необходимым ориентировать подростков в потоке информации. Многие каналы очень активно включают в вещательные сетки много яркого и позитивного материала о спорте молодых, о военно-спортивных мероприятиях и волонтерском движении, о помощи ветеранам; о проведении мероприятий краеведческого характера; акциях по сохранению культурных ценностей. Мы обращаем внимание ребят на новостные сообщения о социальном развитии нашего общества. На наш взгляд, привитие интереса к делам и событиям своей

Родины, умение радоваться ее успехам и переживать неудачи – это одна из форм патриотического воспитания. Важно, чтобы подростки научились чувствовать свою причастность ко всему происходящему.

Что же могут сделать СМИ для укрепления патриотического сознания граждан? Необходимо проведение системных информационных циклов по:

- «героизации» и «патриотизации» различных эпох, добрых дел и событий современной России и их персонажей;
- поиску и продвижению героев современных будней;
- расширению спектра человеческих личностей, воспринимаемых как выдающиеся и патриотические.

Следует более четко ориентироваться на целевую аудиторию. Молодые россияне и так гордятся своей историей и считают себя патриотами. Население страны и так охотно демонстрирует «боевой дух», широко празднует День Победы и высказывает активную позицию по отношению к нелицеприятным демаршам стран-соседей. Не хватает другого – широкой пропаганды необходимости работать не только на себя, но и на государство, священной обязанности служить своей стране, активного участия в общественной жизни.

Средства массовой информации должны и могут сплачивать общество, а не разрушать его. СМИ существуют для общества и должны руководствоваться высшими культурными и духовными интересами. Для этого в средствах массовой информации должна чаще звучать информация о богатейшем наследии русской культуры. Осознание роли духовной основы в формировании идеала личности, должны учитываться национальные и региональные традиции народов, проживающих на территории Российской Федерации. Это и есть путь к возрождению нравственности и духовности, возложенное на СМИ. Современные подходы в воспитании подрастающего поколения посредством СМИ должны быть основаны на воспитании гражданина-патриота, одухотворенного идеалами добра и социальной справедливости, способного творить и созидать во имя Отечества.

#### *Список литературы*

1. Абдуллатипов, Р.Г. *Феномен патриотизма в условиях рынка* : / Р.Г. Абдуллатипов. - М: Знание, 2001. - 234 с.
2. Гарбузова, В.В. *Анализ проблемы патриотизма в молодёжной среде российского общества* : / В.В. Гарбузова. - Ломоносовские чтения. - 2003. - № 1. - с. 68-72.
3. Назаров, М.М. *Массовая коммуникация и общество* : / М.М. Назаров. - М: Мысль, 2004. - 325 с.
4. Петров, С.Н. *Направления героико-патриотического воспитания* : / С.Н. Петров. - М: Знание, 2002. - 212 с.
5. Петрова Л.А. *Формирование патриотизма. // Психология, социология и педагогика. – Март, 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа к ресурсу: <http://psychology.snauka.ru/2012/03/349>*

6. Милютина Е.В. Гражданско-патриотическое воспитание в кадетском классе [Электронный ресурс] / Фестиваль педагогических идей «Открытый урок». – Режим доступа к журн.: <http://festival.1september.ru/articles/subjects/22>

## **СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ И ИХ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА БУДУЩЕЕ ПОКОЛЕНИЕ**

**Василива Е.Г., Семенова О.В.**

**ФГКОУ «Оренбургское президентское кадетское училище»**

Аннотация. Данная статья посвящена средствам массовой коммуникации и особенностям их воздействия на будущее поколение. Анализируются основные идеи отечественных и зарубежных школ, которые оказывают влияние на формирование современного состояния системы средств массовой коммуникации.

Ключевые слова: массовая коммуникация, средства массовой коммуникации, теории массовой коммуникации, воздействие средств массовой коммуникации.

На сегодняшний день при анализе воздействия средств массовой коммуникации на будущее поколение особое внимание стоит обратить на идеи зарубежных школ, в которых массовая коммуникация является одним из основных объектов исследования. Уместно вспомнить, что первое десятилетие XX в. в западной науке отмечено деятельностью «чикагской школы». Г. Ласвела считают основателем так называемого «Количественного метода анализа содержания».

В 40-е гг. - период увеличения интереса к проблемам коммуникации - формируется школа Пало Альто. Один из представителей этой группы ученых, Эдвард Холл, публикует работу «Молчаливый язык», в которой исследует сложности и проблемы межкультурного общения [2, с. 33]. В работах Э. Холла и его последователей предпринята попытка тщательно исследовать роль СМК в процессе взаимодействия массовой культуры и различных социальных структур, представляющих субкультуры молодежи, рабочих, этнических меньшинств и др. При этом отмечено положительной, интегрируемых роли массовой культуры [7].

«Франкфуртская (поздняя) школа» во второй период своей деятельности также обратилась к проблемам культурологического функционирования массовой коммуникации. Критическая направленность этой школы сначала проявилась при подходе к анализу социальных процессов, впоследствии была перенесена на культурологическую сферу и нашла наиболее последовательное выражение в работах Т. Адорно, который показал разрушительное воздействие СМК на личность посредством распространения стандартов массовой культуры. Он указал также на изменение типов личности под влиянием стереотипов телепередач, в частности, на то, что наблюдается утверждение внешне ориентированного типа человека [7].

60-е гг. отмечены новым этапом развития структурализма, получивший наибольшее распространение во Франции. Здесь по инициативе Ж. Фридмана создается Центр исследований массовой коммуникации (CECMAS). Как



реакция на воздействие американской социологии масс-медиа возникает подобный центр и в Милане. Европейские исследователи Морен, Ролан Барт, Умберто Эко, Паоло Фабри и другие посвящают этой теме свои многочисленные работы [2, с. 36].

Можно вполне согласиться с мнением А. Головлевой, которая считает, что разнообразие подходов к исследованию массовой коммуникации и их влияние на развитие человечества в XX в. условно делятся на два направления, две парадигмы, отличаются базовыми исходными принципами в понимании сущности, определении социальной роли и содержания массовой коммуникации: структурно-функционалистскую и социокультурную. В рамках функционалистской парадигмы рассматриваются, прежде всего, особенности функционирования средств массовой информации и проблема их эффективности. К таким исследованиям можно отнести концепции Г. Ласвела, П. Лазарсфельда и В. Шрамма, Дж. Гербнера, Д. Шоу и М. Мак-Комбса. Исследователи этого направления рассматривают прежде всего социопсихологический аспект процесса массовой коммуникации. Они предлагают наиболее полные и достоверные исследования деятельности масс-медиа. В целом же социальная роль массовой коммуникации была сужена до утилитарного понимания массовой коммуникации как системы, выполняющей прагматично заданные функции.

Все эти особенности массовой коммуникации систематизировал Г. Ласвел, который в 1948 определил три функции массовой коммуникации:

- 1) информационную - обзор окружающего мира и выявление всего того, что могло бы поколебать систему ценностей социальной общности или ее частей;
- 2) преобразующую - воздействие на общество через обратную связь;
- 3) познавательно-культурологическую - передача культурного наследия [18].

Итак, как отмечает С. Квит, существует большое количество теорий, концепций и гипотез массовой коммуникации, у разных авторов они имеют различный статус и поле для применения. Наибольшее количество примеров дает американская традиция. Хотя развитие американской науки, опиравшаяся на систематическое проведение медийных исследований, во многих теоретических источниках имеет европейское происхождение [6, с. 43]. С. Квит рассматривает 41 теорию, отталкиваясь от результатов исследования Дж. Брайанта и Д. Мирон «Теории и исследования в массовой коммуникации». Все они расположены в хронологической последовательности. Однако С. Квит дает достаточно схематический анализ основных теорий массовой коммуникации.

Однако любой подход к пониманию массовой коммуникации основывается на понятии массовой связи. Алан Г. Джонсон определяет его как передачу информации специалистами для большой, разнообразной аудитории, расположенной на большой территории. Это внедряется через СМК - сложные организационные и технические средства, которые обычно охватывают телевидение, радио, фильмы, газеты, книги и журналы [3, с. 154].

Таким образом, в массовой коммуникации доминируют тенденции обезличивания и унификации, одновременно влияющие и на увеличение аудитории распространения, и на снижение диалогического качества коммуникации. СМИ являются симулятивными образованиями.

Основные функции массовой коммуникации: информационная, познания и воздействие на него, преемственность культур, развлекательная, мобилизационная (которая приобретает наибольшую ценность в нашем обществе).

Новые каналы передачи информации (факсы, электронная почта, мировая сеть Интернет) прочно заняли свое место в организации коммуникации, и является одним из важных факторов трансформационных процессов в России.

Потребление информации молодежью растет чрезвычайно быстрыми темпами, оно становится динамичным, ведь мы живем в условиях лавинообразного увеличения объемов производимой и потребляемой информации. За последние несколько десятилетий, как известно, произведено больше информации, чем за предыдущие пять тысячелетий. Для воздействия на массы людей, формирования их мировоззрения и запросов активно используются новые возможности и методики. "На взаимодействие с различными медиа (пресса, радио, кино, телевидение, Интернет) приходится значительная доля в бюджете свободного времени населения, чем обусловлено их значительное влияние на все слои населения, прежде всего на детей и молодежь» [3]. Медиа весомо и неоднозначно влияют на образование молодого поколения, часто становясь ведущим фактором его социализации, стихийного социального обучения. Кроме этого, вседозволенность информационного рынка, засилье низкопробной медиапродукции, низкоморальных идеологии и ценностей, вызывает снижение в обществе иммунитета к социально вредным информационным воздействиям также дополняют этот деструктивный список.

Стоит отметить, что история проблемы влияния средств массовой коммуникации на молодежь, на формирование его личностных ценностей, ориентаций еще очень "молодая", однако есть достаточно научных работ и монографий, в которых она изучается и анализируется.

На сегодняшний день исследователи поднимают проблему влияния средств массовой коммуникации, единогласно утверждая, что их роль в современном мире стремительно растет, одновременно растет и их ответственность за формирование общественных ценностей, особенно ценностных ориентиров молодежи. Возрастает ответственность и у родителей, и у государства. Ведь для молодежи характерна определенная социальная незрелость, несформированность ценностных ориентиров, неспособность в полной мере адекватно прогнозировать последствия своих действий. Именно через новейшие средства коммуникации подросток часто только пассивно потребляет продукты маскультуры, созданные взрослыми, становится беззащитным объектом манипуляций, поскольку дети и молодежь с особым доверием и открытостью воспринимают медиа-продукцию. Однако, иногда им не хватает умения критически проанализировать увиденное или услышанное.

Если раньше традиционно считалось, что на формирование образа жизни подрастающего поколения, в первую очередь, влияют семья, школа и окружение, в котором ребенок общается, то в урбанизированном, техногенном обществе все более ощутимым становится влияние медиа на социализацию молодежи. Границы семейного пространства размываются, теряется его самодостаточность и определенная камерность: и за завтраком, и за ужином молодежь становится соучастником тех событий, которые транслируют по телевидению. В урбанизированном мире молодые люди все больше времени проводят, общаясь в социальных цифровых сетях. Кроме того, общение в реальной жизни очень часто вытесняется играми на мобильном телефоне, компьютере, просмотром ТВ.

По мнению экспертов, зависимость от мира и культуры общества взрослых проявляется, в частности, в создании общего для них информационно-медийного пространства, представленного Интернетом, электронными медиа, СМИ. С интенсивным развитием телевидения, новейших средств коммуникации, индивид с ранних лет жизни социализируется и имитирует взрослых гораздо быстрее, чем предполагалось.

Проблема влияния медиа на детскую психику все чаще оказывается в центре внимания общественности. Мнения по этому поводу разные, однако, по нашему мнению, подходящими: с одной стороны, новые медиа, в частности, компьютер, безусловно имеет положительное влияние на формирование молодого человека, ведь он важен и полезен помощник в учебе. С другой - частое и длительное пребывание в компьютерном информационном пространстве порождает ряд различных проблем: проблемы с опорно-двигательной системой, со зрением, с избыточным усталостью; развитие агрессивности, психологической зависимости, потеря ощущения времени, использование низкопробной или неразрешенной продукции. Итак, все негативные последствия: проблемы со здоровьем, психологические отклонения, потеря правового и морально-этического стержня, - является признаком деструктивного (разрушительного) воздействия средств массовой коммуникации.

Итак, новые средства массовой коммуникации, несмотря на то, что является одним из средств обучения, ценным источником информации, имеют и разрушительное влияние, как на физическое, психологическое здоровье человека, подрывают правовые и морально-этические устои личности, так и из-за языка вражды, формируя враждебные, ксенофобские настроения, которые провоцируют преступления и межнациональную рознь. Предотвращение разрушительных воздействий новых средств массовой коммуникации на формирование молодого человека невозможно без объединения усилий государства, представителей медиа, общественности, родителей и детей, без повышения ответственности всех участников информационного пространства.

#### *Список литературы*

1. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр. - М.: Рудомино, 2011. - 95 с.
2. Головлева Е. А. Массовые коммуникации и Медиапланирование: учеб. пособие / Е. А. Головлева. - М.: Академ. проект; Деловая кн., 2016. - 352 с.
3. Джонсон Алан Г. Толковый словарь по социологии / Алан Г. Джонсон. - Львов: Изд. центр Львов. нац. ун-та им. И. Франко, 2013. - 480 с.
4. Журавлева Н. Б. Роль массовой коммуникации в формировании культурной среды информационного общества / Н. Б. Журавлева // Вести Ин-та совр. знаний. - 2011. - № 4. - С. 57-62.
5. Каландаров К. Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов / К. Х. Каландаров. - М.: Гуманитарий. центр «Монолит», 2016. - 80 с.
6. Апр С. Массовые коммуникации: учебник. - М.: Изд. дом «Киево-Могилянская академия», 2015. - 206 с.
7. Конецкая В. Социология коммуникации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gumer.info/BIBnotek/Buks/Sociolog/koneck/04.php>
8. Краткий психологический словарь / сост. Л. А. Карпенко; под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. - М.: Политиздат, 1985. - 431 с.
9. Лукьянова Н. А. Homo significans в коммуникативном пространстве / Н. А. Лукьянова // Человек. - 2008. - № 4. - С. 106-117.
10. Миронов В. В. Глобальное коммуникационное пространство как фактор трансформации культуры / В. В. Миронов // Вопр. философии. - 2016. - № 2. - С. 27-43.
11. Науменко Т. В. Массовая коммуникация: теоретико-методологический анализ / Т. В. Науменко. - М.: Перспектива, 2013. - 252 с.
12. Психологическая энциклопедия / авт.-сост. А. Н. Степанов. - М.: Академвидав, 2016. - 424 с.
13. Философский словарь социальных терминов. - Х. Р. И. Ф., 2015. - 672 с.
14. Финклер Ю. Печатные СМИ как фактор формирования общественного мнения / Юрий Финклер // Сб. пр. Науч.-исслед. центра периодики. - 2013. - Вып. 11. - С. 380-389.

## **ВЫРАЖЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО МИРА ТВОРЦА СКВОЗЬ ПРИЗМУ ИСКУССТВА НА ПРИМЕРЕ НАДЕЖДЫ ГАВРИЛОВНЫ ПЕТИНОЙ**

**Влацкая Е.Ф.**

**Оренбургский государственный университет**

Многие люди даже не догадываются какой замечательный человек живет в нашем городе. Советский и российский скульптор, член Союза художников СССР, заслуженный художник РСФСР, Почетный гражданин города Оренбурга, и все это про Надежду Гавриловну Петину. На улицах Оренбурга, Саракташа, Гая, села Илек установлены памятники - ее работы.

Она родилась в семье скульптора-самоучки Гавриила Алексеевича Петина(1909-1947), который в 1930-1940-е был одним из самых ярких представителей в коллективе Оренбургских художников. Современники помнят его, как человека с почти фантастической судьбой, прошедшего путь от штукатура до скульптора.

К сожалению, осталось не так много его работ. Художника мало интересовали нюансы настроения, индивидуальные особенности характера, практически это портреты-памятники. Многократно обращался Петин к образу В. П. Чкалова, героической и легендарной личности.

Гавриил Алексеевич мыслил обобщенно, крупно и мощно, что совпадало с общим настроением эпохи предвоенного строительства и героико-трагического пафоса военных лет. В отличие от отца, Петину прежде всего привлекают человеческая индивидуальность, особенности характера, настроение, душевное состояние...

С раннего детства Надежда Гавриловна помогала отцу. Она с удовольствием выполняла его самые прозаичные поручения: подкрашивала городские скульптуры, за которыми досматривал скульптор, помогала делать замес из глины. Трагический уход отца из жизни стал жестким толчком к взрослой жизни и точкой в раздумьях дочери о выборе будущей профессии. Знакомый семьи будто почувствовал, что в Надежде Гавриловне есть незаурядные способности и уговорил ее попытаться сдать вступительные экзамены в специализированный вуз. Несмотря на пробелы в теоретической подготовке, заведующий кафедрой Ленинградского института живописи, скульптуры и архитектуры им. И. Е. Репина принял ее. Видно, уже тогда педагог сумел разглядеть в ней талант. Поначалу вчерашней провинциальной школьнице сложно пришлось учиться наравне со столичными студентами, окончившими художественные училища, но уже к третьему году, одержимо занимаясь, она сравнялась с однокурсниками, а некоторых даже перегнала. Старания педагогов и ее собственные усилия не прошли даром: ее дипломная работа "Пробуждение" - одна из немногих - была приобретена Ленинградским музеем истории, религии и атеизма.

Первый большой успех пришел в 1960-м году, когда Н. Петина стала участницей 1-й Республиканской художественной выставки "Советская Россия".

Шаг за шагом, работа за работой, выставка за выставкой - находки и совершенствование свидетельствуют о постепенном зримом росте творческой индивидуальности, крепнущей пластической зрелости. И на всем протяжении творческого пути Н. Г. Петиной прослеживается ее глубокий интерес к проблемам монументальной скульптуры. На ее счету художника - ряд проектов памятников и осуществленных монументов.

Нельзя оставить без внимания еще одну сторону творческого дарования скульптора - пластику малых форм. Ею Надежда Гавриловна особенно много занимается в последнее время.

Со временем, глядя на многие работы Петиной, можно сказать с уверенностью: даже самые казалось бы, конъюнктурные свои произведения Петина стремилась исполнить с предельной художественно-пластической выразительностью.

Сама тема творчества, как высокого духовного взлета, озарения, счастья, - сквозная тема ее творческой деятельности.

Без преувеличения можно сказать, что портретная галерея Надежды Петиной отразила историю не просто культурной, но и духовной жизни Оренбурга. В ней нашли свое место писатели, художники, музыканты, артисты, ученые, лучшие представители всех сфер профессиональной и общественной деятельности.

Один из самых значительных этапов творческого пути Надежды Петиной связаны с работой над скульптурной композицией "Пушкин и Даль. Этот памятник является визитной карточкой Оренбурга.

Первой самостоятельной работой отца Надежды Петиной был миниатюрный бюст Пушкина, который был высоко оценен не только общественностью, но и в кругу профессионалов. После гибели отца Петина навсегда сохранила в душе трепетное отношение к поэту, как будто он был незримой живой ниточкой, связывающей ее с отцом. Уже тогда она была уверена, что рано или поздно она создаст своего Пушкина. Надежда Петина очень долго и кропотливо готовилась к созданию памятника Пушкину. Она обошла и объездила все места, освещенные именем русского поэта. А после каждой поездки - кропотливое изучение литературных источников, анализ портретов и скульптур Пушкина, созданных другими авторами. В процессе мучительных исканий Надежда Петина попутно создает десятки других творений. Одна за другой рождались жанровые работы - "Пушкин и няня", "Я помню чудное мгновенье", портрет в мраморе "Болдинская осень", четырехфигурный портрет поэта. Прежде чем родился замысел двухфигурной композиции, Петина провела в раздумьях и прикидках не один год. Но авторский художественный образ окончательно воплотился в бронзе спустя двадцать лет.

Пушкин и Даль занимают свое почетное место в истории Оренбургского края: Пушкин, собиравший здесь материалы для "Истории Пугачевского бунта" и "Капитанской дочки", Даль, многие годы работавший в канцелярии при

генерал-губернаторе В. А. Перовском, опубликовавший здесь свои книги, подготовивший к изданию знаменитый "Толковый словарь"...

В памятнике оживает сама поэтическая атмосфера дружеского единения двух ярких личностей при явственной индивидуальной характеристике каждого: взрывной темперамент, блеск интеллекта А. С. Пушкина и вдумчиво-уравновешенный, рационалистический мыслящий Даль. Плавное, легкое движение абриса фигур, мягкость, как бы перетекающих объемных форм, активизация пространственных зон, изящество силуэтов создают ощущение атмосферы высоких раздумий, помыслов, дружелюбного общения, понимания.

- Трудности возникали по самым неожиданным поводам, - вспоминает Надежда Гаврииловна. - Например, разница в росте. Пушкин, как известно, был невысок, а Даль выше среднего роста и сутуловат. Что я только ни делала, чтобы эта диспропорция не нарушала композиционную гармонию! и усаживала своих героев, и придавала им позы, скрадывающие рост, -ничего не получалось. Только когда нашла необходимую деталь в виде высокого цилиндра на голове Пушкина, все стало на свои места. Другая находка - трость, она как бы уравнивает фигуры. А плащ в руке Даля, отведенной за спину, значительно расширил впечатление от кругового обзора скульптуры. А это в монументальном произведении - немаловажное значение.

Петиной хотелось передать не столько внешнюю соразмерность или чисто визуальное сходство, сколько гармонию духа, возникавшую в общении двух великих людей. Вот почему в композиции доминируют вертикали, а в позе фигур угадывается душевное движение навстречу друг другу. На наш взгляд, энергетическое поле между друзьями стало третьим элементом композиции.

В 1975 году окончательный проект памятника был показан на всесоюзной выставке в Москве. Академик скульптуры Лев Головницкий предрек ему судьбу монументального масштаба. Но Петина получила официальный заказ на изготовление будущего памятника только спустя восемнадцать лет. И прошло еще четыре года, прежде чем бронзовые Пушкин и Даль стали украшением нашего города.

Нам всегда было интересно, что чувствует автор, смотря на свое творение. Будь то гордость за себя, ностальгия по былым временам или же творец ищет недостатки в своей работе? Но недостатков в работе Петиной, по нашему мнению не оказалось. Вот что говорит Надежда Петина в своем интервью газете "Оренбургское время": "Когда я иду по Советской и вижу "своих" Пушкина с Далем, "своего" Неплюева думаю, что жизнь прожита не зря. Как мне сказал когда-то один московский скульптор, если тебе все-таки удастся поставить памятник Пушкину и Далю, считай, что ты и сама себе памятник поставила".

Но если про историю создания памятника Пушкина и Даля известна, то предыстория того, как на улице Советской в Оренбурге появился памятник Неплюеву, для нас оставалась загадкой. На удивление, этот памятник появился у нас благодаря Канюкову, директору МНТК "Микрохирургия глаза". Он был и инициатором, и заказчиком модели, а город выполнил лишь внешнее

благоустройство. Но почему именно Неплюеву? Оказалось, сама Петина до сих пор не имеет понятия об этом. Известно только то, что у Канюкова было лишь одно пожелание - чтобы Неплюев был поставлен на фоне нашего кафедрального собора. Но Надежда Петина и главный архитектор воспротивились. Доказали Владимиру Николаевичу, что на Советской - более подходящее место.

Памятник Неплюеву представляет собой композицию из бюста на постаменте, около трех метров высотой. На постаменте начертаны слова: Основатель Оренбурга И. И. Неплюев 1693-1773.

К 270-летию Оренбурга бюст первого губернатора и основателя Оренбуржья был реконструирован. Памятник дополнила колоннада с двумя бронзовыми досками: на первой рассказывается о важнейших событиях жизни города, а на второй - биография самого Неплюева. Бюст первого оренбургского губернатора был приподнят и размещен на гранитном постаменте.

Кроме оренбургских экспозиций, работы Петиной украшают и множество районных центров Оренбургской области.

Как примеры удачных решений хочется вспомнить памятник В. И. Ленину в селе Илек (1962), мемориальный ансамбль "Памяти павших будьте достойны"( 1964) в поселке Саракташ. В проекте мемориального ансамбля "Памяти павших"(1974) для Оренбурга - довольно сложное пространственное решение. На треугольной площадке, на ее торцовой стороне должна стоять невысокая мемориальная стена с фамилиями погибших во время злодейского налета белоказаков. Поникшая фигура женщины, оплакивающая смерть сына, сменяется строго вертикально спокойной, мощной фигуры красногвардейца, как бы навеки застывшего в почетном карауле. Удачей скульптора стала двухфигурная композиция "Скорбящая мать"(1974)(рис. 9). Скульптура "Скорбящая мать" пережила три рождения. Первое - в мастерской оренбургского скульптора Н.Г. Петиной в 1966 году. Второе, когда была установлена в 1984 году в сквере памяти Салмышского боя, который находится в Степном микрорайоне города Оренбурга. Третье - в 2008 году, после реконструкции предыдущей композиции.

