

**Министерство образования и науки РФ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Алтайский государственный университет»  
Факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии  
Кафедра теории и практики журналистики**

**Гуманитарный вектор радиостанции «Серебряный Дождь»  
(выпускная квалификационная работа специалиста)**

Выполнила студентка  
6 курса 1501з гр.  
Устинова Кристина Вячеславовна

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Научный руководитель  
к. ф. н., доцент  
Мансков Сергей Анатольевич

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Допустить к защите  
зав. кафедрой, д.ф.н., профессор  
Лукашевич  
Елена Васильевна  
\_\_\_\_\_  
(подпись)  
\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

ВКР защищена  
\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Оценка \_\_\_\_\_  
Председатель ГЭК  
\_\_\_\_\_ Ф.И.О.  
\_\_\_\_\_ (подпись)  
\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Барнаул 2016

## Оглавление:

|  |    |
|--|----|
| <b>Введение</b> .....  | 3  |
| <b>Глава I. Генезис гуманитарного вектора в Российской журналистике</b> .....  | 7  |
| 1.1 Постановка проблемы дегуманизации медиaprостранства.....   | 7  |
| 1.2 Идея общественного служения в дореволюционной журналистике.....  | 10 |
| 1.3 Отражение гуманитарного направления в советский период.....  | 19 |
| 1.4 Новая гуманитарная повестка постсоветского периода.....  | 24 |
| 1.5 Гуманитарные ценности современных СМИ.....   | 26 |
| Выводы по первой главе.....  | 33 |
| <b>Глава II. Гуманитарный вектор современного радио на материале программ «О том, как звучат люди» (радиостанции «Серебряный Дождь»)</b> ..... | 34 |
| 2.1 Типологический анализ радиостанции «Серебряный Дождь».....   | 34 |
| 2.2 Программы гуманитарного вектора на радиостанции «Серебряный Дождь».....  | 37 |
| Выводы по второй главе.....  | 53 |
| <b>Заключение</b> .....  | 55 |
| <b>Список использованной литературы</b> .....  | 56 |

## Введение

Во всем мире отчетливо обозначился поворот к гуманитарным ценностям общества. В связи с этим многими исследователями осознается и активно обсуждается проблема дегуманизации медиапространства.

Как замечает Фролова Т. И.: «Никто из сторон не оспаривает гуманистическую миссию СМИ – профессиональное служение, которое несет благо обществу и человеку. С развитием информационных магистралей открываются огромные возможности для развития человеческих способностей, образования и просвещения. Но сейчас многие стали выражать тревогу, вызванную противоречивым характером происходящих трансформаций, так как обнаруживаются опасные моменты таких изменений для человеческого развития: коммерциализация и приватизация медиапространства, товаризация информационных продуктов, незащищенность от недоброкачественной информации и другие [Фролова 2014, с. 150]».

Такая глобальная задача, как гуманизация СМИ и журналистики, не может быть решена просто и в короткие сроки. Основываясь на основных положениях книги «Роль прессы в формировании в России гражданского общества. День сегодняшний» можно дать определение понятию «гуманитарная журналистика».

«Гуманитарная журналистика - это одновременно мировоззрение и набор инструментов. Мировоззрение заключается в принятии того, что журналисты обязаны - и эта обязанность защищена Конституцией - предоставлять людям информацию, которая им необходима для принятия решений в обществе самоуправления. Новые инструменты позволяют читателям и зрителям увидеть, что они могут стать активными участниками общественной жизни [Дзялошинский 2000, с. 43]». Продолжая классика теории журналистики, введем термин «гуманитарный вектор»,

обозначающий круг тем и приемов, позволяющих транслировать по каналу информации наиболее значимый для человека контент о нем самом.