Имена улицы Салмышской и сквера посвящены великому и трагическому событию времен гражданской войны. Скульптура матери, оплакивающей своего сына, стала памятником, данью глубокого уважения всем матерям, чьи дети отдали жизнь за свободу и независимость Родины. Тысячи женщин нашего города потеряли своих детей в Гражданскую войну, в Великую Отечественную. И сегодня в локальных конфликтах, "горячих точках" гибнут наши солдаты.

Фигура матери изображена стоящей на коленях, левой рукой она поддерживает бездыханное тело сына, правая рука скорбно поднесена к своей щеке: этот жест - символ скорби русской женщины. Скульптору удалось правдиво передать моменты, подчеркивающие смерть сына: безвольно свисающие руки, подкошенные ноги, упавшая на руку матери голова. В целом композиция символизирует скорбь, чувство великой трагедии всех русских



матерей; вызывает слезы на глазах посетителей паркового комплекса, благоговение, уважение к русской женщине-матери.

Торжественная церемония открытия реконструированного сквера "Салмышский бой" и монумента "Скорбящая мать" состоялось 28 августа 2008 года.

#### *Список литературы*

1. Л. С. Медведева *Художники Оренбургской области*, - Челябинск 1985. - С. 136
2. И. В. Бушухина Гавриил Петин, Надежда Петина. *Скульптура*, - Оренбург 2010. - С. 7-10, 20-22 [Изоматериал] С. 24-30
3. *Моя добрая малая Родина (из истории Илекского района)*, - ГУП "РИД "Урал" 2006. - С. 15-16
4. *Здесь Родины моей начало*, - Илек, Оренбургская обл., 2012. - С. 35
5. А. А. Чибилев *Краеведческий атлас "Саракташский район Оренбургской области"*, Оренбургская обл., 2006. - С. 18

# **СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОДРОСТКОВОГО КОЛЛЕКТИВА ВОСПИТАННИКОВ КАДЕТСКОГО УЧИЛИЩА**

**Селезнёва А. Р., Готин С. А.**

**Федеральное государственное казенное образовательное учреждение  
Оренбургское президентское кадетское училище**

Современные социально-экономические преобразования в стране, реформирование Российской армии, возрождение духовно-нравственных ценностей народа требуют воспитания человека новой формации: гражданина и патриота, личности образованной, культурной, мобильной, готовой к творческой самореализации, сотрудничеству, способной адаптироваться к условиям быстро меняющегося мира, обладающей высокими нравственными ценностными ориентациями, готовой осознанно обеспечивать национальную безопасность страны. Одним из эффективных путей решения этих задач является новая система довузовской военной подготовки, включающая суворовские (нахимовские, музыкальные) военные училища, кадетские корпуса различного профиля, кадетские и специализированные классы в общеобразовательных заведениях. Как показывает практика, их число ежегодно возрастает, что определяет актуальность изучения проблем, связанных с развитием современных образовательных систем кадетской направленности.

Среди основных проблем можно выделить проблему формирования и воспитания коллектива учащихся кадетских училищ. Задача формирования сплоченного подросткового коллектива является весьма актуальной в работе с учащимися-кадетами, поскольку обучение в кадетском училище предполагает смену учебного заведения и привычного класса. Смена классного коллектива является, в силу возрастных особенностей учащихся, кризисным моментом. Общение со сверстниками является ведущей деятельностью в подростковом возрасте. При этом подростки в возрасте 13-14 лет еще не успевают обрести достаточной коммуникационной компетентности, ввиду чего смена привычного школьного коллектива (который в это время является, как правило, референтной группой для его членов) может привести к достаточно выраженным эмоциональным затруднениям. Кроме того, особенностью социально-психологической адаптации учащихся кадетского класса является то, что в связи с происходящей кардинальной сменой деятельности учащегося и его социального окружения подросток переживает эмоциональный дискомфорт, находится в состоянии внутренней напряженности и настороженности, затрудняющей принятие как интеллектуальных, так и личностных решений. Поступление школьника в кадетский корпус приводит к значительным изменениям его социального статуса, межличностных контактов, жизненных стереотипов, сложившейся системы взаимоотношений с окружением и неизбежно требует пересмотра установок, отношений, представлений о своих социальных ролях таким образом, чтобы они были

адекватны вновь сложившимся условиям жизнедеятельности. После поступления в кадетский корпус к вчерашнему школьнику предъявляются новые, можно сказать, повышенные требования. Условия обучения в кадетском корпусе существенно отличаются от прежнего образа жизни подростка. За сравнительно короткий срок первокурсник должен адаптироваться к армейскому укладу жизни: жесткой дисциплине, строгому распорядку дня, проживанию в гомогенной среде, необходимости беспрекословного подчинения командирам, дефициту свободного времени. Адаптация воспитанника к жизнедеятельности кадетского корпуса предполагает приобщение к казарменному быту и новым условиям умственного и физического труда, овладение военно-учебной деятельностью, освоение армейских норм поведения, регламентированных уставом, принятие норм, ценностей и традиций кадетского корпуса.

Помимо социальной возникает необходимость психофизиологической адаптации к физическим нагрузкам в связи с включением в содержание образовательного компонента овладения основами военной службы, физической и спортивной подготовки, этической грамотности и др. (строевая, огневая подготовка) и т.д.

Наличие военно-дисциплинарной составляющей и однородный половой состав классного коллектива, как необходимого атрибута становления будущего военного, также является дезадаптирующим фактором[1].

Известно, что для подросткового возраста характерно начало активного развития самосознания, повышение потребности в самоутверждении и признании со стороны сверстников, коллектива и взрослых. Подростки очень чувствительны к оцениванию их окружающими людьми. Появляется потребность в дружбе и общении со сверстниками, находится образец для подражания и идеал личности.

Подростковый период связан с возрастанием значимости межличностного общения сверстников и некоторым ослаблением мотивации учения, что нередко приводит к снижению учебной успеваемости. В условиях сплоченного коллектива, основным видом деятельности которого является учение, данные возрастные особенности участников могут быть успешно компенсированы. Психологическая деятельность, направленная на сплочение вновь созданного подросткового коллектива является, таким образом, необходимой и позволяет преодолеть ряд коммуникативных и эмоциональных затруднений учащихся, а в конечном итоге способствовать сохранению учебной мотивации и успеваемости.

Для изучения уровня сплоченности коллектива учащихся кадетов нами использовался метод тестирования, в частности методика «определение индекса групповой сплоченности» К. Сишора [3]. Данная методика позволяет определить индекс групповой сплоченности посредством измерения индивидуального восприятия сплоченности группы ее членами. Методика включает в себя 5 вопросов, к каждому из которых предлагается несколько вариантов ответов. Мы проводили диагностическое обследование в 7 «Б»

классе. В классе обучаются 17 человек. Характерной особенностью данной группы являлась то, что она была сформирована за два месяца до начала обследования из учащихся разных классов разных школ на этапе перехода из шестого в седьмой класс.

В результате проведения данной диагностической процедуры нами были получены следующие данные: 10 из 17 испытуемых оценивают сплоченность коллектива ниже среднего, 7 участников оценивают сплоченность как среднюю. Было обнаружено, что уровень сплоченности в классе характеризуется показателем 9,75, ниже среднего уровня. Можно говорить о том, что данной группе свойственна достаточно низкая сплоченность, предположительно, отношения в данной группе не являются устойчивыми, ввиду малого срока существования группы. Мы полагаем, что в данном классе еще не успели сложиться дружеские отношения между участниками, ввиду чего участники не могут оценивать свой класс как сплоченный.

Полученные результаты могли быть связаны либо с личностными особенностями испытуемых профильного класса либо с особенностями динамики вновь созданной группы, а также могли объясняться наложением обоих факторов.

Для проверки предположения о возможном влиянии личностного восприятия индивидом группы на уровень сплоченности исследуемых групп было проведено исследование по методике «восприятие» индивидом группы» Л.В. Сгуртской [3].

По результатам определения индекса групповой сплоченности по методике Л.В. Сгуртской к индивидуалистическому типу относятся двое испытуемых, то есть они воспринимают группу как помеху своей деятельности или относятся к ней нейтрально. Группа не представляет собой самостоятельной ценности для них.

К прогматическому - четверо, для них группа выступает как средство, способствующее достижению тех или иных индивидуальных целей. При этом группа воспринимается и оценивается с точки зрения ее «полезности» для индивида.

К коллективистическому – девять, они воспринимают группу как самостоятельную ценность. На первый план для них выступают проблемы группы и отдельных ее членов, наблюдается заинтересованность, как в успехах каждого члена группы, так и группы в целом, стремления внести свой вклад в групповую деятельность.

Сочетают индивидуалистический и прагматический тип двое испытуемых.

Таким образом, большинству учеников свойственно восприятие группы как самостоятельной ценности. Учащиеся склонны проявлять заинтересованность в успехах своих одноклассников и класса в целом, стремятся внести свой вклад в групповую деятельность, испытывают потребность в коллективных формах работы. Учащиеся придают высокую

значимость проблемам своих одноклассников и готовы оказывать помощь при решении затруднительных вопросов.

Однако есть учащиеся, которые испытывают определенные трудности при взаимодействии с группой. В этой ситуации вопрос психолого-педагогического содействия в сплочении коллектива приобретает очень весомое значение.

Групповая сплоченность – это показатель прочности, единства и устойчивости межличностных взаимодействий и взаимоотношений в группе, характеризующийся взаимной эмоциональной притягательностью членов группы и удовлетворенностью группой. Обобщение имеющихся исследований позволяет выделить следующие факторы, способствующие групповой сплоченности:

1. совпадение интересов, взглядов, ценностей и ориентации участников группы;
2. достаточный уровень гомогенности состава групп (особенно по возрастному показателю);
3. атмосфера психологической безопасности, доброжелательности, принятия;
4. активная, эмоционально насыщенная совместная деятельность, направленная на достижение цели, значимой для всех участников;
5. привлекательность ведущего как образца, модели оптимально функционирующего участника;
6. наличие другой группы, которая может рассматриваться как соперничающая в каком-то отношении [6].

Психологическая и педагогическая практика накопила достаточно большой репертуар приемов и техник, способствующих повышению групповой сплоченности. К базовым методам традиционно относят групповую дискуссию и ситуационно-ролевые игры [2].

Групповая дискуссия - это совместное обсуждение какого-либо спорного вопроса, позволяющее прояснить (возможно, изменить) мнения, позиции и установки участников группы в процессе непосредственного общения. Групповая дискуссия может быть использована как в целях предоставления возможности участникам увидеть проблему с разных сторон (это уточняет взаимные позиции, что уменьшает сопротивление восприятию новой информации от ведущего и других членов группы), так и в качестве способа групповой рефлексии через анализ индивидуальных переживаний (это усиливает сплоченность группы и одновременно облегчает самораскрытие участников). Между этими достаточно сильно различающимися целями имеется целый ряд других, промежуточных, целей, например, актуализация и разрешение скрытых конфликтов и устранение эмоциональной предвзятости в оценке позиции партнера путем открытых высказываний или предоставление возможности участникам проявить свою компетентность и тем самым удовлетворить потребность в признании и уважении [1].

Дискуссионные методы применяются при разборе разнообразных ситуаций из практики работы или жизни участников, при анализе предлагаемых ведущим сложных ситуаций межличностного взаимодействия и в других случаях.

Не меньшее значение приобретают игровые методы, которые включают ситуационно-ролевые, дидактические, творческие, организационно-деятельностные, имитационные, деловые игры. Одним из главных преимуществ игровых методов в работе с подростковыми группами является активный характер взаимодействия участников, и в силу возрастных особенностей, высокая привлекательность данного вида работы для участников [6].

Использование игровых методов в работе по сплочению группы, по мнению многих исследователей, чрезвычайно продуктивно. На первой стадии групповой работы игры полезны как способ преодоления скованности и напряженности участников, как условие безболезненного снятия "психологической защиты". Очень часто игры становятся инструментом диагностики и самодиагностики, позволяющим обнаружить наличие трудностей в общении и серьезных психологических проблем. Благодаря игре интенсифицируется процесс обучения, закрепляются новые поведенческие навыки, обретаются казавшиеся недоступными ранее способы оптимального взаимодействия с другими людьми, тренируются и закрепляются вербальные и невербальные коммуникативные умения. Игра весьма эффективна в создании условий для самораскрытия, обнаружения творческих потенциалов человека, для проявления искренности и открытости, поскольку образует психологическую связь человека с его детством. Вследствие этого, игра является мощным психотерапевтическим и психокоррекционным средством [7].

Для достижения глубоких и устойчивых изменений необходимо сочетать приведенные приемы работы в рамках целостной развивающей программы.

Задача формирования сплоченного подросткового коллектива является весьма актуальной ввиду изменений, происходящих в системе школьного образования. Переформирование классов средней школы по профильному признаку является, в силу возрастных особенностей учащихся, кризисным моментом. Общение со сверстниками является ведущей деятельностью в подростковом возрасте. При этом подростки в возрасте 13-14 лет еще не успевают обрести достаточной коммуникационной компетентности, ввиду чего расформирование привычного школьного коллектива (который в это время является, как правило, референтной группой для его членов) может привести к достаточно выраженным эмоциональным затруднениям.

В этой ситуации вопрос психолого-педагогического содействия в сплочении коллектива приобретает очень весомое значение.

Известно, что подростковый период связан с возрастанием значимости межличностного общения сверстников и некоторым ослаблением мотивации учения, с чем нередко бывает связано снижение учебной успеваемости. В условиях сплоченного коллектива, основным видом деятельности которого

является учение, данные возрастные особенности участников могут быть успешно компенсированы. Психологическая деятельность, направленная на сплочение вновь созданного подросткового коллектива, является, таким образом, необходимой и позволяет преодолеть ряд коммуникативных и эмоциональных затруднений участников, а в конечном итоге -способствовать сохранению учебной мотивации и успеваемости.

#### *Список литературы*

1. Андрюшин Н.В. *Становление и развитие системы воспитательной работы в кадетских классах: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Кострома, 2001.*
2. Вачков И.В. *Основы технологии группового тренинга. Психотехники: Учебное пособие. – М.: Ось-89, 2005.*
3. Карелин А.А. *Психологические тесты в 2тт. Т.2. М., Владос,1999.*
4. Петровская Л.А. *Теоретические и методические проблемы социально-психологического тренинга. М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1982.*
5. Ромайкин В.Ю. *Формирование воспитывающей среды кадетского корпуса: Автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.01 : Ярославль, 2004.*
6. Рудестам К. *Групповая психотерапия. – СПб.: Питер, 1998.*
7. Фопель К. *Технология ведения тренинга. Теория и практика. – М.: Генезис, 2003.*

# РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПРАВОВОЙ И ОБЩЕСТВЕННЫЙ АСПЕКТ

Димитрова Т.Ю., канд. экон. наук, доцент  
Оренбургский государственный университет

В настоящее время в результате стремительных институциональных преобразований в нашей стране активно развиваются институты рыночной экономики. Одним из таких является реклама, «ворвавшаяся» в российскую действительность в начале 1990- годов прошлого века. Реклама присутствует во всех средствах массовой информации, окружает нас практически всюду, являясь примером массовой коммуникации.

Рекламная практика стала объектом научного исследования. На сегодняшний день существует множество работ (книг, учебников, пособий, статей, рекомендаций), посвященных рекламе, многие из которых имеют прикладной характер и являются отличным подспорьем для работников рекламных организаций и студентов. Однако, на наш взгляд, реклама как институт не достаточно полно исследована, не достаточно полно осмыслена ее роль и социально-экономическое значение. Как отмечают Е. Корнилов и Е. Корнилова, несмотря на повышенное внимание к рекламе в последнее время, до сих пор не существует единого определения данного феномена, что само по себе подтверждает его многомерность и сложность [1]. Исследователями теории и практики рекламы приводятся множество определений рекламы, что подчеркивает сложность этой формы массовой коммуникации [2].

Особенно сложным и многогранным является вопрос правового и общественного регулирования рекламной деятельности, содержания рекламных сообщений, способов их распространения. Субъекты рекламного рынка предъявляют определенные требования к специалистам - выпускникам вузов, выражающиеся в наличии у них компетенций, необходимых современной рекламной индустрии.

В целях совершенствования подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» в системе высшего образования с учетом потребностей рынка труда и реализации федеральных государственных образовательных стандартов необходимо уделять особое внимание проблемам правового и общественного регулирования рекламной деятельности. Нередко работодатель изначально предъявляет к молодому специалисту требование знания правовых аспектов рекламы. В условиях реализации федеральных государственных образовательных стандартов получение такого рода компетенций возможно в рамках дисциплины «Правовое и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности».

Специалисты, работающие в сфере массовых коммуникаций, должны знать формальные и неформальные нормы и правила, в соответствии с которыми возможна реализация рекламной деятельности в конкретной стране. Вопросы регулирования рекламной отрасли всегда вызывают серьезные



дискуссии: во-первых, в рамках государственного регулирования; во-вторых, со стороны общественности по поводу нарушения норм и правил морали и этики конкретного социума. Вся совокупность норм (правил) делится на две части: формальные и неформальные институты. Формальные нормы фиксируются в различных документах, и специализированная защита этих норм обеспечивается сильным принуждением со стороны государства. Но не все правила формализуемы, часто это связано с тем, что в этом нет смысла или потому, что это очень трудно и бессмысленно записывать то, что люди и так знают. Неформальные нормы не регулируются государством, однако есть механизмы поддержания неформальных институтов с помощью санкций: самоподдержание, гарантии третьей стороны, гарантии контрагента.

Самоподдержание подразумевает, что исполнение правил идет от воспитания (самая надежная система соблюдения правил). Гарантии третьей стороны – это посредничество третьей стороны, не являющейся государством (например, третейский суд). Гарантии контрагентов – саморегулирование, создание саморегулируемых организаций, в которых вырабатываются стандарты, обязательные для соблюдения членами организации. Этот механизм тесно связан с репутацией. На рекламном рынке России сформировался ряд организаций такого типа, занимающихся проблематикой саморегулирования субъектов рекламной индустрии, выработкой морально-этических кодексов.

История правового регулирования рекламы довольно интересна, первые упоминания об этом процессе встречаются еще в древних источниках. Еще в эпоху Средневековья в европейских странах были сформулированы определенные принципы рекламной деятельности, приходило понимание необходимости регулирования рекламы. В нашей стране в советский период реклама в связи с особенностями социально-экономической системы носила, в основном, информативно-рекомендательный характер. Одним из первых документов по регулированию советской рекламы стало постановление Наркомата внутренней торговли СССР «Об использовании методов рекламы для расширения товарооборота» 1935 года. Ситуация резко изменилась с трансформацией экономической системы в начале 1990-х годов. Стремительная смена институциональной структуры страны привела появлению новых форм экономической деятельности и развитию массовых коммуникаций.

Вместе с положительными моментами, связанными с развитием рекламного рынка, возникли и отрицательные, которые принесли российским гражданам моральные и материальные потери. Прежде всего, это было связано с рекламой «финансовых пирамид» и различного рода псевдолечителей и «магов». В обществе и в среде субъектов рекламного рынка возникла осознанная необходимость правового, общественного и отраслевого регулирования рекламной деятельности. В этих целях был принят ряд Указов Президента РФ. В 1991 году был принят первый системообразующий правовой акт, регулирующий законодательно отношения в сфере рекламы – Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на

товарных рынках». Кроме того в 1991 году был принят Закон РФ «О средствах массовой информации». В 1995 году свет увидел Закон «О рекламе», который оформил фундамент правового регулирования рекламной деятельности в современной России. В 2006 году был принят новый Закон «О рекламе», которым руководствуются в настоящее время игроки рекламного рынка. Вопросы правового регулирования рекламной деятельности в настоящее время вызывают жаркие споры. Действующий Закон «О рекламе» на протяжении многих лет эффективно регулирует рекламный рынок, однако трудно найти другой законодательный акт, который бы в большей степени подвергался изменениям. Это периодически вносит неопределенность в работу рекламного рынка.

В нашей стране государственное регулирование проводит Федеральная антимонопольная служба (ФАС РФ). В ее функции входит осуществление мер по предупреждению и пресечению нарушений законодательства о рекламе, антимонопольного законодательства на рынках средств массовой информации, выставочной деятельности, рекламной деятельности, игорного бизнеса, а также актов недобросовестной конкуренции. В 2015 году антимонопольные органы рассмотрели около 21 тысячи фактов, указывающих на событие нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (в 2014 году – более 28 тысяч фактов). Усилия ФАС России направлены на предотвращение и пресечение ограничивающих конкуренцию действий со стороны хозяйствующих субъектов, субъектов естественных монополий и органов власти. Оренбургское территориальное управление антимонопольной службы было организовано в январе 1992 года.

Обеспечение высокого уровня развития конкурентной среды, соблюдение закона о рекламе - важная экономическая и социальная задача. В наши дни конкуренция рассматривается как одно из наиболее важных условий передового развития в самых разных сферах деятельности, а действия по ограничению, устранению конкуренции являются противозаконными. Однако данные положения часто не соблюдаются, зачастую по не знанию или даже вовсе - по не желанию исполнять закон, но все равно рассмотрение подобных ситуаций входит в работу антимонопольного управления, которое при установлении фактов нарушения конкурентного и рекламного законодательства принимает меры по их пресечению.

С точки зрения общественного регулирования реклама оказывает определенной воспитательное воздействие на человека, особенно на подрастающее поколение. В настоящее время возникает множество вопросов, связанных с содержанием коммерческой рекламы, которые могут находиться вне поля правового регулирования. К таким можно отнести проблемы расовой нетерпимости, сексизма, дискриминации группы общественности по какому-либо признаку. Для будущего специалиста в сфере рекламы необходимо четко определять границу между истинным творчеством и желанием пойти на поводу низменных чувств и сиюминутного эффекта.

Таким образом, важность исследования и теоретического осмысления практики рекламной деятельности и ее регулирования неоспорима. Эффективность рекламного рынка определяется наличием стабильной правовой основы и диалогом между игроками рекламного рынка и общественностью.

#### *Список литературы*

1. *Корнилов, Е.А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий : монография / Е.А. Корнилов, Е.Е. Корнилова. – М.: ФЛИНТА : Наука, 2013. – 256 с. ISBN 978-5-9765-1360-0.*
2. *Свиридова, Е.А. Реклама как объект интеллектуальной собственности: правовой аспект : монография / Е.А. Свиридова. – М.: ЮРКОМ-ПАНИ, 2013. – 252 с. ISBN 978-5-91677-087-2.*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ В ПРЕПОДАВАНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ И ЖУРНАЛИСТИКА»**

**Дымова И.А., канд. филол. наук, доцент  
Оренбургский государственный университет**

В настоящее время, в связи с переходом учебного процесса на новые образовательные стандарты, в немалой степени изменились формы и методы проведения занятий со студентами, увеличилась доля нагрузки на самостоятельную работу обучающихся, и соответственно произошла актуализация применения оценочных средств знаний. В высшей школе к фондам оценочных средств (ФОС) предъявляются особые требования, что позволяет более объективно и всесторонне оценить уровень освоения знаний студентами, их творческие возможности и степень овладения компетенциями, что является определяющим для бакалавров-журналистов.

Преподавателями вузов за последние годы проделана, можно без преувеличения сказать, колоссальная работа, которая, с одной стороны, была сопряжена с большими трудностями и дополнительными нагрузками, а с другой, в дальнейшем в значительной степени облегчила работу педагогов на практических занятиях изучаемых дисциплин, позволив использовать уже разработанный учебно-методический инструментарий.

В предлагаемой статье мы проанализируем основной перечень творческо-практических работ, которые наиболее успешно и активно используются в преподавательской деятельности при изучении такой важной в подготовке кадров дисциплины как «Актуальные проблемы современности и журналистика». Этот предмет аккумулирует в себе основные знания, полученные студентами при изучении таких общеобразовательных дисциплин, как «Экономика», «Политология», «Культурология» и др., но в нашем случае применительно к профессии журналиста, к тому, как эти знания можно использовать при освещении современных проблем жизни общества.

Дисциплина изучается студентами на выпускном курсе и на нее отводится 68 аудиторных часов, из которых половина приходится на практические занятия. Подавляющее большинство оценочных средств, начиная от коллоквиумов, дискуссий и эссе и заканчивая примерами и рекомендациями к проведению анкетирования, социологических опросов и экзаменационными вопросами, ранее было опубликовано в нашем учебном пособии с одноименным названием дисциплины [1], а также в статьях, напечатанных в сборниках по результатам научно-методических конференций [2], [3]. Есть среди предлагаемых и апробированных нами средств оценки знаний и умений студентов и те, которые ранее нигде не анализировались и не публиковались, к примеру, составление портфолио «30 шагов профессионального успеха по мере освоения дисциплины «Актуальные проблемы современности и журналистика».