**Актуальность темы.** В настоящее время массовая информация дегуманизируется, становится в лучшем случае рекламно-потребительской, в худшем – политически-экстремистской, при этом часто лишается своего содержательного смысла. Современный человек зачастую заменяет ум информированностью, гуманизм – спонсорством, что на наш взгляд, может послужить серьезной причиной общественной деструкции дальнейшего развития.

**Степень исследованности проблемы.** Данная тема нашла отражение в трудах таких авторов, как Ясавеев И. Г., Хлебникова Н. В., Дзялошинский И. М., Горохов В. М., Гринберг Т. Э., Вартанова Е. Л., Бережная М. А., Баутина П. В., Аникина М.Е.

Наибольший вклад в развитие данной темы, на наш взгляд, внесла Фролова Т.И. Ей принадлежат работы, посвященные данной теме: «Благотворительности и СМИ. Российская пресса и благотворительность в культурно-исторической ретроспективе», «Проблематика СМИ: Информационная повестка дня», «Социальная проблематика в российской журнальной периодике: к вопросу о концептуализации тематических повесток», «Проблемы социальной сферы в телевизионной журналистике», «Предметно-функциональные особенности социальной журналистики», «Гуманитарная повестка общероссийской газетной периодики: концепция и анализ практик», «Общественное телевидение России в контексте актуальных гуманитарных проблем: оценка медиакритики».

В своих работах Татьяна Ивановна оценивает современные СМИ с позиции соответствия гуманитарным ценностям. В работе «Гуманитарная повестка общероссийской газетной периодики: концепция и анализ практик» она пишет, что ««Относительно печатных СМИ сегодня ситуация обстоит совсем иначе, чем в 1990-е годы, когда социальная тематика либо замалчивалась, либо была представлена сенсациями. В качественной прессе

проблемы человека и общества на данный момент осознаны, но в основном это признание происходит только на словах. Практическая суть проблемы состоит в том, что для транслирования гуманитарно-социальных проблем многими журналистами и изданиями не найдены форматы, соответствующие стилистике качественных СМИ. Они продолжают видеть социальную сферу исключительно в «одеждах», знакомых по практике коммерчески ориентированных изданий, в результате чего значительная часть реалий оказывается за пределами их внимания [Фролова 2014, с. 4]».

Так же большой вклад в тему благотворительности и ее освещения в СМИ внесла Темичева Е. Л. Так, в одной из своих работ, посвященной данной теме «Проблема благотворительности в СМИ» в ходе своих изучений пришла к выводу, что «во всех дореволюционных журналах и газетах постоянно публиковалась хроника частной благотворительности, героями которой становились как богатые известные люди, так и простые граждане, в том числе пожелавшие остаться анонимными. В России выходили сотни изданий, обращавшихся к благотворительной тематике: от специализированных журналов до одноразовых листовок, сопровождавших особые акции помощи [Темичева 2008, с. 199]».

Как можно заметить, гуманитарная тема в СМИ уже рассматривалась ранее на материалах газет, журналов, телевидения и даже информационных агентств. Мы же решили проследить гуманитарный вектор на примере материалов радио. Причиной обращения к этому типу СМИ две. Первая – сегодня радио – самый динамично развивающийся тип журналистской коммуникации, чему во многом способствует массовый выход радиоконтента в Интернет. Второе – «Серебряный Дождь» объявил себя как первое гуманитарное радио, обозначив оригинальный для современных СМИ вектор.

**Объект** - выпуски «Серебряного Дождя», с особой локализацией на программе «О том, как звучат люди».

**Предмет** – гуманитарный вектор радиостанции «Серебряный Дождь».

**Эмпирической базой** исследования послужили материалы программ «О том, как звучат люди» на радио «Серебряный Дождь» за период 2014-2016 год в контексте других программ станции.

В дипломной работе использовался широкий спектр общенаучных **методов**: описание, классификация, анализ, обобщение, сравнение. Методологию работы составили труды классиков социологии, компаративного анализа, лингвистических исследований в области стилистики.