Поскольку дисциплина является многосоставной в проблемно-тематическом понимании, то и количество проблем, изучаемых в рамках данного предмета, обширно. Так, только по актуальным, базовым темам было разработано 5 коллоквиумов, начиная от глобальной проблемы («Концепция глобального мира как результат осознания передовыми мыслителями человечества первостепенной важности этой задачи») и тем социальной практики («Актуальность социальной проблематики и ее отражение в СМИ») и заканчивая изучением позитивных и негативных тенденций в деятельности СМИ («Опыт позитивного участия СМИ в преодолении кризисных ситуаций общественного развития», «Негативные тенденции в деятельности СМИ») и требований к профессиональной компетентности журналистов («Социальная ответственность и компетентность журналистов»). Традиционно к каждому коллоквиуму предлагаются тематические задания, вопросы для обсуждения круга проблем и рекомендуемая литература.

Весьма эффективным, как показал опыт работы в студенческих группах разного года выпуска, оказалось проведение преподавателем оживленных дискуссий по самым глобальным («Что такое геополитика: «географический разум государства» или «стратегия тайных войн мировой закулисы?») и нашумевшим проблемам современности, таким как Русский мир («Как сохранить коренные народы России или Что такое Русский мир?»). О них сейчас много пишут ученые философы и историки, филологи и журналисты. Не менее резонансными в последние годы стали темы ювенальной юстиции, т.е. создания специальных «детских» судов для нерадивых и беспечных родителей, и аборт, тема, которая является одним из компонентов демографической проблематики: «Ювенальная система – защита детей или «диверсия Запада против России»?; «Аборты – самая страшная язва российской демографии». К теме каждой дискуссии предлагается несколько заданий, список литературы для прочтения и осмысления и комплекс вопросов, что позволяет более тщательно подготовиться к спорам и дебатам, наиболее аргументировано отстаивать свою точку зрения и в случае несогласия с оппонентами из группы оспаривать их мнения и суждения.

Успешно справляются бакалавры и с творческими заданиями типа «Напиши эссе по цитате», которые мы посчитали целесообразным распределить по 5 блокам: «Патриотизм. Родина. Отечество», «Национальная идея и независимость. Нация и национализм», «Религия», «Экономика», «Экология и охрана среды». Очень ценным в работах такого рода считаем тот факт, что меткие высказывания знаменитых людей несут в себе высокий воспитательный потенциал. Приведем несколько примеров таких цитат, которые нередко имеют серьезный, духовный смысл: «Идея нации есть не то, что она думает о себе во времени, но то, что Бог думает о ней в вечности» (Владимир Соловьев), «Если вы хотите основать новую религию, дайте себя распять и на третий день воскресните» (Талейран), «Мир достаточно велик, чтобы удовлетворить нужды любого человека, но слишком мал, чтобы удовлетворить людскую жадность» (Махатма Ганди), «Об идеалах нации

можно судить по ее рекламе» (Норманн Дуглас). Некоторые высказывания, как может показаться на первый взгляд, могут звучать слишком патриотично и даже пафосно: «Не спрашивай, что твоя родина может сделать для тебя, - спроси, что ты можешь сделать для своей родины» (Джордж Кеннеди), «Россия без каждого из нас обойтись может, но никто из нас без нее не может обойтись. Горе тому, кто это думает, двойное горе тому, кто действительно без нее обходится» (Иван Тургенев), а другие - шутливо-иронично или самоиронично: «Если жена тебе изменила, то радуйся, что она изменила тебе, а не отечеству» (Антон Чехов), «Что же, и я Россию люблю. Она занимает шестую часть моей души» (Венедикт Ерофеев), «Наш народ миролюбив и незлобив. Восемьсот лет провел в походах и боях...» (Геннадий Зюганов) и др. Такого рода задания, как показал наш опыт работы, позволяют студентам, утверждающим и развивающим или же, напротив, опровергающим тот или иной заключенный в названии тезис, не только оттачивать умение аргументировать свою точку зрения, но и развивать творческие навыки в создании письменных текстов.

Итак, на основании проведенного нами анализа по использованию фонда оценочных средств на выпускном курсе в рамках конкретной дисциплины можно сделать следующие выводы. Требования, предъявляемые к профессорско-преподавательскому составу по улучшению научной и учебно-методической базы вуза, вполне оправданы, поскольку и преподавателям становится работать интереснее со студентами, а также появляется возможность конкретнее и легче оценивать приобретенный ими объем компетенций, знаний, умений и навыков.

Методическая проработка тестовых заданий и коллоквиумов, дискуссий и эссе, создание студентами собственных портфолио показали свою эффективность и востребованность, поскольку позволили продемонстрировать заинтересованность студентов в подобного вида совместных работах, о проведении которых нередко студенты просят сами, и более того, иногда выступают инициаторами в использовании нестандартных игровых ситуаций в качестве обучающих приемов, что не может не вызвать поддержку преподавателей, наблюдающих неподдельное стремление обучающихся к получению профильных знаний.

#### *Список литературы*

1. Дымова, И.А. *Актуальные проблемы современности и журналистика* / И.А. Дымова, Г.И. Щербакова. – Оренбург: Университет, 2012. – 150 с.

2. Дымова, И.А. *Проблемы российской демографии в СМИ и публицистике в аспекте изучения дисциплины «Актуальные проблемы современности и журналистика»* / И.А. Дымова // *Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всероссийской науч.-метод. конф. (с международ. участием).* – Оренбург: Университет, 2013. – С. 3186-3193.

3. Дымова, И.А. *Геополитические проблемы России в аспекте изучения студентами курса «Актуальные проблемы современности и журналистика»* /

*И.А. Дымова // Социальные ориентиры модификации и трансформации информационного общества: сборник статей по материалам международной научной конференции.- Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2013. - С. 104-112.*

# **ИССЛЕДОВАНИЕ СПОРТИВНОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ В РАМКАХ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ И ЖУРНАЛИСТИКА»**

**Дымова И.А., канд.филол.наук, доцент,  
Городецкий С.Г.  
Оренбургский государственный университет**

О, спорт! Ты – мир!  
Пьер де Кубертен.

На рубеже XXI века спорт превратился в отдельную, многоплановую сферу жизни человека и общества, вовлеченный в процесс мировой глобализации, стал продуктом, генерирующим положительную энергию, представляющим захватывающее зрелище с непредсказуемым финалом. Возрастание роли спортивной коммуникации в современном обществе обусловлено тем, что сегодня спорт занимает одно из значительных мест в жизни человека. Он был и остается той силой, которая объединяет не только отдельных людей, но и целые страны и континенты, может стать политическим инструментом для регулирования взаимоотношений с другими государствами и нациями. В сферу внимания спортивной журналистики попадают не только сам спорт и физическая культура, но и все события общественной жизни, в том числе экономического, политического и культурного характера. Одной из постоянных тем, с которой сталкиваются журналисты, рассказывая о большом международном спорте, является политика со всем тянущимся за ней шлейфом проблем.

В рамках изучения дисциплины «Актуальные проблемы современности и журналистика», которая является многоплановой, затрагивающей самые разнообразные проблематики, включая политическую, экономическую, культурологическую, спортивную, нам удалось провести апробацию по теме нашей дипломной работы «Освещение спортивных событий в интернет-СМИ». Мы исследовали научные статьи наших предшественников, касающиеся так или иначе заявленной нами темы. Среди них была работа студента-дипломника Сергея Шкерина «Спортивная журналистика в ОГУ», написанная в соавторстве с его дипломным руководителем. Ими отмечено, что спортивная деятельность - давняя традиция Оренбургского государственного университета. Уже много лет студенты ОГУ занимают призовые места на крупнейших всероссийских и международных соревнованиях, добиваясь больших успехов. В университете также проходят ставшие традиционными ежегодные Спартакиады, как для студентов, так и для преподавателей [1, с. 271]. Авторы пишут, что особое место в ряду спортивно-воспитательной работы вуза отводится журналистике, главной целью которой является освещение результатов лучших спортсменов, а также соревнований. Ценность данной статьи несомненна. Однако написана она была десять лет назад, в 2008 году, по материалам выступления на межвузовской научно-практической конференции. По прошествии этого



времени произошли изменения, как в спортивной журналистике оренбургского госуниверситета, так и региона в целом. Но отмеченная авторами проблема острой нехватки спортивных журналистов, особенно в провинции, остается до сих пор нерешенной.

Спортивной журналистике, как мы осведомлены, была посвящена дипломная работа и студента-журналиста Заряева Андрея, но он в ней рассматривал исключительно стилистические особенности речей спортивных комментаторов. Этой проблематике были посвящены и другие научные статьи. К примеру, работа аспиранта кафедры медиаречи Института массмедиа Российского государственного гуманитарного университета Павла Лебедева «Культура речи спортивных журналистов: этический аспект». Но как следует уже из самого названия, в этой научной работе поднимается исключительно этический аспект, который предполагает усилить требования к культуре речи журналистов, а также наложить строгий запрет на сквернословие и другие формы речевой агрессии [2]. Однако нередко это правило нарушается, в особенности спортивными журналистами. Связано это с эмоциональной напряженностью, переживаниями в ходе спортивной борьбы. Так, в 2012 году журналист канала НТВ+ Роман Нагучев, комментируя матч последнего тура немецкой бундеслиги между командами «Аугсбург» - «Гамбург», в прямом эфире непроизвольно произнес матерное слово. Но, очень быстро сориентировавшись, креативно исправил ситуацию. Футбольные болельщики до сих пор помнят «блЯстящий» удар по воротам одной из команд.

Как следует из нашего анализа, вышеуказанные работы исследуют преимущественно либо этические аспекты, либо спорт в отдельно взятом вузе и Оренбуржье. Кроме того, статьи были построены исключительно на материале печатных изданий. Предметом же нашего научного интереса являются специализированные спортивные интернет-СМИ, самые популярные из которых (sports.ru, Советский спорт (sovsport.ru) и Спорт-Экспресс (sport-express.ru)) мы анализируем в своей выпускной квалификационной работе.

Нами было выявлено, что освещаемая проблематика в аналитических материалах о разразившемся допинговом скандале касается не только самого спорта, но и международных отношений. В них довольно подробно описывается политическая ситуация, упоминается о введенных санкциях Евросоюза в отношении России, предпринимаются попытки разобраться, с чем связано отстранение нашей сборной от Зимних Олимпийских игр 2018 года, найти ответы на вопросы, действительно ли существует государственная допинговая программа в России и так ли «чист» спорт на Западе? Как ни странно, до сегодняшнего момента подобного рода события (скандалы) никогда не входили в круг аналитических проблем, которые ранее строились исключительно на материалах анализа и мониторинга рейтингов спортсменов, команд и их тренеров. Мы считаем, что подобные материалы, некогда нехарактерные для спортивной журналистики, сегодня становятся знаковыми и являются ответной реакцией на информационную повестку дня, не побоимся сказать, информационную войну.

Традиционно на практических занятиях по данному предмету, которые довольно подробно расписаны в учебном пособии [3], первые десять минут отводятся на обсуждение актуальной повестки дня. Студенты рассказывают о важных, по их мнению, произошедших событиях как в мире, так и в регионе. Так, нами были представлены несколько коротких выступлений, комментариев и докладов по интересующей нас теме.

Первой темой, связанной с проблематикой спортивной журналистики, был допинговый скандал, разразившийся из-за медицинского препарата под названием мельдоний. С 1 января 2016 года Всемирное антидопинговое агентство (WADA) внесло препарат милдронат, он же мельдоний, в список запрещенных. За его применение спортсмен может быть отстранен от участия в соревнованиях на четыре года. Наиболее широко данный медицинский препарат применяется в странах СНГ, преимущественно в России. В США препарат не зарегистрирован [4, с. 86]. Многие полагают, что этот допинговый скандал - это тщательно спланированный план по отстранению сборной России от международных спортивных стартов. В числе русских спортсменов, отстраненных WADA, экс-первая ракетка мира - теннисистка Мария Шарапова, пятикратный чемпион мира по конькобежному спорту Павел Кулижников, олимпийский чемпион по шорт-треку Семен Елистратов и многие другие. Список уличенных постфактумом в употреблении мельдония российских спортсменов растет до сих пор.

Следующее выступление на практическом занятии было построено на основе анализов журналистских материалов по отстранению Международным олимпийским комитетом (МОК) сборной России от участия в Зимних Олимпийских играх 2018 года в южнокорейском Пхенчане. По итогам заседания Олимпийский комитет России был дисквалифицирован, а сборная РФ отстранена от участия в Олимпиаде [5, с. 67]. Российским спортсменам было предложено участвовать под нейтральным флагом. Это событие разделило общественность на два непримиримых лагеря. Одни утверждают, что грядущие олимпийские игры нужно бойкотировать. С таким мнением многие согласились, а центральные российские телеканалы даже отказались транслировать Олимпийские игры в Пхенчхане в знак протеста. Другие, напротив, желают видеть спортсменов сборной России под нейтральным флагом, дабы те смогли доказать свою состоятельность и побороться за медали, таким образом отстояв честь и достоинство своей Родины.

Помимо коротких выступлений были подготовлены и доклады на актуальные проблемы современной журналистики. На одном из занятий было сделано сообщение об опубликованном американским изданием «The New York Times» интервью с бывшим директором Российской антидопинговой лаборатории Григорием Родченковым. Он заявил о существовании в России государственной допинговой программы и масштабной фальсификации допинг-контроля на зимних Олимпийских играх 2014 года в Сочи.

Итак, в рамках изучения дисциплины «Актуальные проблемы современности и журналистика» нам удалось провести апробацию по теме

нашей дипломной работы «Освещение спортивных событий в интернет-СМИ» и сделать следующие выводы. Научные работы, посвященные спортивной журналистике, не многочисленны и в целом обращают внимание на этические аспекты, а также основываются на исследовании печатных изданий. Считаем, что в связи с информационной повесткой дня, изучение проблематики спортивной журналистики стало ещё более актуальным. В дальнейшем мы изучим рубрикацию, жанровый и авторский состав публикаций, более детально классифицируем тематику и проблематику, поскольку спорт постоянно дает нам новые примеры событий, новостей и сенсаций.

#### *Список литературы*

1. Дымова, И. А. Спортивная журналистика в ОГУ / И. А. Дымова, С. В. Шкерин // *Традиции и инновации воспитательной работы в вузе: материалы конференции.* – Оренбург: ОГУ, 2008. – 271-271 с.
2. Лебедев, П. П. Культура речи спортивных журналистов: этический аспект / П. П. Лебедев / *Медиаскоп*, 2014. – Вып. № 4. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1667>
3. Дымова, И. А. Актуальные проблемы современности и журналистика / И. А. Дымова, Г. И. Щербакова. – Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2012. – 150 с.
4. Исаев, А. А. Спортивная политика России / А. А. Исаев. – Москва, 2016. – 86с.
5. Бродская, Н. П. Спорт больших достижений как пространство для формирования национального имиджа страны / Н. П. Бродская // *Национальные интересы и имидж России.* – Москва, 2006.- 67 с.

## К ПРОБЛЕМЕ КОННОТАЦИИ ФЕНОМЕНА ИНФОТЕЙНМЕНТА В НОВОСТНОМ ПОЛЕ МЕДИА

Ефанов А. А., канд. социол. наук  
Оренбургский государственный университет

В современном поле медиа информационный контент остается самым востребованным у потребителей. Как показывают результаты исследования медиапредпочтений телевизионной аудитории, проведенного ВЦИОМ, 72 % опрошенных «считают основной функцией ТВ – информационную» [1]. Новостные программы занимают у телезрителей первое место по популярности (62 %). Используя стилистически нейтральный тон повествования (в отличие от информационно-аналитических программ или ток-шоу), в сознании россиян закрепляется впечатление, будто новости выполняют исключительно информационную функцию. С позиций визуальной социологии, оперируя терминологией ее основателя П. Штомпки, можно определить, что информационные телепрограммы являются «посредником в получении нового знания или критической перспективы» [2, с. 49].

Еще со студенческой скамьи журналистов обучают, что в основе производства любого медиапродукта наряду с объективностью, фактографичностью и беспристрастностью лежит принцип небанальности, – иными словами, оригинальности произведения. Подобная установка стала своеобразным «кредо» многих журналистов, начиная с 1990-х годов (в период ослабления цензуры и активного заимствования зарубежного опыта).

На данном этапе в поле телевидения начали появляться калькированные синтетические технологии – «инфотейнмент» (*information + entertainment*), «инфофриллинг» (*information + thrilling*) [3], «политейнмент» (*politics + entertainment*), «эдьютейнмент» (*education + entertainment*). Наиболее распространенной в новостном поле медиа и от этого весьма дискуссионной можно считать технологию инфотейнмента.

Само понятие инфотейнмента берет свое начало в середине 1980-х годов после выхода в свет книги Н. Постмана «Позабавимся до смерти» [4], в которой современный на тот момент новостной контент подвергается жесткой критике. Позднее данный термин уже появляется как в профессиональной, так и научно-популярной литературе. Например, «Оксфордский словарь английского языка» определяет инфотейнмент как «широковещательный материал, нацеленный и на развлечение, и на информирование» [5, р. 358].

Основоположником инфотейнмента на российском телевидении по праву считается Л. Парфенов и его «Намедни». А по мере совершенствования технических возможностей инфотейнмент также существенно модернизировался. На современном НТВ в информационной программе «Сегодня. Итоги» (в 2011-2015 годах) метеобозревателю А. Скворцов совершал прямые включения с рыбалки, уборки снега, установки новогодних елок, из зоопарка и т.п., заканчивая свой «перформанс» прогнозом погоды.

Что касается инфотейнмента на Первом канале, его креативные продюсеры традиционно используют виртуальные спецэффекты по случаю больших праздников (День Победы, Новый год и проч.). Особенно запомнится эфир, когда на прямую связь с ведущим новостей Д. Борисовым вышел Дед Мороз, а в конце своеобразного «телемоста» сказочный герой «пожал руку» журналисту.

В контексте современных российских коммуникационных реалий Е. А. Глазкова уточняет, что инфотейнмент «базируется на гедонистической функции медиа и апеллирует к эмоциям аудитории за счет, например, эффектов «театрализации», использования «игрового начала», визуальных и аудиоэффектов; провокационности экранного зрелища, мультижанровости, полистилистики; жестко выстроенной акцентированности и структурированности экранной информации» [6, с. 114].

Е. М. Драгун выделяет основные критерии так называемой «инфотейнмент-журналистики»:

- 1) навыки и стандарты, отличные от принятых в «традиционной» журналистике;
- 2) ориентация на целевую аудиторию с невысокими культурными запросами, интерес которой необходимо постоянно «подогревать»;
- 3) этика, нормы которой в погоне за рейтингами приходится регулярно нарушать, что ведет к мимикрии и конформизму;
- 4) отрицание культурных ценностей, подчас граничащее с цинизмом;
- 5) умение максимально коммерциализировать результаты своей деятельности [7, 71-76].

Таким образом, в дефинициях обоих исследователей доминирует отрицательная коннотация с акцентом на низкожанровость, тривиальность формы, примитивизацию культурных ценностей аудитории, нарушение со стороны журналистов профессиональных и общечеловеческих этических принципов. Можно не согласиться с подобным научным подходом, поскольку инфотейнмент также позволяет решать важные социальные проблемы.

К примеру, в информационной программе «Вести Оренбуржья» (ГТРК «Оренбург») корреспондент Е. Ерофеева (ныне спецкорр ВГТРК) в своем материале использовала игровой стендап: она пришла к особняку главы одного из поселков области с вязанкой дров, применив речевую стратегию: *«Наверное, в вашем доме тепло. А вот сироты в своих квартирах замерзают»*. Сам репортаж был посвящен проблеме качества жилья, которое дети-сироты получили по специальной программе у муниципалитета.

Другой свой сюжет Е. Ерофеева начала со стендапа, в котором она сидела в хлеву и ела... сено. Данный процесс сопровождался идиомой: *«Господин \*\*\* «объедает» коров»*. В материале рассказывалось о крупном чиновнике, который *«отмывал деньги», не выплачивая аграриям субсидии в полном объеме*. Таким образом, используя оригинальную форму, репортер смогла привлечь внимание к общественно значимым проблемам, выполняя при этом главную функцию журналистики – помощь людям, отстаивание прав простого человека. За цикл

своих репортажей корреспондент удостоилась гран-при Всероссийского конкурса телевизионных фильмов и программ «Мир права».

Таким образом, несмотря на устоявшуюся в исследовательских кругах негативную коннотацию феномена инфотейнмента, данная технология не лишена конструктивных составляющих. Посредством инфотейнмента журналистам информационных телепрограмм удастся привлекать внимание к важным социальным проблемам (коррупции, нарушению прав, произволу властей и проч.), при этом облачая свой медиапродукт в небанальную, яркую форму. Однако в погоне за оригинальностью репортерам нужно не забывать основные принципы новостных медиа, не скатившись до телешоу, в которых осталось очень мало от классической журналистики.

#### *Список литературы*

1. Телевидение: «зомбоящик» – или «окно в мир»? [Электронный ресурс] // Омнибус ВЦИОМ, 2015. – Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115133> (дата обращения: 12.07.2015).
2. Штомпка, П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник / пер. с польск. Н. В. Морозовой; авт. вступ. ст. Н. Е. Покровский / П. Штомпка. – М.: Логос, 2007. – 168 с.
3. Ефанов, А. А. Инфофриллинг как технология репрезентации телевизионных новостей / А. А. Ефанов // Журналист. Социальные коммуникации. – 2018. – № 1.
4. Postman, N. *Amusing Ourselves to Death* / N. Postman. – New York: Penguin Books, 1985. – 128 p.
5. *Oxford Dictionary of English*. – Oxford: Oxford University Press, 2003. – 1456 p.
6. Глазкова, Е. А. Инфотейнмент в экранных искусствах: захватывающая реальность или антропологический эксперимент? / Е. А. Глазкова // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2016. – № 3 (23). – С. 114-121.
7. Драгун, Е. М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры: дис. ... канд. культурол. наук: 24.00.01 / Е. М. Драгун. – М., 2015. – 175 с.

## **СПОСОБЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ОРЕНБУРГСКОГО РЕГИОНА В НАУЧНЫХ ИЗДАНИЯХ XVIII ВЕКА И В СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ**

**Жаглова Т.М., д-р филол. наук, доцент  
Оренбургский государственный университет**

В сознании многих наших современников Оренбург уже давно не является заштатным провинциальным городком, во-первых, потому что он стремительно развивается во многих сферах, будь то политика, экономика, культура, образование или военная промышленность, а во-вторых, потому что в последнее время существенно возрос интерес общественности к уникальному потенциалу Оренбуржья. Город и его окрестности все чаще становятся объектом освещения на страницах российских газет и федеральных каналах. Благодаря публикациям и телевизионным программам, мы уже начинаем привыкать к частым визитам на Оренбургскую землю не только российского президента и премьер-министра, но и иностранных глав государств, таких как, например, Казахстан и Венесуэла. Уго Чавес и Нурсултан Назарбаев на встречах с Дмитрием Медведевым, помимо торгово-экономического и военно-технического сотрудничества, обсуждали вопросы развития гуманитарной политики, здравоохранения, культуры и национальной безопасности. На одном из последних российско-казахстанских форумов, который прошел летом 2017 года, в числе важнейших была обозначена проблема иссушения Урала, поскольку, как свидетельствуют данные исследователей, даже неузнаваемо изменившись в своем течении, очертаниях берегов и рыбных запасах, река, тем не менее, по-прежнему является неотъемлемой частью жизни обоих дружественных народов.

Представляя Оренбургский край в его нынешнем состоянии, журналисты различных СМИ, ученые, краеведы оставляют за собой право прогнозировать дальнейший рост или же спад уровня жизни оренбуржцев, обозначать пути, способствующие усилению роли среднестатистического горожанина и сельчанина в дальнейшем развитии нашего региона. Как правило, после чтения и просмотра «оренбургских» материалов у читателя и зрителя остается двойственное впечатление, поскольку слишком заметным становится резкое несоответствие богатейших природных и человеческих ресурсов и в целом ряде случаев откровенно бесхозяйственное, а порой и преступное их использование.

Вспоминая о богатстве нашего степного края, ученые и публицисты все чаще склонны обращаться к проблемным материалам, отказываться от привычного для советских лет хрестоматийного глянца и приукрашивания, «лакировки» действительности, в какой-то степени воспринимая свои шаги на этом поприще новаторскими, подчас революционными, однако, следует заметить, что изучением подобных проблем исследователи занимались еще в XVIII веке, надолго приковав внимание широкой аудитории к Оренбуржью.

Устойчивым интересом к Оренбургской губернии мы обязаны его первому популяризатору - Петру Ивановичу Рычкову - географу, экономисту, историку, исследователю. По предложению М. В. Ломоносова, Санкт-Петербургская академия наук специально для Рычкова ввела звание члена-корреспондента, чтобы отметить его заслуги как ученого и журналиста, поскольку, постоянно находясь вдали от культурных и научных центров, он с большей, чем у именитых академиков, степенью научности, описал различные ресурсы земли Оренбургской, обнаружив поистине энциклопедические знания и проявляя упорство истинного ученого-исследователя.

П. И. Рычков активно популяризировал Оренбуржье в своих трудах, которые публиковал в столичном научном журнале «Ежемесячные сочинения и переводы, к пользе и увеселению служащие». Сотрудничество Рычкова с изданием началось стремительно и неожиданно для него: первая статья Петра Ивановича «О коммерции» была напечатана в 1755 году без ведома и подписи автора, исключительно по настоянию Ломоносова.

Едва узнав об этом факте, и, более того, получив одобрительную оценку своей работы Ломоносовым в частном письме, исследователь решил продолжить сотрудничество с «Ежемесячными сочинениями...». Результаты его деятельности вскоре смогли оценить многочисленные читатели академического журнала: в 1756 году едва закончив первую часть историко-географического труда «Топография Оренбургской губернии», Рычков вновь посылает ее на суд выдающемуся русскому академику. Ломоносов исправляет погрешности в работе провинциального исследователя и выносит на обсуждение в комиссии Академии наук. Рычков писал по этому поводу Миллеру, действительному редактору «Ежемесячных сочинений...»: «Михайло Васильевич письмом своим весьма расхвалил первую часть моей топографии, писал, что приятели и неприятли согласились, дабы ее напечатать, а карты вырезать на меди» [1, 10].

Маститых академиков не сразу впечатлил труд Рычкова, понадобилось упорство Ломоносова и его умение убеждать представителей консервативной, застойной науки, совершенно отдалившейся от прикладных дисциплин и забывшей о роли как эксперимента, так и наблюдения в любом исследовании. Не менее важным фактором в процессе издания «Топографии Оренбургской губернии» явилось мастерство Рычкова подобрать убедительную доказательную базу для описания особенностей уникальной природы Оренбургского края, которая приоткрыла для него значительную долю своих богатейших ресурсов.

Рычков сознательно разделил, на первый взгляд, необъятный материал на две части. Первая часть содержит шесть глав, раскрывающих значение слова «Оренбург», анализирующих его происхождение, этимологию. Вначале ученый кратко обрисовывает особенности местности, этнического состава губернии, природных ресурсов, флоры, фауны и торговых отношений. Вторая часть состоит из двенадцати глав, в каждой из которых теперь уже подробно рассказывается о многочисленных провинциях, входящих в состав губернии.



Как первоначальное, так и повторное чтение «Топографии» вызывает у читателя устойчивый интерес к тем главам, в которых описываются редкие растения и животные. Материал этот, действительно, заслуживает особого внимания, заставляя нас, сегодняшних, по-новому взглянуть на землю, ставшую когда-то Рычкову родной и обогатившей российскую науку наблюдениями над уникальными животными, растениями и промыслами.

Ученый проявил себя упорным наблюдателем-натуралистом, изучившим уникальных диких животных, например, по просьбе членов Академии наук в 1759-м году он получил превосходную особь местной разновидности выхухоли, отличающуюся редкой по отношению к человеку недоверчивостью и отправленной ученому сообществу уже в виде чучела: «Выхухоль послали мне живой, в пути она была жива сутки, потом издохла. Вы сами изволите усмотреть, что весь запах состоит у нее в хвосте, а шерсть, уповаю, от одного духу набирается, и пахнет тем же и со временем выдыхается. Во рту у нее сверху только два зуба, весьма острые и всегда наружу, один с другим очень плотно соединены; видом они, наподобие сошников. Больше ничего, примечания достойного, в ней не знаю» [1, 2].

В другом материале ученый обращает внимание на редкую птичку - водяного воробья (оляпку): «В здешней губернии есть особый род воробьев, которые гнезда свои имеют и детей выводят в береговых норах, куда они не иначе входят, как сквозь воду, и для того избирают мелкие реки, которые зимою или не мерзнут или большие полыньи имеют и быстрое течение. Посылаю до вас одного в натуре, у меня в селе почитаемого за диковинку» [2, 101-118].

В «Топографии Оренбургской» приводятся зарисовки местных растений, среди которых фигурирует и дикая вишня, по сей день благополучно вывозимая за пределы Оренбуржья на дачные и коттеджные участки москвичей и петербуржцев: «Дикий вишневый кустарник, вишни на нем случаются так крупны, что не хуже садовых» [2, 2].

Исследователь в своем труде не забывает обращать внимание и на природные бедствия, как-то - губительное для всего живого нашествие червей: «После дождливой погоды появляется множество червей, что прежде никогда не видано. Они шли стадами. Сперва напали они на посеянные конопли, на горох и на мак. Все начисто поедали. Черви десятину так выпололи, что ни одной травинки не осталось, а просо все в целости» [2, 2].

Рычков был так увлечен естественнонаучной деятельностью и так веровал в уникальность природы края, что, обнаружив часть ребра лося или оленя, предположил, что кость принадлежала огромной неизвестной птице. Несмотря на этот явный промах, в Академии наук заинтересовались Оренбургской губернией еще и в плане археологическом и, твердо уверовав, что в ней еще должны найтись останки неизвестных животных, которых нужно описать, задумали снарядить специальную экспедицию на место раскопок, что доказывает заинтересованность научного академического сообщества в дальнейших исследованиях Петра Ивановича Рычкова.

Как свидетельствуют наши наблюдения, интерес к изучению Оренбуржья сохраняется и в трудах современных исследователей. Наиболее убедительным примером служат материалы Александра Александровича Чибилева, среди которых особое место занимает монография «Бассейн Урала: история, география, экология», написанная, как и Рычковым, в смешении жанров и стилей и отмеченная как лучшее художественно-публицистическое произведение на вручении литературной премии им. П. И. Рычкова.

Сразу обращает на себя внимание тот способ исследования, который избирает Чибилев. Можно сказать, что он идет по пути Петра Ивановича Рычкова в изучении края, в первую очередь, когда логично начинает книгу с исторической справки о народах, населяющих территорию Оренбургской области и особенностях быта каждого из них. Ученый выделяет характерные для области топонимы и подробно описывает присущую им этнографическую и социальную обстановку, флору и фауну. При этом все исследование привязано к бассейну Урала, например, особенности расселения представителей многочисленных народов, издавна тяготеющих к реке, как подлинному источнику жизни: «к югу от Урала - казахи и украинцы; холмистые степи бассейна Урала и Самары - русские; холмистые лесостепи Приуралья и Зауралья - русские, башкиры и татары; долина реки Урал - казахи, русские и казаки» [3, 27]. Как и Рычков в свое время, Чибилев приводит разнообразный фактический материал, касающийся параметров самой реки и их изменений в разные исторические эпохи, - длины, ширины, глубины, подъема уровня воды и высоты берегов в определенных местах в разные годы. Сопоставив эти данные, как и Рычков в далеком XVIII веке, современный ученый делает вывод о конечности ресурсов как самой реки, так и подземных вод.

Несмотря на различие специфики и жанровой природы работ Чибилева и Рычкова, мы обнаруживаем в них несомненные черты сходства в освещении проблематики, в способах передачи авторского замысла, в подборе наиболее характерных примеров, что позволяет сделать вывод о тяготении авторов к научной публицистике. Работы такого уровня в разные периоды развития российского государства всегда были наперечет, и, очевидно, что именно с помощью использования сугубо публицистических приемов авторам удается донести до широкой аудитории важнейшие, с их точки зрения, проблемы Оренбургского края, всесторонне исследованные ими с научной точки зрения.

В частности, наш современник А. И. Чибилев предоставляет читателю таблицу всех видов рыб, «которых в Урале насчитывается всего тридцать четыре» [3, 59], при этом не забывая упомянуть о значительном снижении численности и изменении ареала обитания осетровых пород. Таким образом, поднимается очередная злободневная проблема. Рычков же в те времена, когда экологическая обстановка благоприятствовала естественному воспроизводству рыбы в открытых водоемах, рассказывает о камне, который изредка встречается во внутренностях у выловленной белуги, тем самым лишней раз напоминая, что хищнически она не истреблялась: каждая тушка выбиралась из воды по

мере необходимости и встречалась на оренбургских кухнях весьма уважительно. Петр Иванович всего лишь описывает диковину - камень, а белуга для него вовсе не диковина, хотя уже в то время эта рыба считалась редкой, о чем Рычков тоже упоминает в «Топографии».

В другом случае Чибилов заключает полученные современные данные сухой научной справкой: «русская выхухоль имеет на Урале крупнейший участок распространения» [3, 54], так же, как и Рычков, концентрируя внимание на судьбе и особенностях поведения этого зверька.

Книга нашего современника примечательна еще и тем, что в ней Чибилов обращается к проблемам освещения экологической обстановки Оренбургской области. Он поднимает вопрос о целесообразности существования Ириклинского водохранилища, из-за которого значительно изменился уровень реки от створа плотины до Оренбурга. От внимания Александра Александровича не укрылась проблема загрязнения вод Урала предприятиями Магнитогорского промышленного узла, а также завода хромовых соединений.

Выводы напрашиваются печальные. За те годы, что разделяют труды Рычкова и Чибилева, многое изменилось и, к сожалению, в худшую сторону. Те редкие виды животных и растений, как и исконные, сложившиеся в кругах оренбургских умельцев промыслы, которые описывал Рычков, все реже размещаются в книге исследователя-современника в перечне существующего и развивающегося. К сожалению, в духовном багаже современного оренбуржца все меньше остается тщательно, с любовью сохраняемого и переданного потомкам природного богатства. Сбереечь то немногое, что нам еще осталось увидеть и ощутить, призывал в XVIII веке патриот Оренбургского края П. И. Рычков, не менее тревожно скорбит об утратах А. А. Чибилов, взывая к разуму и доброму сердцу оренбуржцев, вступивших в век XXI-й.

#### *Список литературы*

1. Мильков Ф. Н. П. И. Рычков: жизнь и географические труды. – М.: ГИХЛ, 1955. 144 с.
2. Рычков П. И. Топография Оренбургской губернии, то есть обстоятельное описание Оренбургской губернии, сочиненное коллежским советником императорской Академии наук корреспондентом Петром Рычковым. – Оренбург: Печатный дом «Димур», 2012. 432 с.
3. Чибилов А. А. Бассейн Урала: история, география, экология. – Екатеринбург: УрО РАН, 2008. 312 с.

# ГРАЖДАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК НАУЧНАЯ ПРОБЛЕМА

Иванов Д. С.

ФГКОУ «Оренбургское президентское кадетское училище»

В современном глобализирующемся мире проблема идентичности не теряет актуальности. В науке наблюдается возрастание интереса к исследованию социальной, национальной, гражданской идентичности.

Идентичность выступает сегодня как самоопределение в многонациональных, поликультурных общностях и наблюдается на всех уровнях от межличностного общения до транснационального уровня. В сложившихся условиях актуализируется проблема изучения методологических подходов гражданской идентичности, поиск механизмов и путей её формирования.

Идентичность в философии рассматривают в качестве логической категории, означающей отношение, «члены которого тождественны друг другу» [1].

Исходя из философского определения категории, «идентичность» означает осознание личностью своей принадлежности к этносу, группе, стране и т.д.

Гражданская идентичность рассматривается как часть социальной идентичности и может проявляться в разных её видах. Гражданская идентичность это осознание принадлежности личности к политическому сообществу (государство и общество), осознание необходимости участия в его жизни (социальной, политической, культурной) и что важно, на наш взгляд, актуализация этой потребности для самого индивида. Основой гражданской идентичности является гражданская общность. Таким образом, можно рассматривать гражданскую идентичность «в качестве коллективного субъекта» [2].

Понятие «гражданская идентичность» связано с понятием «гражданство», но не тождественно ему. «Гражданство» – юридическая категория, означающая «устойчивую правовую связь человека с российским государством, выражающаяся в совокупности их взаимных прав, обязанностей и ответственности друг перед другом» [3]. Можно заключить, что гражданство – это правовой статус личности, гражданская идентичность – интегративное качество личности, которое поддается формированию.

Теоретическое обоснование идентичности можно проследить в работах Р. Баумайстера. Исследуя исторический материал, ученый определяет основания идентичности и факторы, способствующие её формированию: религиозные, общественные, экономические, философские. Ученый выявил взаимосвязь между структурой идентичности и историческими изменениями эпохи, которая социализирует личность. В своих трудах Р. Баумайстер отождествляет идентичность и самоопределение. Автор выделяет этапы формирования идентичности и описывает особенности её формирования на каждом из этапов:

- предписание (первобытный строй);
- единичная трансформация (раннее Средневековье);
- идентичность, определяемая иерархией критериев (позднее Средневековье);
- необязательный выбор (XVIII век);
- необходимый выбор (современность).

Ученый приходит к выводам, что основа социальной жизни индивида - взаимоотношения и роли. Идентичность – это система взаимодействия с другими членами общества и их ролями. Общество является потенциалом для развития идентичности, так как транслирует ценности, смыслы, установки.

Успешность имеет социальную предопределенность и оценку. В зависимости от своих исторических, политических, культурных, религиозных особенностей общества отличаются друг от друга.

В научной литературе идентифицируются понятия «гражданская идентичность» и «национальная идентичность». По мнению М.Т.Шергалиевой, это возможно «в тех случаях, когда последнее рассматривается в рамках подхода к нации как к согражданству, общности, организованной по государственно-политическому признаку (Б. Андерсон, А. Смит, Э. Гелленер и др.)»[4, с.105]. При анализе развития этнического общества, формирование нации, то «понятия «гражданская идентичность» и «национальная идентичность» не тождественны, а соположены как чувство принадлежности к стране, государству и к этнической общности» [4, с. 105].

Проблема гражданской идентичности актуализируется в условиях демократизации и консолидации российского общества, что формирует потребность в гражданах с развитой правовой и политической культурой, политическим участием с осознанным объективным интересом.

Формирование гражданской идентичности молодежи - это включение её во всю совокупность общественных ролей, функций, воспитание правоориентированного поведения.

Формирование гражданской идентичности молодежи включает в себя совокупность социальных ролей и моделей поведения, характер которых обусловлен представлениями о взаимоотношениях с государственными и общественными структурами (публичная политика).

В научной литературе выделены черты, влияющие на становление гражданской идентичности молодежи:

- невозможность в полной мере опереться на опыт старшего поколения, негарантированность будущего;
- противоречивый и прерывистый характер социализации молодежи, обусловленный сосуществованием множества агентов социализации и культурным плюрализмом, а также быстрым темпом социальных изменений;
- вынужденная конкуренция с людьми более зрелого возраста;
- отсутствие четкого образа взрослого, на который должен ориентироваться молодой человек;

— обусловленная перечисленными выше факторами вынужденная самостоятельность, автономия современной молодежи;

— атомизированность и массовидность современной молодежи, обусловленные массовым характером современного общества [5].

Все эти особенности влияют на становление гражданской идентичности в процессе социализации и предопределяют с одной стороны сложности, с другой стороны являются задачами, решение которых будет способствовать гармоничному формированию обозначенного процесса.

Большая роль здесь принадлежит системе образования и воспитательной компоненте.

Формирование гражданской идентичности должно происходить на всех уровнях системы образования, на всех возрастных этапах развития личности.

В системе образования идет поиск механизмов, способствующих становлению гражданской идентичности молодежи.

В образовательных организациях актуализируется необходимо выстраивать образовательный процесс на основе инновационных образовательных технологий: проектирование, волонтерство, деловые игры и диспуты, интеллектуальные игры, способствующие вовлечению молодежи в социальные отношения через освоение ролей, формирующих гражданскую позицию и гражданскую идентичность, что в конечном итоге будет консолидировать нацию.

#### *Список литературы*

1. *Краткий философский словарь [Текст] / отв. ред. А. П. Алексеев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : РГ-Пресс, 2015. - 494 с. - ISBN 978-5-9988-0236-2.*
2. *Егоров О.Е. Гражданская идентичность в условиях глобализации [Текст] : автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. / О.Е.Егоров. - Москва, 2015. - 21 с.*
3. *Волосов М.Е. Краткий юридический словарь [Электронный ресурс] / Волосов М.Е., Додонов В.Н., Панов В.П. - НИЦ ИНФРА-М, 2012.*
4. *Шергалиева М.Т. К методологии проблемы идентичностей: социальная, личная, этническая и гражданская / М.Т. Шергалиева // Система ценностей современного общества. - 2014. - № 33. - С.105.)*
5. *Шамовская Т. В., Горбунова Г. П. Гражданская идентичность в структуре социальной идентичности современной молодежи // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2016. №4 (24). С.49-53*

# **ВЗАИМОСВЯЗЬ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И МАРКЕТИНГА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В КОНЦЕПЦИИ ХОЛИСТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА**

**Калиева О.М., канд.экон.наук, доцент,  
Гриднева Т.Н., Щукина Ю.В., Шептухин М.В.  
Оренбургский государственный университет**

На современном этапе эволюции концепций маркетинга на базе пяти основных концепций – производственной, товарной, сбытовой, традиционной, социально-этической – сформировалась абсолютно новая, целостная концепция – холистический маркетинг.

Концепция холистического маркетинга как логическое продолжение эволюции концепций маркетинга основывается на внедрении различных маркетинговых программ с учетом их взаимной зависимости. Особенностью холистического маркетинга является интегрированный подход, позволяющий рассматривать не совокупность отдельных элементов, а все компоненты как единое целое, то есть возможность сбалансировать отдельные компоненты и соединить их воедино. [4]

Ф. Котлер рассматривает холистический маркетинг как подход, охватывающий четыре основных элемента: маркетинг взаимоотношений, интегрированный маркетинг (маркетинг-микс), внутренний маркетинг, и социально-ответственный маркетинг. При этом акцент при применении холистического маркетинга в маркетинговой деятельности сделан на расширенный, интегрированный подход. Именно попытка признать и сбалансировать различные компетенции и сложности маркетинговой деятельности для создания дополнительной ценности и послужила исходным мотивом для представления Ф. Котлером и К. Келлером концепции холистического маркетинга. [1] Основные категории, которыми характеризуется холистический маркетинг, представлены на рисунке 1.

В нашем исследовании рассмотрим более подробно такие категории как интегрированный маркетинг и маркетинг взаимоотношений в соответствии с их назначением и взаимосвязью в концепции холистического маркетинга.

Маркетинг партнерских отношений или маркетинг взаимоотношений подразумевает под собой практику построения долгосрочного взаимодействия с основными рыночными партнерами предприятия (потребителями, поставщиками и т. д.).

Следует отметить, что на современном этапе выделяют три ключевых направления: маркетинг отношений, маркетинг взаимодействия и маркетинг партнерских отношений. При этом в широком смысле под маркетингом отношений понимается взаимодействие предприятия с покупателем, под маркетингом взаимодействия – отношения всех объектов рынка между собой, под маркетингом партнерских отношений – взаимодействия предприятия с партнерами (поставщиками, подрядчиками и т.д.). [5]

Маркетинг взаимоотношений направлен на установление длительных экономических, социальных и технических связей с партнерами. Ф. Котлер выделяет три вида партнеров: работники, маркетинговые партнеры (поставщики, потребители, дилеры) и члены финансового сообщества (акционеры, инвесторы).

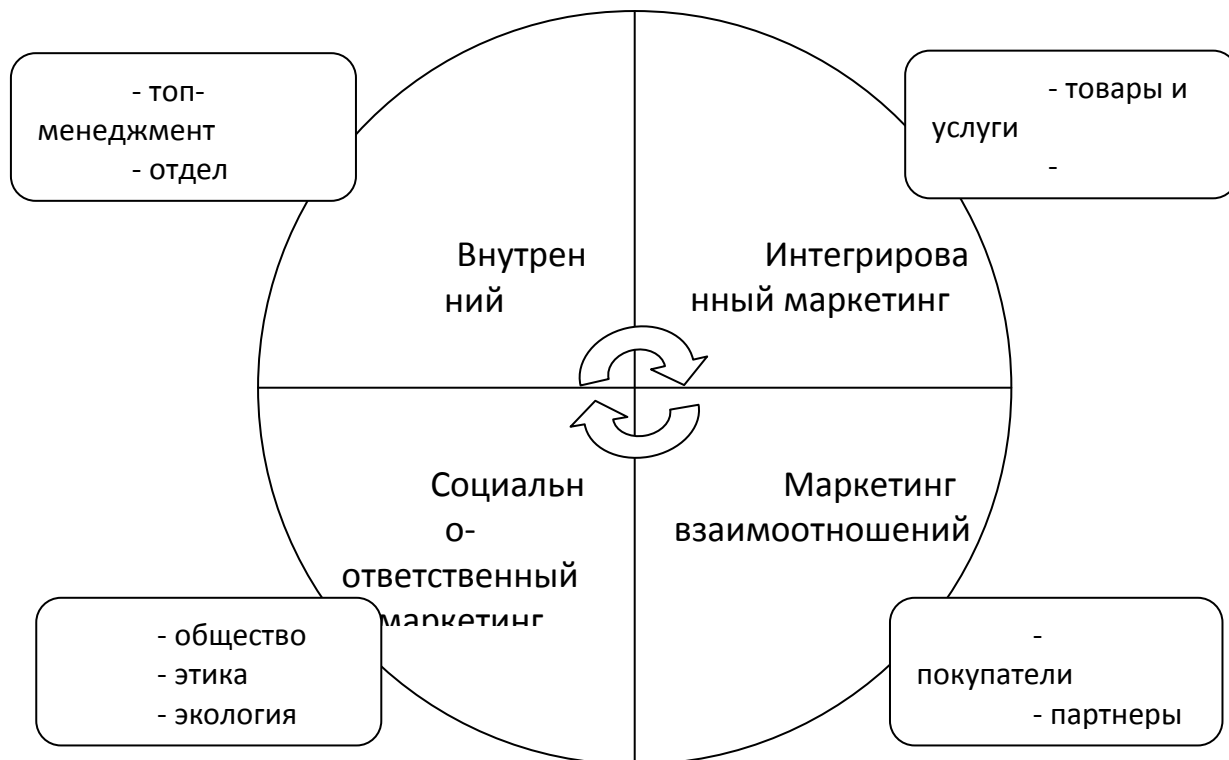


Рисунок 1 – Компоненты холистического маркетинга (Ф. Котлер) [6]

Маркетинг взаимоотношений на предприятии сосредоточивает свое внимание в шести сферах развития:

- а) налаживание отношений с индивидуальными покупателями;
- б) масштабы своей деятельности;
- в) отбор и ранжирование покупателей;
- г) цепочка взаимоотношений;
- д) переосмысления «4 Р» маркетинга;
- е) использование менеджеров по партнерским отношениям для того, чтобы вместе с другими способствовать созданию новых ценностей предприятия. [3]

По мнению Е. Ю. Балаевой и Ю. В. Корокошко маркетингу взаимоотношений присущи такие тенденции как:

- 1) создание, использование баз данных о покупателях, основанных на сведениях, полученных из различных каналов связи с ними;
- 2) использование анализа жизненных ценностей покупателей, с целью определения «прибыльных» секторов;



3) внедрение на всех уровнях и во всех подразделениях предприятия клиентоориентированного подхода;

4) активизация коммуникаций покупателей и предприятия посредством использования телемаркетинга, создания call-центров, Интернет-сайта. [3]

Ф. Котлер выделяет следующие характерные для маркетинга взаимоотношений черты [1]:

1) стремление создавать новые ценности для покупателей, чтобы впоследствии распределить их между производителями и потребителями;

2) признание ключевой роли отдельных клиентов не только как покупателей, но и для определения ценностей, которые им хотелось бы получить (маркетинг партнерских отношений предлагает сотрудничать с покупателем для создания ценности; производя ценность вместе с покупателем, а не для него, предприятие может увеличить свои доходы благодаря реализации этой ценности);

3) деловая стратегия предприятия концентрируется на покупателях, при этом происходит согласование бизнес-процессов, коммуникаций, технологий, с целью производства ценностей, желанных для покупателя;

4) предполагает длительную работу продавца и покупателя, которая должна протекать в режиме реального времени.

5) постоянные покупатели должны цениться выше, чем отдельные потребители, меняющие партнеров при каждой сделке (сделав ставку на постоянных покупателей, фирма должна стремиться к установлению с ними более тесной связи);

6) стремление выстроить цепочку отношений не только внутри организации для производства ценности потребной для покупателя, но и вне предприятия – с партнерами на рынке (поставщиками, посредниками в канале распределения, акционерами). [6]

Конечной целью для маркетинга взаимоотношений является формирование уникальной маркетинговой партнерской сети, которая включает в себя предприятие и всех заинтересованных в ее деятельности лиц. То есть на рынке начинается не просто конкуренция предприятий, а конкуренция деловых систем или партнерских сетей. В этом случае в конкурентной борьбе выигрывает то предприятие, которому удалось построить более прочную и эффективную систему.