**Цель работы** – исследование гуманитарного вектора радиостанции «Серебряный Дождь».

Цель предполагает решение следующих задач:

1. Исследовать генезис гуманитарных ценностей в отечественной журналистики XVIII-XXI веков.
2. Формализовать способы создания гуманитарного вектора на современном радио.
3. Описать программы гуманитарной направленности на радио «Серебряный Дождь».
4. Сделать типологический анализ программы «О том, как звучат люди».

**Практическая значимость.** Материалы исследования могут быть использованы на занятиях по курсу «Аксиология журналистики» и при подготовке программ на студенческой студии «Планета Радио».

# ГЛАВА I. ГЕНЕЗИС ГУМАНИТАРНОГО ВЕКТОРА В РОССИЙСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

## 1.1. Постановка проблемы дегуманизации медиапространства

Многими исследователями осознается и активно обсуждается проблема дегуманизации медиапространства. Так, Вартанова Е.Л., рассматривая данную тему, говорит о том, что «развитие рыночной экономики и становление рынка в самих СМИ очень изменили саму систему российских медиа. Впервые в современной истории появляются условия для самостоятельной деятельности медиаиндустрии. Но в связи с этим журналистика России оказывается в сложном положении, так как новые политические и экономические реалии подталкивают к конфликтам между ожиданиями общества, его различных институтов и результатами деятельности СМИ [Вартанова 2009, с. 451-462]».

Продолжение данной темы имеется и в другой работе этого автора «Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики». В ней уточняется, что «СМИ в условиях рыночной экономики принимает двойственный характер, который определяет их вовлеченность и в механизмы распространения потребительских товаров, стимулирования потребления, и в социально-политическую жизнь общества, формирование общественного мнения, сохранение единой культуры и языка. При этом предприятия СМИ не могут ставить в центр своей деятельности коммерческий интерес, так как СМИ в первую очередь – важнейший социально-политический институт [Вартанова 2013, с. 7-18]».

Данная тема нашла отражение в работе Горохова В. М. и Гринберг Т. Э. «Гуманизация массовых информационных процессов в рамках открытого общества». По их мнению, «в настоящее время массовые информационные

процессы часто используются властью или СМИ в угоду чьих-то интересов. Сплошь и рядом можно увидеть, как в общество «вбрасывается» информация, необходимая политической или финансовой элите, но совсем не совпадает с информационными интересами большинства людей. А СМИ распространяют информацию, которая не ведет к возвышению духовных ценностей, совершенно не способствует социальной ориентации людей, а направленную на достижение других, зачастую манипулятивных интересов [Горохов, Гринберг 2003, с. 22-23]».

Во многих работах поставлен вопрос о разработке путей гуманизации журналистики и СМИ, о нахождении баланса между коммерческой составляющей и общественным назначением.

Одной из таких работ является диссертация Хлебниковой Н. В., которая затрагивает тему общественных инициатив в медиапространстве гражданской журналистики и утверждает, что «для современных журналистов, редакторов ценности гражданского общества не являются главными, что соответственно отражается на информационной политике СМИ. В связи с этим выбор повестки дня исключает факты, которые на самом деле являются общественно значимыми. Редакции переживают сложный период: падение тиражей, снижение поступлений от рекламы, уменьшение аудитории. Гражданская журналистика не принесет редакции «быстрых» денег, но СМИ все же должны повернуть свои предпочтения к общественной сфере [Хлебникова 2011, с. 11]».

Размышляя, как сделать СМИ полезным людям, Дзялошинский И. М. приходит к выводу, что «журналистам следует рассматривать аудиторию не как пассивных наблюдателей, не как жертв обстоятельств, а как участников решения важных вопросов. Данная журналистика самоопределяется в таких терминах, как «гражданская», «гуманитарная» журналистика, журналистика соучастия. Основная функция такой журналистики – создавать среду для равноправного диалога между различными социальными группами, в ходе которого могут разрешиться социальные противоречия [Дзялошинский 2006,



с. 9-10]». Соглашаясь с предыдущим автором, Баутина П. В. в своей диссертации уточняет, что «предметом журналистского интереса в таком случае является проблема, которая волнует общество, а точнее – проблема, которая затрагивает жизненные интересы значительного количества людей [Баутина 2009, с. 10]».