Далее обратимся к другой категории холистического маркетинга – интегрированному маркетингу.

Интегрированный маркетинг и коммуникации подразумевает под собой разработку и составление полностью интегрированной маркетинговой программы по созданию и продвижению ценностей для потребителей. Согласно **интегрированному маркетингу**, задача активного субъекта рынка – разработать маркетинговые мероприятия и составить полностью интегрированную программу по созданию, продвижению и предоставлению ценности для потребителя.

По мнению В.Ю. Черкасовой и В.Ю. Романенко интегрированный маркетинг включает в себя 4 Р Дж. Маккарти (product – товар или услуга; price – цена; promotion – продвижение; place – месторасположение торговой точки), в комбинации с 4 С покупателя, Роберта Лоутерборна (customer wants and needs – нужды и потребности покупателя; cost to the customer – издержки покупателя; convenience – удобство покупки; communication – коммуникации). [7]

Традиционно маркетинговые интегрированные программы описывают как набор определенных маркетинговых инструментов, которые используются компаниями для достижения определенных маркетинговых целей.

Особую роль в интегрированном маркетинге исследователи Т. Дункан и С. Кейвуд отводят коммуникациям. При этом в концепции холистического маркетинга интегрированные маркетинговые коммуникации тесно и неразрывно связаны с маркетингом партнерских отношений. [5]

В основе интегрированных маркетинговых коммуникаций, по мнению Архипова А. Е., лежит несколько принципов:

1) изучение покупательских восприятий, которые с течением времени трансформируются в определенное отношение к услуге; рекламная коммуникация является наиболее важной составляющей при позиционировании услуги, и, следовательно, основой формирования бренда;

2) объединение стратегии маркетинга и рекламы, т.е. коммуникационные стратегии должны быть прямым продолжением маркетинговых стратегий, и тогда такая интеграция приводит к определенному поведению компании, направленному на получение конкурентных преимуществ;

3) координация всех элементов системы продвижения компании, потому как несоординированные коммуникации и слабый контроль над ними на разных структурных уровнях управления может приводить к неоднозначному восприятию имиджа предприятия;

4) ориентированность не только на информирование целевого рынка, но и на установление обратной связи с покупателем – формирование маркетинга взаимоотношений становится более результативным с точки зрения коммуникационного эффекта;

5) планирование коммуникаций в отношении различных сегментов целевого рынка, так чтобы они максимально соответствовали характеристикам отдельных покупателей. [2]

Таким образом, несмотря на то, что холистический маркетинг является сравнительно новым направлением в развитии концепций управления, он позволяет по-новому взглянуть на деятельность предприятий и формирование бизнес-процессов по интеграции и налаживании взаимодействия между всеми участниками рынка. Холистический маркетинг ориентирован на выстраивание отношений не только внутри предприятия, но и с его основными партнерами, при этом акцент делается на объединение стратегий всех элементов коммуникаций для достижения целей предприятия.

#### *Список литературы*

- 1 Калиева, О.М. Формирование холистической концепции в ходе эволюции маркетинговой теории / Калиева О.М. // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2015. - №1 (33).
- 2 Архипов, А. Е. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями в сфере услуг: теория и методология / А.Е. Архипов // Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. – Омск, 2011.
- 3 Балаева, Е. Ю., Корокошко, Ю. В. Особенности маркетинга взаимоотношений в сфере услуг / Е. Ю. Балаева, Ю. В. Корокошко // Среднерусский вестник общественных наук. – 2014. - №5.
- 4 Калиева, О.М., Буреш, О.В. Парадигма холистического маркетинга как результат эволюции концепций управления / О.М. Калиева, О.В. Буреш // Вестник ОГУ. – 2014. - №8 (169) – С. 205-211.
- 5 Гриднева, Т. Н., Щукина, Ю. В., Шептухин, М. В. О роли интегрированных маркетинговых коммуникаций в концепции маркетинга взаимоотношений / Т.Н. Гриднева, Ю.В. Щукина, М.В. Шептухин // Вестник магистратуры. – 2017. - №2-1
- 6 Лисечко, Н.А. Развитие маркетинга взаимодействия в сфере услуг как способ повышения конкурентоспособности малого предпринимательства / Н.А. Лисечко // Стратегия развития экономики. – 2010. - №8 (65).
- 7 Черкасова, В. Ю. Комплексная система создания образа города средствами территориального маркетинга / В. Ю. Черкасова // Муниципальная экономика и управление. – 2013. - № 22. – С. 41 – 47.

# **ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИЗМА И ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ САЙТА КИТАЙСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ АДМИНИСТРАЦИИ ТУРИЗМА)**

**Конова М.А., канд. филол. наук**

**Российский государственный университет нефти и газа (НИУ)  
имени И.М. Губкина (филиал в г. Оренбурге)**

**Григорьева Н.Н.**

**Оренбургский государственный университет**

Как одно из ключевых глобальных культурных явлений, мировой туризм пользуется большим вниманием ученых, принадлежащих различным академическим школам. В области лингвистических исследований, был проанализирован широкий спектр жанров средств массовой информации, включая туристические брошюры, открытки, фотографии, письма о путешествиях, фильмы и туристические сайты.

Язык туризма в целом всесторонне изучен. Данное с точки зрения социолингвистических перспектив [1]. В своих работах он анализирует общие свойства туристического дискурса и особенности различных регистров туристического дискурса, таких как ностальгический туризм, оздоровительный туризм и т. д. Национальная идентичность, как тип коллективной идентичности, согласно к Смит [7], является культурной идентификацией, основанной либо на общности территории или на общих предках. Поскольку самоидентификация показывает, как «свое я» отличается от «другого», национальная идентичность также включает в себя уникальные психологические характеристики, которые отличают одну национальность от другой [5]. В этом отношении, национальная идентичность связана с туризмом из-за общей потребности в уникальности и различии, которые являются центральными элементами в маркетинге туризма. Поэтому национальная идентичность может быть включена в маркетинг туризма как способ демонстрации того, что каждая страна является исключительной и достойной для посещения ее людьми из других стран. Таким образом, туристический дискурс может рассматриваться как дискурс самосознания, продвижения и признания способов, посредством которых страны продвигают себя [3].

Неудивительно, что изучение национальной туристической идентичности привлекло внимание многих ученых из множества школ. В области лингвистики Турлоу и Яворски [10] исследовали туристическую текстовую практику и язык газетных путешествий, телевизионные путешествия и глоссарии путеводителей, чтобы понять роль и характер языка и коммуникации в туризме как глобальной культурной промышленности. Особое внимание уделяется тому, как язык разворачивается мультимодально, в качестве семиотического ресурса для работы как локальной, так и глобальной идентичности.

Исследования в области туризма в Китае в основном сосредоточены на особенно живописных местах, этническом туризме и сельском туризме. В последние годы лингвисты из материкового Китая, такие как Лан, Дин и Тьен начали движение по работе над туристическим дискурсом Китая. К примеру, Лан [4] исследует создание образа Китая в регионе залива Бейбу (кит. 环渤海湾) с точки зрения риторического видения дискурса. Дин [2] фокусируется на межличностных идиоматических выражениях туристического дискурса в двух английских мировых журналах – The Times Magazine и Newsweek. Тьен [9] отмечает, что введение методов и теорий дискурс-анализа для исследований в области туризма может раскрыть ценность туристических мест, создавая внешнюю иллюзию гармонии в отношениях между местными жителями и туристами.

В настоящем исследовании мы намерены провести опосредованный дискурсивный анализ официального сайта CNTA (Китайская национальная администрация туризма) с целью изучения того, как локальные аспекты китайской культуры проявляются на веб-сайте.

Данные этого исследования собраны из официального туристического сайта Китая, спонсируемого Китайской национальной администрацией туризма (CNTA) (<http://en.cnta.gov.cn/>). CNTA является органом, ответственным за туризм в Китайской Народной Республике и непосредственно подчиняется Государственному Совету Китая. Одной из основных обязанностей CNTA является «организация внешней рекламы и рекламной деятельности, способствующей продвижению туризма в Китае, содействие международному общению и сотрудничеству в сфере туризма». В данной статье мы сосредоточимся на локальных аспектах культуры Китая как независимой страны со своим собственным языком, музыкой, архитектурным стилем и т. д., отличным от западного мира.

По словам исследователей Р. Тео and L. H. Li, «концепция местного вообще подразумевает «меньшее пространство, характеризующееся сплоченностью социальных отношений, идентичностей, основанных на местах и реалиях повседневной жизни, которая превращает местоположение из физического «пространства» в эмоционально связанное «место» [8]. Несмотря на использование английского как доминирующего языка для представления Китая как внешне ориентированного дискурса, английская версия текстов сайта, также включает в себя национальный официальный язык, китайский пиньинь, особенно при описании местных реалий.

Часто в описании местности, артефактов и древних династий в рекламных текстах CNTA о Китае используется пиньинь. В качестве примера можно привести пример описания театра теней (Shadow Play), которое приведено ниже: «The shadow play was born in Western Han Dynasty some 2000 thousand years ago, and called *Yangpi* opera, also generally named as head drama or shallow play, was derived from *Shaanxi* Province of China, and became mature in *Qin*, *Yu*, and *Jin* areas in *Dang* and *Song* dynasties, and was prosperous in Hebei Province in *Qing* dynasty» [11].

В этом отрывке мы видим, что названия древних династий «Han (漢)», «Dang (唐)», «Song (宋)» и «Qing (清)» приведены на пиньине, также как и названия провинций «Шэньси», «Хэбэй», и названия местностей «Цинь», «Ю» и «Цзинь». В этом случае пиньинь используется частично из-за отсутствия английских эквивалентов, поскольку до сих пор не были сформулированы стандартизированные международные названия этих местностей.

Локализация китайской идентичности далее поддерживается в местных традициях и специальностях, особенно в описании нематериальных культурных ценностей, таких как культура китайского чаепития: «China is the hometown of tea. Tea processing and tea drinking have a history of several thousand years. Famous brands of tea assemble here, mainly including green tea, black tea, oolong tea, scented tea, white tea, yellow tea and dark tea. [...] Tea tasting and hospitality with tea are decorous entertainments and social activities of Chinese people. While drinking in teahouse and having tea party are social group tea art activities» [11].

Как и в других вводных представлениях о туристических достопримечательностях Китая, культура чая репрезентируется как впервые возникшая именно в Китае (China is the hometown of tea), с ее давней историей в несколько тысяч лет (tea drinking have a history of several thousand years). Таким образом, чай локализуется исключительно как китайская реальность. Затем перечисляются виды чая («зеленый чай», «черный чай», «чай улун», ароматный чай, белый чай, желтый чай и темный чай»); китайская традиционная чайная культура описывается с использованием большого количества деталей (дегустация чая, гостеприимство, посещение чайной и пр.)

Неудивительно, что еда также является важным элементом, используемым для локализации китайской идентичности. Это особенно характерно для раздела сайта «Китайская кухня» (Chinese Food), где упоминаются разные кулинарные школы и регионы Китая, в честь которых они названы. Согласно информации, представленной на сайте, всего существует восемь известных региональных кухонь в Китае: Чуан, Хуэй, Юэ, Су, Чжэ, Сян, Мин и Лу (Chuan, Hui, Yue, Su, Zhe, Xiang, Min, Lu), которые соответственно являются аббревиатурами для провинций Сычуань, Аньхой, Гуандун, Цзянсу, Чжэцзян, Хунань, Фуцзянь и Шаньдун.

Как отмечает Робинс [6], «локальность следует рассматривать как [...] реляционный и относительный термин [...], перестраиваемый по отношению к глобальному». Хотя веб-страница «Путешествия в Китае» (Travel in China) в настоящее время связаны с местными достопримечательностями Китая, а также китайскими традициями и культурой, концепт локальности должен восприниматься как элемент более широкого процесса глобализации.

На веб-сайте CNTA локальное описание глобальной культуры Востока в основном изображается таким образом, который бы подчеркивал статус китайских достопримечательностей в мире и влияние местных особенностей на глобальное культурное и экономическое развитие. Этот аспект в первую очередь освещен во вкладке сайта «Путешествия в Китае» (Travel in China), где

«Описание природы Китая» (Natural Profile of China) представлено со ссылкой на позицию китайских природных ресурсов в Китае: «*The People's Republic of China, with a land area of 9.6 million square kilometers and a water area of about 4.73 million square kilometers, is the biggest country in Asia and the third largest country in the world. [...] Mt. Everest in the Himalayan mountain range and lying on the southeast edge of China at 8,848 meters above sea level, is the world's highest peak. The Yangtze and Yellow rivers, 6,300 kilometers and 5,464 kilometers long respectively, are the most important rivers in China and the Jinghang Canal, which stretches for 1,794 kilometers, is one of the longest artificial canals in the world*»[11].

Как мы видим, этот пункт фокусируется на мировое положение Китая как страны с большой площадью, горе Эверест и Великом канале (Jinghang Canal). Упоминая известные места Китая в глобальном контексте, читателю указывают о Китае как о 1) самой большой стране в Азии; 2) имеющем на своей территории самый высокий пик в мире; 3) располагающем самыми длинными искусственными каналами в мире, и пр.

Во вкладке сайта «Китайская история» (Chinese History) говорится, что «Китай, с документированной историей в более 5000 лет, является одной из четырех древних цивилизаций». Другими словами, китайская история здесь используется как средство для построения глобального концепта «древних цивилизаций», подчеркивая локальное описание глобального и многого другого, в частности, локально построенное описание мира.

Представленные выше дискурсивные представления позволяют Китаю поддерживать собственную локальную самоидентичность, даже когда он сталкивается с гомогенизирующими эффектами глобализация. В результате самопрезентация китайской культуры, а также образ китайского местного туризма как мира влиятельного, создающего ощущение культурного превосходства, являются важным элементом в построении локализованной китайской идентичности.

#### Список литературы

1. Dann, G. *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*, UK: CAB International, 1996.
2. J. X. Ding, "Dialogism, conviviality, and text voice: A discourse analysis of interpersonal idiomatic expressions in tourism advertisements," *Modern Foreign Languages*, vol. 27, no. 1, pp. 32-39, 2004
3. Hallett, R. W., Kaplan-Weinger, J. "A call to religious festivities: Reconstructing New Orleans tourist by tourist," *Journeys of Expression V*, 2006
4. Lan, G. X. "On creation of Pan-Beibu gulf tourism image from the perspective of discourse rhetorical vision," *Journal of Qinzhou University*, vol. 26, no. 5, pp. 1-4, 2011.
5. Renshon, S. A. *The 50% American: Immigration and National Identity in an Age of Terror*, Georgetown University Press, 2005.

6. Robins, K. *"What in the world is going on?" in Production of Culture/Cultures of Production*, P. Du Gay, Ed. London: Sage, 1997, pp. 11-67.
7. Smith, A. D. *National Identity*, University of Nevada Press, 1991.
8. Teo, P., Li, L. H. *"Global and local interactions in tourism," Annals of Tourism Research*, vol. 30, no. 2, pp. 287-306, 2003.
9. Tian, H. L. *"A discursive perspective of tourism study," Social Sciences in Nanjing*, no. 8, pp. 124-128, 2009.
10. Thurlow, C., Jaworski, A. *Tourism Discourse: Language and Global Mobility*, HK, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010.
11. Китайская национальная администрация туризма CNTA. – Режим доступа : <http://en.cnta.gov.cn/> (дата обращения: 10-12.11.2017).



## **ЦИВИЛИЗАЦИОННЫЙ ВЫБОР В ПРОГРАММАХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ В РОССИИ**

**Мишучкова А.В., канд. ист. наук,  
Мишучков А.А., канд. филос. наук, доцент  
Оренбургский государственный университет**

Прошедшие выборы в Государственную Думу 18.09.2016 г. и предстоящие выборы президента РФ 18.03.2018 г. актуализируют проблему цивилизационного выбора в программах политических партий в России для привлечения к себе дополнительного электората. Цивилизационная проблематика в предвыборной пропаганде политических партий в дальнейшем будет только усиливаться на фоне усиления цивилизационной миссии России в мире и противостояния с Западом. В разработку европейского выбора России на выборах включились примерно 30% российских медиаструктур, по мнению эксперта А. Мухина [30] и либеральные партии России. Связующим звеном и координатором этих средств массовой коммуникации является правительственное агентство США Совет управляющих по вопросам вещания, или BBG (Broadcasting Board of Governors). Это говорит о политическом заказе использования цивилизационной проблематики российскими партиями и о цивилизационном выборе населением РФ через призму анализа как эффекта массовой коммуникации.

После крушения СССР в 1991 г. в России и странах бывшего Союза обострилась проблема цивилизационной идентичности граждан. Страны Прибалтики (Латвия, Литва, Эстония) вступили в Европейский Союз и стали форпостом европейской цивилизации. Украина после военных событий 2014 г. разделилась на две части: западную часть, выбравшую евроинтеграцию, и восточную часть, тяготеющую к России. Среднеазиатские государства – страны СНГ – стали опираться на националистические идеологии и идею единой мусульманской цивилизации. В самой России чеченская военная компания показала трагичность такого цивилизационного разлома внутри страны.

Как утверждает доктор философских наук А.К. Шевченко, «цивилизационная» демагогия составляет основу мобилизационного сценария в предвыборной пропаганде различных партий, что позволяет его носителям противопоставить себя «чужому» и, тем самым, осознать свою идентичность; является частью дискурса войны в информационной сфере; будучи частью идеологической платформы, цивилизационная терминология неразрывно связана с устойчивым консервативным ядром в политике [1]. Цивилизационная мифология приводит к искажению действительных национальных интересов России. Партии «государственников» опираются на мифологему имперской «государственной мощи», либеральные партии «проатлантизма» призывают к стандарту прав и свобод человека, к мифологеме «материального благополучия населения» с завышенными потребительскими ожиданиями, к полному отождествлению российских интересов с интересами стран западного мира.

Стороны мифологизируют друг друга в трактовке «национального интереса», смотрят на оппонентов как на цивилизационного врага, что препятствует конструктивному концептуальному политическому диалогу. Рассмотрение цивилизационного дискурса российских партий позволяет точнее понять электоральный запрос российских граждан на проблему цивилизационного будущего страны.

Выборы депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации VII созыва 18 сентября 2016 г. показали, что в предвыборной пропаганде российских партий все активней начинает использоваться цивилизационная проблематика: цивилизационный выбор России и её основная национальная идея, связанная с её цивилизационным имиджем. До выборов в Госдуму РФ были допущены партии, получившие от 3% голосов на прошлых думских выборах, и те, что представлены хотя бы в одном из региональных парламентов РФ. На сегодняшний день к таким относятся четырнадцать: Единая Россия, КПРФ, Справедливая Россия, ЛДПР, Родина, Яблоко, Патриоты России, Правое дело, ПАРНАС, Гражданская платформа, Коммунисты России, Российская партия пенсионеров за справедливость, Гражданская сила и Зелёные.

В программе партии-лидера «Единой России» декларируется: «Мы опираемся на традиции российской цивилизации, среди которых сегодня особенно востребованы патриотизм и способность к модернизации, уникальное сочетание опоры на общегражданские принципы с заботой о статусе и развитии всех российских народов» [2]. Но фактически партийная элита разделена на две противоположные позиции: большая часть вслед за президентом России В.В. Путиным отстаивает культурный и государственный суверенитет России на основе традиционных ценностей, прагматизма и консерватизма; другая часть стремится к активной включенности России в процессы глобализации и в мировое цивилизованное сообщество на основе либерального стандарта ценностей [3].

В.В. Жириновский, лидер Либерально-демократической партии России, будучи национал-либералом, провозглашает имперскую идею российской цивилизации: «мы, наоборот, считаем, что у нас слишком слабые имперские амбиции, слишком слабое управление страной. Мы восстановим все лучшее, что было в российской империи, в Советском Союзе» [4]; «Россия расцветала, рождалась и может развиваться только в формате империи» [5]. Свою миссию ЛДПР видит в противостоянии попыткам уничтожить Россию как ядро самобытной восточно-христианской цивилизации [6]. В этой части программа ЛДПР солидаризируется с программами «Единой России» и КПРФ. Хотя напрямую в программе коммунистов не сказано про империю, но имперский дискурс постоянно звучит в выступлениях ее лидеров. Так, Г.А. Зюганов, лидер Коммунистической партии РФ, подчеркивает, что «опыт и здравый смысл, научный анализ и культурная традиция подтверждают: с точки зрения геополитической, Россия – стержень и главная опора евразийского континентального блока, интересы которого противостоят гегемонистским

тенденциям «океанской державы» США и атлантистского «большого пространства» [7]. По словам Г.А. Зюганова, «империя является историческим обусловленной формой развития России», и в будущем Россия реализует имперскую идею «Москва – третий Рим» [8]. Основная историческая миссия России – цивилизационная гегемония на Евразийском континенте, обеспечение единства и стабильности евразийской цивилизации в ее противостоянии с «атлантической супердержавой» – США и их западноевропейскими союзниками, путем поддержания «баланса интересов» на международной арене.

В дискурсе противостояния атлантической цивилизации выступает и партия «Справедливая Россия». Из программы партии: «Процессы глобализации еще ярче проявили варварскую суть капитализма. Стихия глобальных рынков породила новую несправедливость, а их «незримая рука» все чаще превращается в железный кулак. Мировое экономическое пространство поделено на богатеющий центр и прозябающую периферию» [9]. Депутат Государственной Думы РФ от этой партии Наталия Нарочницкая заявляет: «Россия всегда выполняла роль геополитического баланса между Европой и Азией. Мы – неотъемлемая часть Европы, но в то же время – альтернатива западнохристианской католико-протестантской цивилизации. Русский мир шире границ самой России, русская цивилизация с богатейшей культурой и традициями держит в своей орбите даже тех, кто хотел бы отделить себя от страны. Русский мир представлен сейчас повсюду [10]. Границы российской цивилизации совпадают, по мысли политика, с границами русского мира.

К патриотической платформе перечисленных партий примыкают небольшие партии, но тоже активно заявившие о себе в политическом публичном пространстве. Из программы партии «Родина»: «Сегодняшний общемировой кризис несет серьезные угрозы национальной идентичности народа России, суверенитету Российской Федерации как мировой державы, усиливает социальную напряженность в стране и требует от государства безотлагательного принятия эффективных мер по защите нашей уникальной цивилизации, имя которой – Россия! Российская цивилизация зиждется на приоритете духовно-нравственных ценностей. Обращение к ним является единственным действенным оружием против разрушительных процессов в обществе» [11]. Из программы партии «Патриоты России»: «Россия – это не просто страна. Это уникальная тысячелетняя цивилизация, выработавшая собственные основы взаимовыгодного совместного проживания разных народов, культур и конфессий» [12]. Из программы Российской консервативной партии «За нашу Родину»: «Великая Россия – это основа самобытной Русской цивилизации, историческая колыбель единой нации и державной государственности. Весь исторический путь России – путь развития своей имперской сущности как принципа жизнеустройства и национальной идеологии. Россия может быть только империей, и это историческая данность, альтернативы которой нет» [13].

Политическая оппозиция в лице различных политических партий и движений, несогласных с действиями органов власти в России и выступающих за их смену, призывает к цивилизационному выбору в рамках евроинтеграции. По данным социологических исследований «Левада-Центра» (май 2013 г.), 27 % опрошенных граждан поддерживают оппозиционеров в их требованиях (причем, только 5 % – с уверенностью, а 22 % – скорее поддерживают) [14]. К концу 2017г. эта цифра несколько уменьшилась и характерна скорее только для городов Москвы и Санкт-Петербурга, вне этих городов о «системной оппозиции» слышали менее 4% процентов.

Лидер партии «Яблоко» С.С. Митрохин заявляет: «Так называемый «евразийский политический курс» Владимира Путина на международную изоляцию России, конфликт с западным миром и дестабилизацию постсоветского пространства противоречит национальным интересам нашей страны и создает угрозу для ее целостности» [15]. Из программы партии «Яблоко»: «Наша цель войти в качестве полноправного члена в Европейский Союз и другие политические, экономические и оборонные европейские организации. Россия является европейской страной в силу своей исторической судьбы, культурных традиций, географического положения. Ее будущее неразрывно связано с Европой. Потенциал российской нации может раскрыться только через творческое освоение ценностей европейской цивилизации, в формирование которых внесла существенный вклад великая русская культура. Европейский путь – это рост благосостояния российских граждан, приближение к его европейским стандартам через формирование в нашей стране социально-экономической, экологической и политической модели европейского типа, это развитие российского законодательства в соответствии с принципами Совета Европы» [16]. Таким образом, Россия рассматривается политической оппозицией как заблудшая сестра в семье стран Европы, которая, покайсявшись, должна влиться на правах падчерицы в эту семью. Покаяться надо за аннексию Крыма, «так как она противоречит нормам международного и российского права», за войну с Украиной, не мешать действовать иностранным агентам [15]. Об этих же целях говорит и председатель партии «ПАРНАС» – М. М. Касьянов: «ПАРНАС – партия европейского выбора, которая ставит своей задачей борьбу за европейский выбор России. Мы убеждены, что Россия, как неотъемлемая часть европейской цивилизации, должна двигаться по пути открытости, защиты прав людей и создания конкурентной рыночной экономики. Для этого требуется масштабная политическая реформа, которая ликвидирует монополию правящей группировки. В созданной властью атмосфере псевдопатриотической истерии и пропаганды идей имперского реванша, задачей нашей партии как партии европейского выбора является консолидация россиян, готовых отстаивать демократические принципы и идеи принадлежности страны к европейской цивилизации с ее либеральными ценностями» [17]. Есть некоторые реверансы в отношении к Русскому миру в

программе общественно-политического движения «Правое дело»: «Россия – неотъемлемая часть европейской цивилизации. Русский мир внёс свой неоценимый вклад в её развитие. Сегодня ценности Русского мира берегут для человечества христианское наследие и высокие достижения духа Европы» [18]. Здесь, по крайней мере, признаются в качестве значимых христианские ценности России, подвергшиеся эрозии в Европе. Михаил Прохоров – основатель партии «Гражданская платформа» и бывший глава партии «Правое дело» (июнь – сентябрь 2011 г.) – видит выгодным для России «интеграцию в экономическое пространство Европы и союзничество с её демократическими государствами» [19]. В самой программе политической партии «Гражданская Платформа» сказано: «Мы все должны помнить, что являемся наследниками величайшей в мире культуры, неотъемлемым элементом европейской цивилизации, и это ко многому обязывает» [20]. К «белоленточной» оппозиции примыкают и «зеленые». Из их программы: «Всенародная Партия Зелёных Российской Федерации не может допустить, чтобы в результате контрвитальной и контрэкологической политики, которую проводит теперешняя власть, возросла угроза национальной экологической катастрофы» [21]. Лидер партии «Зеленая Россия» А.Ф. Гарапов считает целью России в рамках единого глобалистского мира «построение духовно-экологической цивилизации в качестве проекта будущего» [22]. Партия зеленых идет на выборы Госдумы в едином блоке с партией «Яблоко». В программе всероссийской политической партии «Гражданская сила» ясно заявляется о ее цели – «интеграции России в Европейский Союз» [23]. Демократическая партия России (руководитель Богданов А.В.), хотя и не участвовала в парламентских выборах, но наиболее последовательно отстаивает перед избирателями свою цель – принятию законопроекта в Госдуме РФ «Об инициативе по вступлению Российской Федерации в Европейский Союз» через общероссийский референдум [24]. Опросы общественного мнения показывают тенденцию к уменьшению положительного отношения населения России к интеграции в ЕС, с 73% в 2003 г. до 38% в 2013 г. [25]. Все перечисленные оппозиционные партии имеют идеологическую поддержку и активно сотрудничают с Московским Центром Карнеги – аналитическим центром, занимающимся изучением важнейших проблем российской внутренней и внешней политики. Центром был издан программный сборник статей, в котором декларируется европейский вектор развития России, раскрывается «европейская сущность России»: «Быть одним из столпов архитектуры европейской безопасности наряду с НАТО и ЕС, ведущим поставщиком энергоносителей в Европу и важнейшим рынком для европейских товаров и инвестиций; историческое примирение со странами Центральной и Восточной Европы, под эгидой Соединенных Штатов, которые по-прежнему остаются единственной действительно мировой державой, способной вмешиваться в события в любой точке мира» [26]. Один из директоров Центра (2003 – 2006 гг.) Эндрю Качинс выпустил

со своими коллегами любопытный документ, проливающий свет на западные политтехнологии в отношении выборов в России в 2016 – 2018 гг. Символичным в этом смысле является название этого документа – «Альтернативные сценарии будущего России до 2017 года» (Alternative Futures For Russia to 2017) [27]. Подготовлен документ группой американских экспертов из Центра стратегических и международных исследований (The Center for Strategic and International Studies, CSIS). В «Рабочую группу Россия – 2017 входят: Эндрю Качинс, Андерс Аслунд, Томас Грэхэм, Генри Хэйл, Сара Мендельсон и Кори Вельт. В целом ряде сценариев, проигрываемых для России (либеральный интернационализм; либеральный национализм; нелиберальный национализм), рассматривается одна глобалистская идея – включить Россию идеологически в евроатлантическую цивилизацию. Глобализация в неолиберальном смысле ставит цель – стирание духовных идентичностей у национальных культур, ради выгод правящих мондиалистских элит. Другим средством политтехнологов являются методы «управляемого хаоса» и «фрагментация национальных идентичностей», рассматриваемые как «субнациональные». Разжигание националистических сепаратистских чувств в РФ вызовет кризис межэтнических отношений, позволит ослабить страну, сохраняя её в орбите евроатлантического влияния. Американский идеолог З. Бжезинский видит Россию при таком сценарии «слабой конфедерацией с сервисной экономикой», где религия и национальные идеи полностью дискредитированы. Русская идея, по мысли экспертов, является имперской по форме и нелиберальной (духовно-общинной, антикапиталистической) по содержанию. Таким образом, вырисовывается геополитическая задача России четвертого сценария (нелиберальный интернационализм) – отстоять свое историческое прошлое ради будущего своего места в глобальном мире, отстоять свою духовную идентичность в условиях информационных войн «управляемого хаоса».

Американская политика, основанная на теории «столкновения цивилизаций» С. Хантингтона, позволяет Америке в межцивилизационных конфликтах быть военным и политическим арбитром во имя секулярных прав и свобод постлиберального человечества. Семуэль Хантингтон так постулирует идеологему войны: «Идентичность на уровне цивилизации будет становиться все более важной, и облик мира будет в значительной мере формироваться в ходе взаимодействия семи-восьми крупных цивилизаций. К ним относятся западная, конфуцианская, японская, исламская, индуистская, православно-славянская, латиноамериканская и, возможно, африканская цивилизации. Самые значительные конфликты будущего развернутся вдоль линий разлома между цивилизациями» [28]. Он предполагает, вследствие неудачи идеологии космополитизма в России, дальнейший ценностный ее конфликт с Западом: «Конфликт между либеральной демократией и марксизмом-ленинизмом был конфликтом идеологий, которые, несмотря на все различия, хотя бы внешне ставили одни

и те же основные цели: свободу, равенство и процветание. Но Россия традиционалистская, авторитарная, националистическая будет стремиться к совершенно иным целям. Западный демократ вполне мог вести интеллектуальный спор с советским марксистом. Но это будет немыслимо с русским традиционалистом. И, если русские, перестав быть марксистами, не примут либеральную демократию и начнут вести себя как россияне, а не западные люди, отношения между Россией и Западом опять могут стать отдалёнными и враждебными» [28]. Такой сценарий конфликта связан вовсе не с неуступчивостью россиян, а с отсутствием плюрализма в отношении к России у политической элиты на Западе.

С осени 2017 г. один из лидеров либеральной оппозиции А.А. Навальный начал предвыборные турне по городам России перед президентскими выборами 2018 г. с целью делигитимизации этих выборов. Образ России у него в будущем вырисовывается как демократического государства европейского типа в рамках единого цивилизационного пространства с Западом. Конфликтовать с Западом бессмысленно считает он. [29]. Непосредственно перед выборами президента РФ в марте 2018г. цивилизационная риторика только увеличится у либеральной оппозиции.

Таким образом, актуализируется проблема цивилизационного выбора России в преддверии предстоящих выборов президента РФ 18.03.2018 г. Самые различные партии используют цивилизационный дискурс, чтобы легитимировать свои узкие партийные интересы, выдавая их за общенациональные, что приводит зачастую к мифологизации цивилизационного выбора в предвыборных политических дебатах. Партии, поддерживающие официально или неофициально курс власти (Единая Россия, КПРФ, Справедливая Россия, ЛДПР, Родина) выбирают «евразийский» цивилизационный выбор имперского типа, декларирующий идею Русского мира. Оппозиционные партии (Яблоко, Правое дело, ПАРНАС, Гражданская платформа, Гражданская сила, Зелёные) выбирают евроинтеграцию и поддержку атлантической цивилизации как идеала глобального мира. В условиях политической консолидации российского общества в период санкций со стороны Запада за присоединение Крыма, в результате евразийской интеграции России в рамках Евразийского экономического союза массовую поддержку со стороны избирателей в ближайшей перспективе получают партии, выступающие за евразийский цивилизационный вектор развития России.

#### *Список литературы*

1. Шевченко А.К. Мифологема «цивилизационного выбора» и ее роль в современной пропаганде. [Электронный ресурс]. URL: <http://dialogs.org.ua/ru/project/page7752.html> (дата обращения: 20.12.2017).
2. Программа партии «Единой России» [Электронный ресурс]. URL: [http://www.fryazino-edro.ru/?page\\_id=8](http://www.fryazino-edro.ru/?page_id=8) (дата обращения: 20.12.2017).

3. Железняк А.В., Скуратов И.В. Влияние глобализации на суверенитет государства. // Труды Оренбургского института (филиала) Московской государственной юридической академии. 2015. № 26. С. 12-16.
4. Жириновский В.В. Моя Россия. [Электронный ресурс]. URL: <http://viperson.ru/articles/zhirinovskiy-v-v-moya-rossiya> (дата обр.: 20.12.2017).
5. Ялтинские тезисы ЛДПР: Россия может развиваться только в формате империи. [Электронный ресурс]. URL <http://вечерний-екатеринбург.рф/townpeople/civilsociety/17534-yaltinskie-tezisy-ldpr--rossiya-mozhet-razvivatsya-tolko-v-formate-imperii/> (дата обращения: 20.12.2017).
6. ЛДПР готова управлять Россией [Электронный ресурс]. URL: [http://www.qwas.ru/russia/ldpr/id\\_49107/](http://www.qwas.ru/russia/ldpr/id_49107/) (дата обращения: 20.12.2017).
7. Зюганов Г.А. Россия и современный мир. М., 1995. – С. 18.
8. Зюганов Г.А. Россия – Родина моя. М.: Информпечать, 1996. – С. 101–102.
9. Программа партии «Справедливая Россия». [Электронный ресурс]. URL: [http://www.spravedlivo.ru/5\\_47421.html](http://www.spravedlivo.ru/5_47421.html) (дата обращения: 20.12.2017).
10. Нарочницкая Н. Иваны, помнящие родство. [Электронный ресурс]. URL: <http://kurginyan.viperson.ru/articles/nataliya-narochnitskaya-ivanypomnyaschie-rodstvo> (дата обращения: 20.12.2017).
11. Программа всероссийской политической партии «Родина» [Электронный ресурс]. URL: <http://nwrodina.ru/programma/> (дата обращения: 20.12.2017).
12. Программа партии «Патриоты России» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriot-rus.ru/dokumentyi/programma.html> (дата обр.: 20.12.2017).
13. Программа Российской консервативной партии «За нашу Родину» [Электронный ресурс]. URL: <http://rg.ru/2012/08/01/partiya-dok.html> (дата обращения: 20.12.2017).
14. Политическая оппозиция в Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 20.12.2017).
15. О создании Коалиции политической альтернативы. // Решение Бюро партии «ЯБЛОКО», 05.02.2015 г. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.yabloko.ru/Resheniya\\_Byuro/2015/02/05](http://www.yabloko.ru/Resheniya_Byuro/2015/02/05) (дата обр.: 20.12.2017).
16. Программа российской объединённой демократической партии «Яблоко» – «Демократический манифест» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.izbiraem.ru/party/i/76> (дата обращения: 20.12.2017).
17. Касьянов М.М. Наши убеждения [Электронный ресурс]. URL: <https://parnasparty.ru/party/creed> (дата обращения: 20.12.2017).
18. Программа общественно-политического движения «Правое дело». [Электронный ресурс]. URL: <http://pravoedelo.ru/party/program/> (20.12.2017).
19. Кандидат в президенты Прохоров представил предвыборный «бизнес-план», избрав главным противником Путина. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newsru.com/russia/20jan2012/prokhorov.html> (дата обр.: 20.12.2017).



20. Программа Политической партии «Гражданская Платформа». Принята 7 июля 2012 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.izbiraem.ru/party/i/156> (дата обращения: 20.12.2017).
21. Программа всенародной партии зелёных РФ (Учредит. съезд 22 июня 2003 г.) [Электронный ресурс]. URL: [http://eko.megapolis-nii.ru/Program\\_p.htm](http://eko.megapolis-nii.ru/Program_p.htm)
22. Гарапов А.Ф. Мировой кризис цивилизации и роль России в его преодолении. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tatveteran.ru/news/?id=39> (дата обращения: 20.12.2017).
23. Программа всероссийской политической партии «Гражданская сила». Принята 24 февраля 2012 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.izbiraem.ru/party/i/142> (дата обращения: 20.12.2017).
24. Резолюция XXI Съезда Демократической партии России. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.euroru.ru/dpr/document1211.shtml> (обр.: 20.12.2017).
25. DW-Trend: Лишь меньшинство россиян за быстрое вступление в ЕС. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dw.com/ru/dw-trend -17237388> (дата обращения: 20.12.2017).
26. Россия-2020: Сценарии развития / под ред. М. Липман и Н. Петрова; Моск. Центр Карнеги. – М.: РОССПЭН, 2012. – С. 29, 30, 72.
27. Kuchins, Andrew. Alternative futures for Russia to 2017. Washington, 2007. [Электронный ресурс]. URL: [http://csis.org/files/media/csis/pubs/071214-russia\\_2017-web.pdf](http://csis.org/files/media/csis/pubs/071214-russia_2017-web.pdf). (дата обращения: 20.12.2017).
28. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. – М.: Полис, 1994. – С. 33–35
29. Не будем воевать с Западом, потому что мы и есть Запад. [Электронный ресурс]. URL: <https://navalny.com/p/4713/> (дата обращения: 20.12.2017).
30. Заквасин А. «Система давления на страну»: могут ли США повлиять на выборы президента России. [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/russia/article/380225-ssha-vliyanie-vybory-prezident-rossiya> (дата обращения: 20.12.2017).

# ИГРОМАНИЯ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОГО ПОКОЛЕНИЯ

Никитенко Ю.В., Смирнова Т.О.  
Оренбургский государственный университет

**Аннотация:** в современных условиях модернизации общества люди все чаще сталкиваются с множеством проблем, обусловленных антигуманной сущностью капиталистической системы и рыночных отношений. Некоторое количество людей, столкнувшись с рядом проблем, психологически «ломаются», и чтобы заглушить в себе психоэмоциональный дискомфорт и формирующийся социальный страх, прибегают к антисоциальным действиям. Одним из действий является пристрастие к азартным играм. В статье обосновывается вывод о том, что игнорирование этой проблемы и попустительское отношение к ней со стороны власти и общественных организаций может привести со временем к деградации достаточно большого количества населения нашей страны.

В современном обществе происходит ослабление традиционно-духовных и социальных связей. Одной из причин утраты былой значимости этих связей являются процессы глобализации, и конвергенции чужой культуры и формирования общества потребления [7]. Изменения происходят также и в сфере трудовых отношений. Рыночные отношения приносят в структуру трудовой деятельности радикальные новшества, обуславливающие сокращение рабочих мест. Многие трудоспособные люди сталкиваются с проблемой безработицы.

Социально активные индивиды, которые испытывают эмоциональные стрессы, ищут для себя соответствующие формы релаксации и иные способы проведения досуга. Одной из таких форм являются азартные игры, которые стали отдельной социально-культурной сферой. Проблема игромании приобрела особую актуальность, ибо «игровая зависимость - одна из серьезнейших социальных проблем современности. О масштабах этого явления свидетельствуют данные Национальной ассоциации США по проблемам азартных игр: 48 % населения являются потенциальными игроманами, 15 % – посещают казино, а около 5 % - страдают патологической зависимостью от игры» [3, с. 299].

Новый вид зависимости – («игромания») сравнивается признанными специалистами Всемирной организации Здравоохранения с такой же проблемой, как наркомания, и характеризуется социокультурными девиациями. Согласно зарубежным социологическим исследованиям, в настоящее время этой социальной патологией только в России страдает до 2 миллионов человек. Это связано с легализацией и практически бесконтрольным функционированием (до недавнего времени) игровой сферы [8].

«Игромания», «гэмблинг», «лудомания» – термины, которые встречаются в исследовательской литературе и фиксируют феномен болезненного влечения к игре. Посредством этого влечения возникает имитация или замещение реальных жизненных потребностей и результатов. По официальным данным, 1,5% населения Европы страдает диагностированной игровой зависимостью. Признанной Меккой игроманов является Монако, а новая Мекка игровых автоматов – Испания, в стране с населением 59,6 миллионов человек их размещено 234 тысячи. В Италии 13 миллионов человек регулярно тратят деньги на азартные игры, и 150 тысяч считаются патологически азартными игроками. Среди пятимиллионного населения Дании – 150 тысяч человек регулярно играют в различные азартные игры, 40 тысяч – имеют диагноз игромания. На 81,6 миллионов человек в Германии около 100 тысяч страдают патологической тягой к азартным играм. По разным оценкам, в Швейцарии живут 30-40 тысяч азартных игроков. Более 20 миллионов американцев играют в азартные игры, из них несколько миллионов являются «проблемными» игроками. В среднем 60% взрослого населения в развитых странах играет в азартные игры и 1-1,5% из них могут быть подвержены игровой зависимости. В США из-за особого отношения населения к психоаналитикам этот процент более высокий – 3-5% [6, с. 50].

Очень остро стоит вопрос игромании и в нашей стране. Повсеместный запрет казино, игровых залов, игровых автоматов повлек за собой развитие огромной сети игровых интернет-клубов, и, таким образом, данная зависимость захватила огромное количество российской молодежи. Так, Ю. Шепель отмечает, что в Москве, по данным СМИ, на 10,5 миллионов жителей до 1 июля 2009 г. приходилось 516 залов игровых автоматов и 30 казино; не менее 300 тысяч игровых автоматов, которыми пользовались 500 тысяч граждан (из них игровой зависимостью страдают около 1,5%). Подавляющее большинство игроманов составляют лица в возрасте до 30 лет. От 12 до 15% старшеклассников в той или иной степени имеют признаки игровой зависимости. Заболеваемость игроманией среди подростков за последнее десятилетие увеличилась в 17 раз. Неуклонно растет количество молодых людей призывного возраста с игровой аддикцией. Таким образом, по различным данным в среднем каждый пятый опрошенный совершеннолетний респондент регулярно тратит деньги на азартные игры [9, с. 61].

Незавершенность рыночных преобразований, по мнению российских социологов, предопределяет такую проблему, как социальная зависимость, которая ослабляет потенциал у основной части населения России. О.В. Марьина считает, что по данным СМИ, закрытие казино в Турции вызвало всплеск подпольного игорного бизнеса. В Стамбуле было закрыто 47 казино, сегодня 274 подпольных казино исправно платят теперь уже не государству, а прямо в карман различным чиновникам и криминальным лидерам за свое существование. В Москве через три месяца после официального закрытия игорных заведений (с 1 июля 2009 г.) отмечен рост числа компьютерных клубов в 2-3 раза [4, с. 17].

Исследования проблемы игромании подтверждают, что в большинстве случаев недуг игромании основан на поведенческой зависимости, то есть привязанность к увлечению провоцируют определенные действия, а не различные вещества. Очень сильная страсть к играм, которой невозможно противостоять, называется гемблингом. Она разрушает жизнь человека, мешая ему работать, и влияет на отношения с окружающими. Данное название появилось в США в 60-х годах с появлением первых игровых автоматов. А эмоциональная зависимость от игр, являющаяся самой опасной и крепкой, – это лудомания. Человек перестает замечать, что происходит вокруг него и теряет контроль времени. Абсолютно все для него теряет значение, кроме этой пагубной страсти. В человеке медленно умирает личность, что провоцирует появление депрессии. Абсолютно любая игра может вызвать зависимость, если на кону стоит крупный выигрыш. Игроков влечет желание получить много и сразу, ничего для этого не делая. На практике доказано, что всего несколько часов, уделенные подобному развлечению, захватывают человека, и выйти из этой деятельности можно только обладая стальным характером и железной силой воли, что не свойственно большинству игроманов.

В России нет официальной статистики по игромании, но по данным СМИ, игроманов в нашей стране уже около 3 миллионов человек. На фоне этого количества индивидов компьютерно-игровая зависимость выявляется приблизительно у 10-14% российских подростков. [5, с. 16]. По результатам выборочного опроса учеников городских школ было выявлено, что увлекаются компьютерными играми – 80 % из них, а дети в возрасте 10-12 лет уже имеют "игровой опыт" от 4 до 6 лет [2]. Опрос пользователей Facebook показал, что из 250 миллионов его пользователей 19 % признались, что чувствуют сильную игровую зависимость [1].

Игровая зависимость может быть установлена по ряду признаков, таких как, длительное увлечение азартными играми, на игру тратится больше времени, а потому приходится жертвовать работой и общением с близкими, постоянно приходится просить различные суммы у знакомых, копятся игорные долги, игра продолжается, не смотря на многочисленные проигрыши, в жертву игре приносятся карьера и личная жизнь.

Развитие зависимости с ранних лет возникает по причине неправильного воспитания, не корректного примера родителей, равнодушия школьных педагогов.

Чтобы помочь игроману, нужно не только принять решение о радикальной трансформации всей его жизни, но и вместе с ним пересмотреть существующее мировоззрение, изменить его ценностные ориентации.

Решить проблему игровозависимости без участия близких, а особенно специалистов невозможно. Поэтому, как правило, все модели социальной реабилитации, реконструкции социальных и духовных отношений гемблера с социумом, друзьями, близкими вырабатывается совместно родственниками и специалистами. Просчитываются способы разрешения разного рода

возникающих препятствий. Семье, при этом, отводится в социальной реабилитации особо существенная роль.

Владельцы игорных заведений заинтересованы в том, чтобы лудомания прогрессировала, потому что от этого напрямую зависит их прибыль. Именно поэтому, чтобы привлечь как можно большее количество заинтересованных игроков, ведется активная реклама подобных развлечений.

Если с улиц не исчезнет реклама, а автоматы продолжают устанавливать в людных местах, то эта зависимость может перерасти в настоящую эпидемию. Так как даже те, кто твердо решил завязать с этой бедой, ежедневно проходя мимо манящих точек соблазна, просто-напросто не смогут устоять и в итоге все может начаться заново. Тем более что нередко в игру оказываются втянуты не только взрослые, но и подростки, зависимость у которых развивается гораздо быстрее.

#### *Список литературы*

1. Бажин П. Шокирующая статистика Facebook / П. Бажин // [Электронный ресурс]. / Журнал Игромания. - Режим доступа: <http://www.igromania.ru>. Дата обращения: 20.11.2017.
2. Иванов М.С. Психологические аспекты негативного влияния игровой компьютерной зависимости на личность человека / М.С. Иванов. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.medicinform.net>. Дата обращения: 20.11.2017.
3. Иванова О.А. Азартные игры как угроза общественной нравственности / О.А. Иванова // Молодой ученый. – 2013. – № 9. – С.299-302.
4. Марьина О.В. Профилактика интернет-зависимости молодежи – путь преодоления виртуальных девиаций / О.В. Марьина // Педагогика: традиции и инновации: материалы междунар. науч. конф. – Челябинск: Два комсомольца, 2011. – С.17-20.
5. Питерцева М. Ставка - или жизнь / М. Питерцева // Журнал практических советов. – 2008. – № 5. – С.16.
6. Сочивко Д.В. Игровая зависимость личности: подходы к изучению и организации социально-психологической помощи / Д.В. Сочивко, Г.В. Щербаков, А.В. Молоствов // Прикладная юридическая психология. – 2011. – № 1. – С.50-62.
7. Хаджаров, М. Х. Глобализация социальной сферы: культурные проблемы в трансформирующемся мире / М. Х. Хаджаров // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2010. – № 7. – С. 93-99; Хаджаров, М. Х. Капитализм, глобализм и российская действительность: место России в развитии западноевропейской цивилизации (социологический анализ) / М. Х. Хаджаров // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2012. – № 7. – С. 176-184; Хаджаров, М. Х. Социология безопасности: Россия в эпоху смены мировых порядков / М. Х. Хаджаров // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2012. – № 1. – С. 74-80.

8. Шепель Ю. Игровая зависимость как социокультурное явление в современном обществе/ Ю. Шепель // [Электронный ресурс]. / Электронная библиотека диссертаций. – Москва: DISSERCAT.COM, 2009. Режим доступа: <http://www.dissercat>. Дата обращения: 20.11.2017.

9. Шепель Ю. Азартные игры как инструмент разрушения общества / Ю. Шепель // Власть. – 2007. – № 7. – С.61-65.

# **КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К МЕДИЙНОМУ ВОСПИТАНИЮ В СИСТЕМЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**Песчанская Т.И.**

**Актюбинский региональный государственный университет,  
г. Актобе, Казахстан**

Естественное и компетентное обращение с мультимедийными технологиями и Интернетом превращается в ключевую квалификацию, обеспечивающую доступ к рабочему месту и участие в общественной, культурной, политической жизни. По этому вопросу существует широкий общественный консенсус. До сих пор тема медийного воспитания была конъюнктурной только на определённых этапах. Если наше общество называют информационным обществом или обществом знаний, то тогда в центре этого определения находятся информационные технологии. Следовательно, формирование медийной компетенции играет центральную роль для модернизации образования. Впервые возникли реальные условия для того, чтобы медийное образование превратилось в часть общего образования.

Понятие информационной технологии традиционно используется для обозначения различных аспектов и контекстуальных плоскостей. Аспект техники и аппаратуры включает приборы или системы и средства – носители, например, камеры, радиоприёмники, видеоманитроны, книги, видеокассеты, диски для записи, передачи, воспроизведения или сохранения информации. Аспект содержания – это информация и послания, производимые посредством формы и содержания, как например, в радиопередачах, видеоклипах. Функциональный аспект содержит средства массовой информации в общественном контексте и учебные информационные технологии в педагогическом контексте [1; 20].

Важным направлением медийной педагогики является использование информационных технологий. В семидесятые годы на смену вопросу «Что делает информационная технология с человеком?» пришёл вопрос «Что делает человек с информационной технологией?». Для того чтобы правильно понимать и оценивать использование информационных технологий, необходимо знать мотивы и потребности, связанные с этим образом поведения. Педагогические концепции, использующие этот подход, руководствуются следующей схемой. Во-первых, обучающиеся должны осознать, какими мотивами они руководствуются, смотря телевизор, или, какую функцию в их повседневной жизни выполняет телевидение. Следующий этап – выработка критериев, чтобы оценить, насколько использование информационных технологий удовлетворяет потребностям обучающихся. Третий этап состоит в усвоении стратегий, обеспечивающих целенаправленное принятие решений об использовании информационных технологий. В медийной педагогике можно выделить следующие подходы:

- культурно – аналитический подход;

- ликвидация визуальной безграмотности;
- медийно – социологический подход;
- образовательно – теоретический подход;
- общественно – политический подход.

Основу культурно – аналитического подхода образует предположение о том, что ценности и нормы общества отражаются в содержании массовых информационных технологий, которые, в свою очередь, одновременно играют важную роль в процессе формирования системы ценностей и культурных стереотипов. Методологические подходы к этому – систематический анализ и интерпретация программных рубрик. В общественной дискуссии слово «глобализация» ассоциируется с выравниванием культурных различий. Однако если присмотреться, культурные стереотипы оказываются более стабильными, чем это кажется на первый взгляд. Об этом также свидетельствует оценка и использование новых технологий. Стереотипы пользования информационными и коммуникационными технологиями формируются под значительным влиянием географических и климатических особенностей страны, плотности населения, инфраструктуры. Однако на стереотипы пользования также воздействует культура страны – и они сами превращаются в составляющую этой культуры.

По аналогии с обучением чтению и письму требуется обеспечить «ликвидацию визуальной безграмотности». Цель данного подхода – углубление дифференциации и интенсивности восприятия, выработка критического отношения к окружающей нас медийной действительности.

Исходя из предположения, что система массовой коммуникации имеет конститутивное значение для строительства и функционирования современного общества, особое внимание уделяется в данном случае экономическим основам, организации, общественной функции информационных технологий. В методическом отношении этот подход менее привлекателен, так как здесь преобладает лишь усвоение знаний.

Возникает опасение, что использование технической аппаратуры и технологий приведёт к вытеснению непосредственного общения, прямых контактов с людьми и окружающей средой. Поэтому в качестве компенсации необходимо развивать коммуникативные способности. Однако в противовес к пассивному потреблению этих технологий создаются возможности для индивидуальной активности, творчества, сотрудничества, обмена мнениями [1;18]. Творчество выступает в качестве наиболее яркого проявления исследовательского поведения. Причём исследовательский, творческий поиск для человека важен, по меньшей мере, с двух точек зрения: с точки зрения получения какого-то нового продукта и с точки зрения самого процесса поиска [2;10]. Творческая активность требуется также и от педагога.

В.А. Загвязинский выделяет общие особенности деятельности и формирующиеся на её основе черты личности педагогов творческого склада: творческая целеустремлённость и неуспокоенность, гибкость мышления,



инициативность, проблемное видение, развитая фантазия и интуиция, импровизационная готовность, развитый артистизм и др. [3; 192].

Так как наши представления о мире создаются и усваиваются с помощью информационных технологий, образование должно обеспечивать осознанное восприятие и прозрачность соответствующих процессов. В этом смысле медийная педагогика не является отдельной дисциплиной или дополнительным предложением – все специальные дидактические дисциплины должны уделять внимание вопросу, каким образом действительность усваивается через информационные технологии.

Дискуссия о медийном воспитании ведётся с тех пор, как появилось кино. Ещё в раннюю эпоху кино педагоги предостерегали от «вредного для молодёжи влияния» кинематографа. Однако с самого начала целый ряд педагогов выступил в поддержку «поучительных возможностей кино». После появления телевидения в пятидесятые годы медийно – педагогическая дискуссия прошла через разные этапы. Вместе с тем старые концепции не исчезают в результате появления новых подходов. Происходит процесс уменьшения их значения, интеграции и изменения. С восьмидесятых годов предпринимались различные попытки систематизировать основные направления медийной педагогики. На сегодняшний день, несмотря на терминологический и систематический разнобой, сформировался весьма широкий консенсус, определились типичные основные направления медийной педагогики, которые заключаются в следующем:

- выбор и использование предложений информационных технологий;
- индивидуальная разработка и распространение информационно – технологических материалов;
- понимание и оценка способов оформления информационных технологий;
- распознавание и понимание влияния информационных технологий;
- понимание и оценка условий производства и распространения информационных технологий.

С этими основными направлениями можно соотнести некоторые примеры учебных занятий. Тем не менее, медийное воспитание не сумело прочно войти в будни учебных заведений. Оно существует в рамках внеучебных мероприятий и проектных недель. Вопросы медийного воспитания практически не учитываются специальными дидактическими дисциплинами, поскольку преподаватели считают себя в первую очередь специалистами по соответствующей дисциплине.

Сейчас в центре внимания находится понятие «медийной компетенции». Это понятие открывает новую перспективу для интеграции информационных технологий в учебные заведения. С понятием медийной компетенции связывается предположение, что человек по своей природе способен выражаться с помощью языка и других систем символов. Таким образом, понятие компетенции противостоит понятию воспитания, так как эта компетенция является прирождённой, значит, нельзя говорить о «формировании» медийной компетенции. Напротив, задача медийной

педагогики – создавать учебную среду и пространство, в которых обеспечивается развитие медийной компетенции.

На сегодняшний день под медийной компетенцией, как правило, понимается ключевая квалификация для участия в обществе информации и знаний. В этом контексте медийная компетенция низводится до своего рода водительских прав на компьютер и Интернет, к простой квалификации, учитывающей требования экономических структур.

Однако основной задачей является формирование медийной компетенции в контексте «новой культуры учёбы». «Учёба в течение всей жизни» будет сопровождать человека на его рабочем месте, и в частной жизни она также будет играть роль «пожизненной учёбы с помощью мультимедийных систем». Следовательно, в число основных квалификационных требований входят и умение самостоятельно усваивать знания и навыки, и готовность «учиться в течение всей жизни» [1; 14-15].

Е.С. Полат предлагает ввести понятие «информационно – образовательной среды» обучения, каковой, например, являются информационные ресурсы Интернет. Вряд ли Интернет можно назвать средством обучения. Это именно информационно – образовательная среда в определённой своей части, в которой ученик, учитель могут найти необходимую для себя и полезную для целей образования информацию, а также решать дидактические задачи. В такой среде используются самые разнообразные средства: вербальные, визуальные, мультимедийные [4; 31-32].

В обоснование требования медийной компетенции часто говорится, что она – новая культурная технология. Понятие культурной технологии в узком смысле является собирательным понятием для общеучебных умений. Медийная компетенция нацелена на развитие критических и аналитических способностей.

В многообразии медийных исследований выкристаллизовывается общий знаменатель, состоящий в убеждении, что информационные технологии служат не только для передачи посланий – они сами каким-то образом должны быть связаны с их содержанием. Информационные технологии превращаются в интересные предметы гуманитарной и культурно – научной работы лишь постольку, поскольку за ними признается, что они могут участвовать в образовании смысла, а не только в его транспорте [5; 74]. Предмет медийной дидактики состоит в использовании информационных технологий для повышения эффективности и оптимизации процессов преподавания и учёбы. Требование форм учёбы, обеспечивающих самостоятельную и кооперативную учёбу, где учащиеся играют активную роль в конструкции знаний, корреспондируют с требованиями компетенции.

Кооперативная обработка мультимедийных программ обеспечивает совместное усвоение учащимися знаний в определённой области. Центральный момент – разработка учащимися в «учебных сообществах» определённых изделий (например, текстов, мультипликаций, презентаций), причём не только с помощью рецепции информации, а её производства и взаимной критики [6; 22]. Условие для активной работы с информационными технологиями состоит в

междисциплинарном сотрудничестве и более открытых формах организации занятий. До сих пор медийная педагогика уделяла основное внимание средствам массовой информации. Ныне дискуссия о медийной компетенции дополняется ещё одним аспектом – и в профессиональной и в частной сфере «Учёба в течение всей жизни» будет осуществляться в основном с помощью мультимедийных технологий.

Если одна из основных задач обучающихся – «учиться учёбе», то тогда они должны научиться учёбе с помощью информационных технологий, потому что в будущем возрастёт значение информационных технологий для учёбы в течение всей жизни во внеучебной сфере. Необходимо учитывать тот факт, что компьютеры в обучении следует использовать только тогда, когда они обеспечивают приобретение знаний, которые невозможно или достаточно сложно получить при бескомпьютерных технологиях.

Очень важно обучение строить таким образом, чтобы обучающийся понимал, что задачу решает он, а не машина, что только он несет ответственность за последствия принятого решения. Студенты теряют интерес к работе, если в конце занятия уничтожаются плоды их труда, поэтому необходимо использовать выполненную ими работу на занятиях при создании программных продуктов или разработке методических материалов.

Вместе с тем только компьютер решает такие проблемы как: адаптивность учебного материала в зависимости от индивидуальных особенностей учащихся; многотерминальность – одновременная работа группы пользователей; интерактивность – взаимодействие компьютера и учащегося, имитирующее в известной степени естественное общение; подконтрольность индивидуальной работы учащихся во внеаудиторное время [7,262].

Стало очевидным, что без медийного образования нет общего образования, и учебное заведение сможет выполнить своё воспитательно – образовательное задание только в том случае, если оно настроится на жизненную действительность студентов: на изменения, которые влечёт развитие информационных технологий для миропонимания обучающихся; на то, как меняется учёба под влиянием информационных технологий; на условия, под влиянием которых развитие информационных технологий сказывается на требованиях к процессу учёбы; на роль преподавателя в развитии информационных технологий [1;21]. Таким образом, развитие информационных технологий развивает новую учебную культуру и мультимедийные средства обеспечивают:

- ориентацию на действия и опыт;
- учебные ситуации с открытым, познавательным характером, в рамках которых учащиеся в качестве активных действующих лиц управляют процессами учёбы в основном самостоятельно, а преподаватели всё больше играют роль организаторов, ведущих и консультантов учебных процессов;
- учёбу с помощью информационных технологий в смысле учиться учёбе в течение всей жизни;
- открытость учебного заведения.

Всё зависит только от скорости технологических и общественных преобразований.

#### Список литературы

1. *Bildung und Wissenschaft.* – Bonn: Inter Nationes, 2000. – №3.- С.14-22. - ISBN 3-934850-42-1.
2. Савенков А.И. *Маленький исследователь. Как научить младшего школьника приобретать знания.* – Ярославль: Академия развития: Академия Холдинг, 2002. – 208 с. - ISBN 5779701547.
3. Загвязинский В.И. *Методология и методы психолого – педагогического исследования: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.И. Загвязинский, Р. Атаханов.* – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 208 с. - ISBN 5-7695-2146-5.
4. *Кабинет иностранного языка / Под ред. Е.С. Полат.* – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2003. – 208 с. - ISBN 5-691-00801-3.
5. Krämer, Sybille *Medien – Computer – Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien.* – Frankfurt am Main, 1998. – 328с. - ISBN 5-6913-518-28979-9.
6. Mandl, Heinz u. a. *Gutachten zur Vorbereitung des Programms „Systematische Einbeziehung von Medien, Informations- und Lernprozesse“ / Materialien zur Bildungsplanung und zur Forschungsförderung.* – Bonn: Bund-Länder- Kommission zur Bildungsplanung und zur Forschungsförderung, 1998, Heft №66.-С.20-26.- ISBN 3-9806109-7-7.
7. Коджаспирова Г.М. *Педагогика: Учеб. для студ. образоват. учреждений сред. проф. образования.* - М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2004.– 352 с. - ISBN 5-691-01009-3.

# **РОЛЬ ИНТЕРНЕТА В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**Решетова Т.Н, Матракшин А.Н.  
ФГКОУ «Оренбургское ПКУ»**

Достижения в области новых технологий привели к стремительному развитию компьютерной сети Интернет. Освоение людьми ее возможностей сегодня оказывает влияние на самые разные области жизни и деятельности человека, что приводит к возникновению новых видов коммуникаций. Интернет как средство социальной коммуникации оказывает положительное влияние на общество, поскольку позволяет:

- оперативно, преодолевая пространство и время, доносить различную информацию,
- укреплять связи между людьми,
- изменять стиль межлических отношений, структуру духовного потребления,
- формировать транснациональное информационное пространство.

Влияние Интернета распространяется как на страну, ее культуру, духовный мир отдельного жителя, так и на общественное и индивидуальное сознание. Интернет представляет большой интерес в качестве интерактивного средства социальной коммуникации.

Коммуникативные отношения в обществе уже давно привлекают внимание исследователей. Теоретические аспекты социальных коммуникаций и проблемы функционирования средств массовой коммуникации исследованы в работах Я.Н.Засурского, Е.Л. Вартановой, Г. Лассуэла, Н. Лумана, М. Маклюэна, А. Ослона, Г.Г. Почепцова, А.В. Соколова.

Коммуникация - это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации, как в межличностном, так и в массовом общении по разным каналам при помощи различных вербальных и невербальных коммуникативных средств [8].

Использование традиционных механизмов коммуникаций, таких как факс или проводной телефон сегодня быстро замещаются новыми технологиями - обмен мгновенными сообщениями, электронная почта, передача голоса и видео через интернет. В настоящее время уже существует ряд продуктов, каждый из которых обеспечивает работу того или иного механизма коммуникаций, с минимальным вторжением в соседнюю область [7].

Общение с использованием интернет - технологий получило название интернет - коммуникации.

Интернет - коммуникации - это такие методы общения, при которых передача информации происходит по каналам интернет с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации. Информация

может передаваться в различной форме - голос, видео, документы, мгновенные сообщения, файлы [8].

Самойленко Л.В. выделяет следующие основные виды общения в Сети:

1. Общение в режиме реального времени (так называемый чат): языковой блог интернет коммуникация с одним собеседником (выбирается определенный канал для такой коммуникации); с большим количеством людей одновременно;

2. Общение, при котором сообщения к адресату приходят с отсрочкой: с одним собеседником (электронная почта); со многими людьми - участниками телеконференции (ньюсгруппы) [8].

Сегодня уже ни у кого не вызывает сомнения, что электронные цифровые технологии в сочетании с интернетом (и технологиями следующего поколения информационных сетей) определяют будущее коммуникаций.

Интернет используется в качестве интерактивного средства социальной коммуникации во всех сферах российского общества.

- С развитием Интернета социальные связи и отношения становятся более независимыми и опираются на индивидуальность человека, у которого возрастают возможности выбора своей социальной ниши на основе усиления социальной мобильности.

- Интернет как средство социальной коммуникации способствует развитию национального самосознания.

- Необходимо использовать потенциал Интернета для эволюционного развития общества.

Интернет как средство социальной коммуникации становится ключевым фактором развития информационного общества.

Интернет следует считать продолжением среды обитания человека, где человек имеет возможность удовлетворить свои социальные потребности, в том числе коммуникационные. Особенности социальной роли Интернета как средства социальной коммуникации во многом определяются присущими ему важными свойствами - горизонтальностью связей и интерактивностью, в большой степени способствующими внедрению в массовые коммуникации диалогической модели взаимоотношений. Таким образом, огромный выбор информации и коммуникаций, который предоставляет Интернет конкретному пользователю, содействует процессу индивидуализации социальной среды. Кроме того, на основе эффективной обратной связи Интернет позволяет переходить к новым способам взаимодействия и освоения прогрессивных достижений, приводит к возникновению новых видов общественных отношений и организационных структур (сетевые организации, «онлайновые» сообщества).

В современном мире невозможно не использовать интернет, ведь это хранилище информации, канал передачи мультимедийных сообщений, и, конечно же, способ коммуникации между людьми, который подкрепляется быстротой получения информации, общедоступностью и наиболее

эффективным достижением и усвоением информации. Судя из разносторонних возможностей интернета, каждый человек использует его по-разному: кто-то для того, чтобы сделать домашнее задание, кто-то – чтобы узнать новости, кто-то – чтобы найти друзей и оказаться в определенном социальном сообществе, кто-то – чтобы купить что-то и т.д.

Средства коммуникации, по определению, призваны связывать людей, служить средствами их общения. Массовые коммуникации служат средством связи для массового субъекта.

Коммуникация посредством Интернет устроена таким образом, что на одном полюсе действует профессиональный производитель информации, а на другом всегда остается массовый субъект – заранее неопределенное по численности множество анонимных пользователей. К анонимности зачастую тяготеет даже полюс производства информации, такова сила ее природы в этой медийной среде. Недаром в Интернет так много сведений, происхождение которых не установлено. Заново это было осознанно с появлением флэш - и смарт-монов, где анонимность возведена в принципе.

В силу анонимности разворачивается царство вымышленных персонажей, сменяемых и устойчивых масок. Разумеется, различного рода подмены, неопознанность участников общения имеет место и в традиционных СМИ.

Интернет-технология делает коммуникацию трансграничной. Общение перестает быть привязанным к местоположению общающихся. На этой основе Интернет может выполнять социально-креативную функцию, то есть формировать новые общности с единой информационной базой и общим ценностно-нормативным фундаментом. Общая направленность развития средств распространения информации состоит в утверждении гетерархического (горизонтального, равноправного) порядка на месте иерархического (вертикального, с доминированием одного из субъектов общения). Происходит переход от односторонней к двухсторонней модели коммуникации.

В условиях Интернета аудитория может участвовать в производстве и обмене информацией, в том числе и между собой. Аудитория перестает (если захочет) быть только получателем сообщений. Однако здесь использование интерактивных возможностей никогда не преодолет естественного разделения ролей.

В сетевой интерактивности выделяют три аспекта: «люди и документы» (возможность для пользователя формировать и реализовывать запрос на информацию), «люди и технология» (приспособленность, удобство информационной технологии для пользователей) и наиболее интересный для социолога аспект «люди и люди». В последнем случае речь идет о приспособленности данной коммуникации к двустороннему общению, о социальных технологиях общения, которые помогают достижению позитивных социальных целей; о том, как реализуется возможность коммуникации между журналистами, обществом, властью и бизнесом –

основными субъектами, выделяемыми в анализе функционирования современного общества.

Анализируя коммуникативную функцию Интернет, следует различать понятия «интерактивность» и «обратная связь». Первое шире второго. Обратная связь – это реакция, отклик субъекта на информационное воздействие. Именно в этом качестве в Интернет пока чаще всего используется функция «форум». Да и показатели посещаемости тоже выступают в роли обратной связи: свидетельствуют о том, заинтересовались ли сайтом и его контентом пользователи. Интерактивность же предполагает и другие возможности: контроля пользователя над содержанием (запрос, оценка), участия в его формировании через постановку проблем для освещения и обсуждения, инициативу в обсуждении, авторство, обмен мнениями с другими пользователями и т.п. Некоторые возможности такого рода могут использоваться и в традиционных СМИ. Но чего уж там никогда не было – так это возможности общения по горизонтали, между пользователями.

Однако потенциал новой технологии реализуется только через активность людей.

Коммуникации, в которых у субъектов, представляющих два полюса коммуникации, есть возможность, и отправлять и получать сообщения, а значит, есть взаимообратимость их ролей. Г. Лассуэлл предложил называть их двусторонними. В СМИ взаимообратимость никогда не может быть полной.

Однако степень жесткости поляризации может быть различной. Можно различить каналы массовой информации, построенные по одностороннему, монологичному или двухстороннему, диалогичному принципу. Американский исследователь выделяет три уровня интерактивности:

1. двухсторонняя;
2. реактивная, или квазиинтерактивная коммуникация, где один полюс получает сообщения о реакции другого (то есть, имеет место обратная связь);
3. полностью интерактивная коммуникация, где все субъекты коммуникации могут участвовать в обмене информацией «на равных».

Наследуя обретенные традиционными СМИ формы обратной связи и общую свою способность к интерактивности, Интернет может развивать их до уровня истинной двусторонности, действительной интерактивности, то есть до сочетания синхронной (одновременной) и асинхронной (неодновременной) обратной связи, с одной стороны, и возможности обмена информацией между пользователями, то есть истинной двусторонности, - с другой. Все это происходит в одной и той же медийной сетевой среде, что, конечно же, облегчает для пользователя овладение всеми предоставляемыми возможностями.

Интернет – среда, где стираются не только пространственные рубежи, но и границы между сферами жизнедеятельности людей: работой и бытом, хобби и реализацией гражданского статуса, обучением и развлечением.



Средства для информационного обеспечения этих сфер и участия в них находятся в единой медийной среде, дистанция между разными сферами практически не ощущается.

Интернет вообще во многом оказывается стихией игры, его интерактивные возможности и разнообразие игровых средств и форм с традиционными СМИ несравнимы. Интеллектуальный уровень развлечений может быть самым разным – от непритязательных забав для подростков до насыщенных особым этикетом и содержанием «крепостей» для взрослых.

Вначале пользование Интернетом не связывалось с отдыхом. Внешне очевидный образ зрелища, привычный для ТВ, у Интернета проявился отнюдь не сразу. Зато, обнаружив возможность быть не только созерцателями, но и непосредственными участниками игры (а это особый и немаловажный вид активности), люди быстро поставили новое средство на службу развлечению.

Разнообразные опции и выразительные возможности Интернета стоит использовать для того, чтобы процесс общения и получения информации становился не лишенным приятности занятием, а развлекательные моменты способствовали выполнению других функций. Интересен с этой точки зрения опыт так называемых «звездных чатов», где состав приглашенных звезд, этикет общения с ними, содержание задаваемых им пользователями вопросов могут служить и познавательным эффектом, и поддержанию стимулов к овладению заинтересовавшей профессией, и к тренировке навыков социального общения. Будущее покажет, станет ли развлечение одной из основных социальных функций Сети. Пока же ее развитие переживает такой этап, когда в силу массовизации аудитории отношения ее с Интернетом теряют былую «серьезность».

Вокруг Интернета ведется бесчисленное число дискуссий и споров. В основном все выражают негативную точку зрения. Но, судить об Интернете с точки зрения «хорошо» или «плохо» будет не правильным. Мануэль Кастельс говорил «...независимо от нашего отношения к Интернету, мы должны считаться с тем, что Интернет и компьютерные сети в целом уже стали стовым хребтом всех современных обществ по всему миру. Если в 1995 году в мире насчитывалось менее 10 миллионов пользователей Интернета, к концу 2003 года их стало около 700 миллионов, а к 2005 году их количество достигнет миллиарда, даже если учитывать громадную разницу между развитыми и развивающимися странами. Кроме того, вся деятельность, от финансовой сферы и СМИ до политики и общественных движений, организована вокруг сетей Интернета» [3]. Однако сейчас 2018 год и предположительно, количество пользователей сети Интернет уже достигает больше одного миллиарда человек по всему миру.

Такое повышение развития средств коммуникаций представляет собой глобальный процесс овладения информацией. С помощью средств коммуникаций повышается интеллектуальный потенциал современного человека. Происходящая техническая и информационная революция

приводит к увеличению уровня знаний, что позволяет повышать технические возможности обработки информации.

«Средство (или технический процесс) нашего времени - электронная техника - придает новую форму и перестраивает схемы социальной взаимозависимости, а также аспект нашей личной жизни... Общественная жизнь зависит в большей мере от характера средств, при помощи которых люди поддерживают между собой связь, чем от содержания их сообщений...» [4].

Интернет – это более эффективное и удобное средство массовой коммуникации.

Интернет – это «клуб» для всестороннего безграничного открытого общения.

Интернет – это средство реструктуризации общества и основных сфер общественной жизни (экономики, науки, политики).

Интернет меняет весь образ жизни людей, стиль мышления человека, трансформирует личность, расширяет ее границы. Повышается социальная мобильность, создаются новые модели поведения, технологии воздействия на массовое сознание становятся более эффективными. Развитие новых информационно-коммуникативных технологий способствуют интернационализации рынков труда и усилению их взаимозависимости, индивидуализации и плюрализации стилей жизни.

#### Список литературы

1. Белл Д. *Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования*. Пер. с англ. Изд. 2-ое, испр. и доп. - Москва: Academia – 2004. — 788 с. — ISBN: 5-87444-203-0.
2. *Информационное общество: Сб.* - Москва: ООО «Издательство» И 74 АСТ, 2004. - 507 с. - (Philosophy). Маршал Маклюэн «Средство само есть содержание».
3. Голубева И.В., Левоненко О.А. *К вопросу о чате как ведущем жанре электронного общения // Русская словесность в контексте современных интеграционных процессов*. - Волгоград, 2005.
4. Горошко Е.И. *Гендер и блоггика Интернета (психолингвистический анализ) // Вопросы психолингвистики*. - М.: ИЯ РАН, 2007. - Вып.5. (Горошко 2007)
5. *Информационное общество: Сб.* - Москва: ООО «Издательство» И 74 АСТ, 2004. - 507, с. - *Средство само есть содержание* Маршалл Маклюэн.
6. Кастельс М. *Галактика Интернет*. Москва, 2003. – С. 220.
7. Радзиевская Т.В. *Текстовая коммуникация. Textoобразование // Человеческий фактор в языке: Коммуникация. Модальность. Дейксис, "Наука", Москва, 1992г.*
8. Самойленко, Л. В. *Языковые аспекты виртуальной коммуникации IntenetRelayChat. / Л. В. Самойленко // Русская словесность в контексте современных интеграционных процессов: материалы Междунар. науч.*

конф., г. Волгоград, 24–27 апр. 2005 г. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2005 – С. 381–387.

9. Филатова О.Г. Интернет как масс-медиа // Сборник научных трудов «Актуальные проблемы теории коммуникации». – 2004. – С. 235.

## **PR В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ**

**Сорокин О.Н. канд. истор. наук**  
**Оренбургский государственный университет**

Антикризисное управление является важной организационной функцией в PR-деятельности. Неиспользование её в своей работе PR-специалистом может привести к большим потерям для организации: значительно ухудшится имидж, а в последствие организация и вовсе может прекратить своё существование. Хороший PR - специалист всегда должен иметь в запасе список заранее составленных действий, позволяющих избежать ту или иную критическую ситуацию.

Для того чтобы знать и понимать, что нужно делать в кризисных ситуациях, ознакомимся с понятием «кризис в организации» вообще.

Существует немало определений понятия «кризис». В наиболее широком смысле, кризис понимается как существенная угроза для организации, которая может иметь негативные последствия, если вовремя её не предотвратить. Угроза может потенциально нанести серьёзный вред организации, её заинтересованным сторонам или производству. Кризис может создать три главные угрозы, связанные с:

- 1) общественной безопасностью;
- 2) денежными потерями;
- 3) потерей репутации.

К примеру, такая кризисная ситуация как несчастный случай на производстве может привести к материальному ущербу, травмам и даже гибели людей. Кризисы могут нанести финансовые потери, нарушая нормальное производство товаров, тем самым сокращая его сбыт. Помимо этих проблем, важным является то, что практически каждый кризис оставляет свой отпечаток на репутации организации. Очевидно, что все угрозы взаимосвязаны, и одна может порождать другую. К примеру, травмы и смерти в организации приведут к финансовой потере и ухудшению репутации.

Эффективное антикризисное управление предотвращает угрозы последовательно. Главная и первостепенная задача в условиях кризиса – сохранение общественной безопасности. Неспособность решения этой задачи увеличивает потери от кризиса в целом. Репутация и финансовые проблемы уходят на второй план и решаются только после того, когда устранится проблема общественной безопасности. Конечно, если имеется возможность, в идеальном варианте лучше решать три проблемы одновременно.

Таким образом, антикризисное управление предназначено для защиты организации и связанных с ней сторон от угроз или для уменьшения последствий этих угроз.

Антикризисное управление можно разделить на три этапа:

- 1) этап докризисного управления;
- 2) этап непосредственного кризисного регулирования;

### 3) этап посткризисного управления.

Докризисный этап связан с профилактикой и подготовкой организации к возможному появлению проблем. Фаза кризисного реагирования предполагает конкретные действия со стороны руководства по устранению уже существующей проблемы. И, наконец, посткризисный этап включает в себя действия, помогающие избежать повторного или нового кризиса.

Наиболее важным этапом является предварительный этап, ведь готовность или неготовность к проблемным ситуациям определяет интенсивность негативных последствий кризиса. На профилактическом этапе PR-специалист должен стремиться снизить риски, которые могут привести к кризису. Данная фаза включает в себя:

- 1) Создание плана антикризисного управления, который должен обновляться каждый год;
- 2) Отбор и подготовку команды, эффективно работающей во время кризиса;
- 3) Проведение учений, позволяющих проверить правильность антикризисного плана и уровень подготовки антикризисной команды.
- 4) Подготовка документации, внутренней юридической базы, шаблонов отчётности, действующих во время кризиса.

Планирование и подготовка к кризисным ситуациям позволяет сотрудникам организации быстрее реагировать и принимать более эффективные решения во время самого кризиса.

Теперь подробно изучим как правильно нужно составлять антикризисный план. Антикризисный план больше напоминает справочное пособие, нежели какой-либо проект. Он включает в себя необходимую справочную (контактную) информацию, напоминания и памятки, в которых написано как нужно вести себя в той или иной ситуации, включает в себя формы, которые будут использоваться для документирования антикризисных мер. Антикризисный план позволяет сократить время решения проблемы и служит своеобразным «помощником» в период кризиса. Но нужно помнить, что любой антикризисный план служат неким приблизительным ориентиром, поскольку каждый кризис является уникальным и своеобразным.

Что касается специальной кризисной команды, то важно для экономии времени во время кризиса заранее чётко распределить все задачи и обязанности между её членами. Безусловно, состав команды будет меняться в зависимости от характера кризиса. Например, если кризис охватил компьютерную систему, то основу команды будут составлять программисты, если же это финансовый кризис, то большинство обязанностей лягут на плечи бухгалтеров, экономистов и т.д. очень важно заранее тестировать и проверять работу команды и эффективность антикризисного плана.

Важно знать, что ключевым компонентом предварительного антикризисного этапа является подготовка представителя организации во время кризиса. Представитель должен быть заранее обучен и подготовлен к взаимодействию со СМИ и с общественностью в любой проблемной ситуации.

Вообще очень важно уделять значительное внимание связям со средствами массовой информации в условиях кризиса, для того чтобы не сильно испортить репутацию организации.

Рассмотрим наиболее важные правила взаимодействия организации со СМИ в кризисной ситуации:

1. Избегать фразы "без комментариев", потому что большинство решит, что организация виновата и пытается что-то скрыть

2. Излагайте информации четко и понятно, избегая жаргона или технических терминов. Отсутствие ясности заставляет людей думать, что организация вводит в заблуждение, чтобы что-то скрыть.

3. Говоря на камеру, избегать нервных привычек, суетливость, которые люди интерпретируют как обман. Представитель должен уметь достойно держаться перед камерой.

4. Регулярно встречаться со СМИ, проводить короткие мероприятия по взаимодействию и докладывать обстановку, чтобы избежать «придумывание» несуществующих фактов.

Заранее созданные шаблоны для ведения документации в период кризиса позволяют значительно сократить время решения проблемы.

Помимо всего, во время кризиса, важно сохранять каналы связи. К примеру, организация может создать отдельный веб-сайт для кризиса или выделить специальный кризисный раздел в своём текущем веб-сайте для того, чтобы держать общественность в курсе событий и быть на связи с народом в любое время. Конечно же, сайт должен быть разработан заранее до кризиса. Рассмотрим важные правила использования каналов коммуникации во время кризиса:

1. Быть готовым использовать уникальный веб-сайт или часть текущего веб-сайта для решения кризисных проблем.

2. Быть готовым использовать Интернет в качестве одного из каналов связи для своих работников, а также для любых других заинтересованных сторон, в том числе для СМИ.

3. Быть готовым использовать систему уведомлений персонала для информирования работников и других заинтересованных сторон во время кризиса.

Очень важно психологически правильно реагировать на кризис и не «терять» разум, нужно быть быстрым, точным и последовательным.

Быть быстрым, опять же, помогут подготовленные шаблоны и слаженная работа персонала. Известно, что когда что-то случается, у общественности возникает повышенный интерес к организации. Эксперты часто говорят об информационном вакууме, создаваемом кризисом. Средства массовой информации будут максимально пытаться выйти на связь с представителем организации, чтобы заполнить информационный вакуум и удовлетворить потребность людей в информации. Если же организация не будет выходить на связь с прессой, найдутся люди, которые это сделают за неё. Эти люди могут иметь неточную информацию или же попытаются использовать кризис в пользу

конкурентов. Поэтому, организация в период кризиса должна иметь быструю реакцию и оперативно сообщать информацию СМИ. Быстрая реакция позволит сохранить репутацию и держать ситуацию в своих руках.

Очевидно, что точность при общении с людьми важна в любое время деятельности организации, не только в период кризиса. В период кризиса, люди особенно хотят точную информацию о том, что произошло и как это событие может повлиять на них. Из-за нехватки времени в условиях кризиса, есть риск выдачи неточной информации. Если вдруг выявляются ошибки, то они должны быть срочно исправлены. Очень важно следить за тем, чтобы сотрудники организации не создавали противоречий и выдавали одну и ту же информацию. Для этого нужно регулярно ставить в известность весь коллектив.

Быстрота и точность играют важную роль в общественной безопасности. Когда общественная безопасность находится под угрозой, люди должны знать, что нужно сделать, чтобы защитить себя. Инструктаж должен быть быстрым и точным. Например, люди должны узнать, как можно скорее, что не нужно есть зараженную пищу или где укрыться на месте в ходе химического заражения.

Медленное или неточное управление действиями может увеличить риск получения травм и, возможно, привести к смерти. Быстрые действия могут также сэкономить деньги за счет предотвращения дальнейшего повреждения и защитить репутацию, показав, что кризис в организации находится под контролем. Однако, скорость не имеет смысла, если информация неверна. Неточная информация может увеличить угрозу общественной безопасности. Об этом нужно всегда помнить.

Если вдруг не обошлось без жертв и, например, кто-то из сотрудников получил травму, важно проявить заботу и обеспечить всем необходимым. В случае смерти одного из сотрудников, нужно выделить материальную помощь и выразить соболезнование близким. Вовремя проявленная забота поможет уменьшить количество и размер требований, выдвинутых против организации в связи с кризисом и сохранить репутацию.

Помимо сохранения репутации в глазах общественности, PR-специалисты никогда не должны забывать о сотрудниках организации, которые являются не менее важной частью

общественности, которая требует внимания. Необходимо регулярно проводить внутрикорпоративные мероприятия, например, круглые столы, на которых нужно информировать сотрудников о том, что случилось, что они должны делать, и как кризис повлияет на них. Так же для информирования можно использовать Интернет-технологии, смс-рассылку и т.д. Хорошо информированные сотрудники обеспечивают дополнительный канал связи для общения с другими заинтересованными сторонами (СМИ, местные жители, клиенты, инвесторы и т.д.).

Таким образом, обобщим вышесказанное. В период кризиса важно:

1. Быть оперативным и стараться проинформировать общественность в течение первого часа.
2. Быть аккуратным, тщательно проверяя все факты.

3. Быть последовательным, держа спикеров в курсе кризисных явлений и ключевых точек сообщений.

4. Убедиться в сохранении общественной безопасности.

5. Использовать все доступные каналы связи, включая Интернет и системы массового оповещения.

6. Своевременно проявлять заботу о пострадавших из-за кризиса.

7. Не забывать своевременно информировать сотрудников

В посткризисном этапе, организация возвращается к своим обычным делам. Но случившаяся кризисная ситуация по-прежнему требует внимания. Во-первых, PR-специалисты после кризиса должны предоставить более развёрнутую аналитическую информацию для общественности о случившемся. Во-вторых, организация должна выпускать отчёты о восстановлении работы после кризиса и выявлении причин кризиса. Так же важно предоставлять полную информацию СМИ. К примеру, если вы обещали репортеру предоставить оценку ущерба, обязательно дать эту оценку, когда документ будет готов.

Важно провести оценку эффективности проделанной работы по устранению кризиса и выявить что работает хорошо, а что нуждается в улучшении.

Итак, обобщим наиболее важные моменты посткризисного управления:

1. Доставить всю информацию, обещанную заинтересованным сторонам, как только эта информация станет известна.

2. Информировать заинтересованные стороны о путях и стадиях восстановления организации после кризиса

3. Провести анализ работы по управлению в кризисных ситуациях на будущее и выявить что эффективно, а что нет.

Важно помнить, что эффективное антикризисное управление может свести к минимуму ущерб, а в некоторых случаях даже позволит организации, стать сильнее, чем до кризиса. Тем не менее, кризис не идеальный способ улучшить организацию. Но ни одна организация не застрахована от кризиса, так что PR-специалисты должны сделать все возможное, чтобы подготовиться к возможным проблемам.



## **К ВОПРОСУ О ТРАНСЛЯЦИИ КУЛЬТУРЫ В ОБРАЗОВАНИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИКТ**

**Юртаева Т.Б., канд. пед. наук  
НОУ ВО Московский технологический институт**

В философской и специальной литературе имеется множество трактовок понятия «культура». Как показывает анализ, логика и содержание современного образования тесно связана с культурным становлением человека: процессом развития его знаний, убеждений, чувств, норм деятельности, поведения, выступает как необходимое условие изменения и совершенствования человека, становления его творческой личности (Е.М.Бабосов, В.С. Библер, В.Е. Межуев). Прогресс общества при таком подходе совпадает с развитием личности в любой сфере социальной жизнедеятельности; культура «системно выражает весь процесс становления человека на основе гуманизации окружающих его объективных и субъективных обстоятельств» [1, с. 244]. В отличие от жизнедеятельности, деятельности, общения, нравственного, правового самовыражения, культура выделяет ту сторону в них, которая связана с качественным ростом, развитием, обеспечивая совершенствование качества за счет «механизма создания критериального сервиса всех «надприродных» проявлений человека и социума в целом» [2, с. 101].

Важно, что культура представлена как система, в основании которой лежит структура деятельности (В.С. Давидович, М.С. Каган, Г.В. Шедровицкий). Особое значение имеют исследования о вовлечении личности в мир культуры. В социальных качествах человека прослеживаются в то же время и качества общества, ценности которого «интериоризировал» конкретный его представитель [3, с. 111]. То же касается культуры: для каждой личности она складывается в значительной мере стихийно. Человек с детства подражает старшим, приучается выполнять определенные правила поведения, усваивает основополагающие для данной культуры понятия - обретает ту ценностную систему, которая характерна для культуры данного социума. Анализ специальной литературы по проблеме культуры и ее воспроизводства в образовательной деятельности позволил нам разработать схему, которая в дальнейшем поможет более точно представить роль ИКТ в ее трансляции (рис. 1).

Обыденная культура среднего горожанина воспроизводится в рамках семейного воспитания и через институт национального образовательного стандарта, специализированная - через систему образования [4, с. 65]. В связи с этим становится очевидным, что этот процесс обеспечивает воспроизводство той или иной культуры, ее преемственность. Но для того чтобы личность овладела культурой, необходимо достаточно последовательное воздействие на нее с самого раннего возраста.

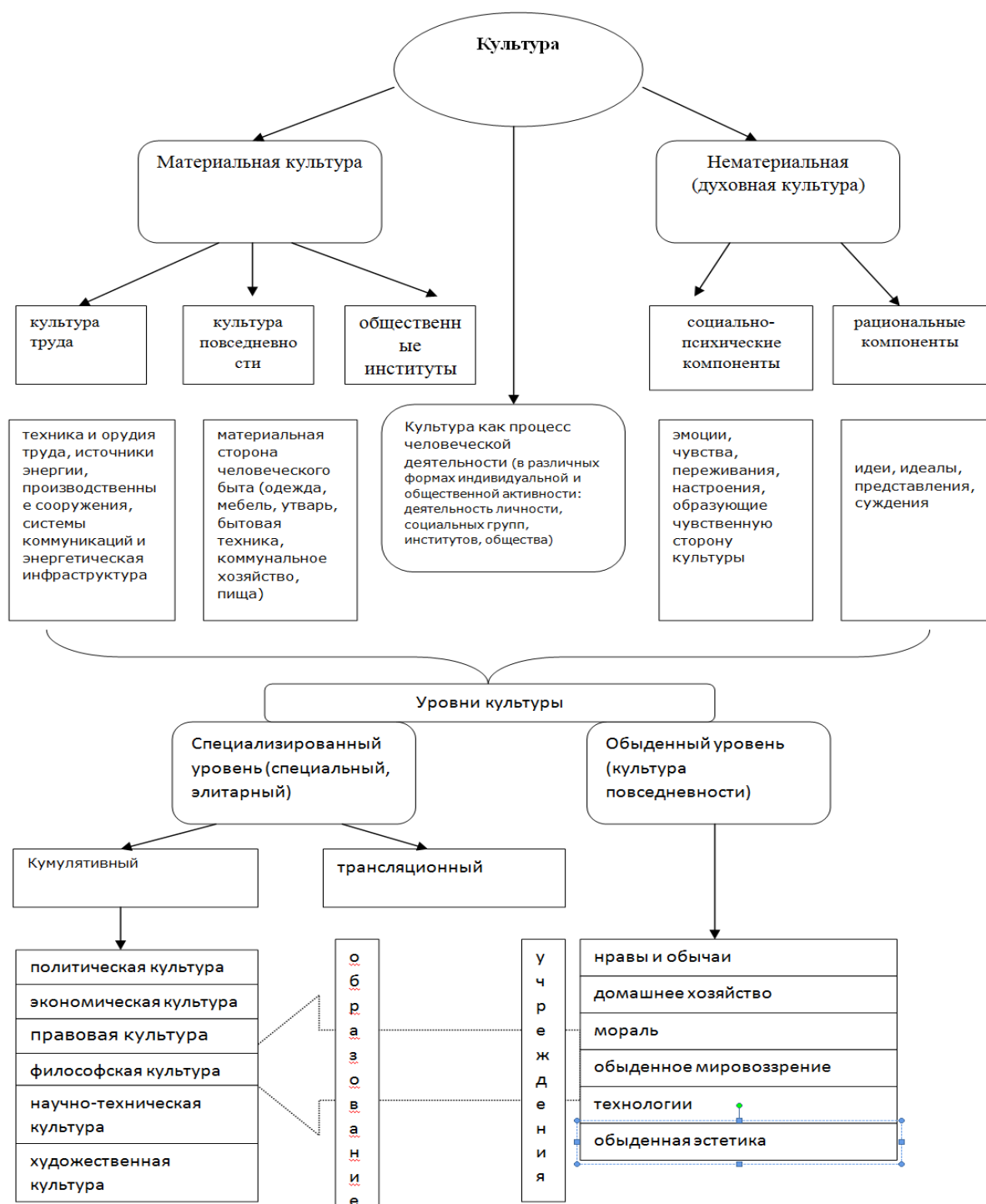


Рис.1. Механизм трансляции культуры

В недалеком прошлом именно общественные качества человека рассматривались как результат воспитания. Ныне стала очевидной недостаточность такого подхода. Образованный человек, являясь личностью, т.е. членом конкретного общества, должен осознавать себя частицей человечества в целом. Это достигается через осознание себя в качестве субъекта культуры - носителя и активного продолжателя высших достижений в стремлении к подлинной человечности. Именно с этой точки зрения

необходимо рассматривать и все остальные качества личности будущего специалиста [5, с. 26].

Согласно Концепции духовно-нравственного воспитания и развития личности, современный национальный воспитательный идеал России – это «высоконравственный, творческий, компетентный гражданин России, принимающий судьбу Отечества как свою личную, осознающий ответственность за настоящее и будущее своей страны, укорененный в духовных и культурных традициях многонационального народа РФ» [6, с. 389]. Подобное понимание культуры определяет ее высокий воспитательный и образовательный потенциал, делает ее значимым фактором развития человека, его социализации и индивидуализации.

Вместе с этим в нашу жизнь и процесс образования плотно вошли информационно-коммуникационные технологии, которые становятся не просто средством передачи информации, развития многих личностных качеств человека, но так же и механизмом трансляции культуры. ИКТ в целом и распространение сети Интернет приводит к тому, что сформировалась собственная информационная среда среди молодежи и, в частности, студентов учебных заведений. Она характеризуется созданием различных форм и способов передачи информации – при помощи блогов, форумов, групп в социальных сетях, и т.д. Всё это и есть новые способы трансляции культуры. Несмотря на повсеместное внедрение ИКТ в образовательный процесс, мы встречаемся с рядом трудностей. В первую очередь, на наш взгляд, это культура самого Интернет и деятельности в сети. Современное общество и образование многократно должно усилить внимание на проблему новой информационной, моральной, правовой ответственности личности, которая усиливается многократно в приобщении к ИКТ. Задача педагогики в данной ситуации – взять под контроль становление и развитие личности в новой цифровой и информационной реальности. Это подразумевает создание в учреждениях образования:

- локальных сетей;
- электронных каталогов и библиотек;
- проведение занятий с использованием ИКТ (в том числе и удаленно);
- развитие точек доступа в Интернет;
- включение в образовательный процесс специальных предметов для изучения и овладения ИКТ, и многое другое.

В настоящее время, помимо наличия квалифицированных кадров, способных обеспечить качество обучения, условий для реализации образования, одним из важнейших составляющих становится уровень материально-технической базы: оснащенность современными средствами обучения, тренажерами, высокотехнологическими комплексами и системами. При этом воспитательный и культурный потенциал ИКТ в высшем профессиональном образовании реализуется слабо, в основном их использование сводится к обучающим и контрольным функциям. Формы и методы усвоения социально значимых норм, ценностей и принципов остаются

вне поля зрения при организации работы с ИКТ. Как следствие, бесконтрольное и безвекторное освоение сети Интернет, становится каналом спонтанного формирования личности. «Человека культуры» заменяет «Человек культуры Интернет».

Среди конкретных задач, которые под силу решить учреждение высшего образования в части трансляции социально значимых культурных ценностей посредством ИКТ, нам видятся следующие:

- поддержка и развитие в Глобальной сети сообществ педагогов и студентов;
- стимулирование творчества в Интернет в связи с учебными дисциплинами;
- создание Интернет-журналов учебных заведений с привлечением учащихся к написанию статей и докладов на интересующие их темы;
- проведение опросов, конкурсов, создание видеороликов совместно с учащимися, ориентированных на социально значимые аспекты, и др.

Подводя итог, хочется отметить, что сосредотачиваясь на минимизации негативного влияния ИКТ на жизнедеятельность молодежи, нельзя забывать о высоком положительном потенциале. Ограничение на использование Интернет в учебном заведении может стать эффективной мерой только тогда, когда это ограничение перестанет быть внешним, и станет внутренним.

#### *Список литературы*

1. Синюкова, Т.В.. *Правовая культура: понятие, структура, соотношение национального и общечеловеческого* // Т.В. Синюкова. - *Правовая культура* №2 (7). – 2009. – С. 6-18
2. Ядова, Е.Н. *Готовность к использованию новейших технологий для электронного обучения* / Е.Н. Ядова // *Материалы XI Международной научно-практ. конф.. НОУ ВО Московский технологический институт.* – 2016. – С. 100-102
3. Ариарский, М.А. *Прикладная культурология: монография* / М.А. Ариарский. – изд. второе, испр. и доп. – Спб: СПб гос. ун-т культуры и искусств. – 2001. – 522 с.
4. Андреев, А.А. *Прикладная философия открытого образования* / Андреев А.А., Солдаткин В.И. М.: 2002. – 168 с.
5. Бекетова, О.Н. *Дистанционное обучение: тренды развития, вызовы, векторные направления совершенствования* / О.Н. Бекетова // *Материалы X Междунар. научно-практ. конф.. Под ред. Бубнова Г.Г., Плужника Е.В., Солдаткина В.И..* 2015. – С. 25-27
6. Останин, О.В. *Основные проблемы внедрения и реализации электронного обучения в Российских вузах* / О.В. Останин, Е.А. Останина // *сборник трудов Второй международной конференции «Прикладные исследования и технологии».* – 2015. – С. 389-392