По утверждению Бережной М. А. «социальная проблематика оказывается востребованной всеми каналами передачи [Бережная 2009, с. 88]». Мысля в том же направлении Фролова Т.И. пишет, что «принцип драмы привлекает аудиторию и повышает конкурентоспособность [Фролова 2006, с. 3]». Несмотря на это, Ясавеев И.Г. в своей работе «Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации» замечает, что при этом «российская общественность испытывает усталость сострадать и эмоциональное выгорание. Такое положение дел складывается из-за интенсивности потока сообщений о преступлениях, террористических актах, замерзших городах и подобных событиях [Ясавеев 2004, с. 149-153]». Как писал Энтони Даунс «жалкий образ вымазанной нефтью птички или мертвого солдата бледнеет после того, как видишь это дюжину раз [Даунс 1972, с. 39-50]».

Такая глобальная задача, как гуманизация СМИ и журналистики, не может быть решена просто и в короткие сроки. Однако, на наш взгляд, важно углубиться в историю отечественной журналистики и указать на тот опыт, который может стать опорой в поисках современных решений.

В научной литературе часто упоминается, что у отечественной журналистики есть ряд исторически сложившихся особенностей. Примечательно, что данная специфика имеет непосредственное отношение к гуманитарной повестке, подчеркивает ее особое гуманистическое начало.

В своей работе «Теория журналистики: моделирование и применение» теоретик журнализма отмечает: «Самобытность проявляется в таких чертах, как человеческий приоритет – не декларирование прав человека, как это принято на Западе, а искренний интерес к личности другого человека,

сопереживание, сочувствие ему. Это больше всего проявляется в распространенности очерковых форм: труд – первостепенный объект понимания и отражения; конструктивность анализа отражается в деловом сотрудничестве с органами управления, поиск выхода из ситуаций, а не только указание на них; коллективистское начало - как способ сращивания прессы с жизнью населения: привлечение к редакционной работе народных корреспондентов и авторов писем [Корконосенко 2010, с. 151-158]».

Особенности русской культуры так же освещаются в работе Мансуровой В. Д. «Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации». В монографии дается понимание того, что «правда, как категория нравственная, важнее отвлеченной истины как категории знания. Истина, не связанная с добром, справедливостью, не расценивается как правда. Правда-истина в представлении русского журналиста не может быть злой, несправедливой. В традициях русской ментальности слово, мысль расцениваются как дело. Свободомыслие – всегда поступок. Русская публицистика формировалась как воздействие словом ради конкретного действия. Вся история российской журналистики, проникнутая идеей всеобщего блага, абсолютно конкретна деяниями журналистов во благо ближнего [Мансурова 2002, с. 146-154]».

## **1.2. Идея общественного служения в дореволюционной журналистике**

История отечественной журналистики XVIII – XX веков тесно связана с идеей общественного служения. Так, в монографии Миронова Б. Н. «Социальная история России периода империи», особым образом отмечается: «дореволюционная Россия являлась сословным монархическим обществом, отличительными чертами которого были: архаичная социальная структура, отсутствие социальных прав и свобод, бедность и нищета

основных масс населения [Миронов 2003, с. 24]». Моряков В.И., в рамках социологизированного подхода, пишет: «Самодержавие во второй половине XVIII века, стремясь сохранить существующий строй, становилось консервативной силой и препятствовало прогрессивному развитию страны как в социально-политическом, так и в культурном плане. Сдвиги в социально-экономическом развитии страны определили развитие общественно-политической мысли [Моряков 1994, с. 3-4]».

Тем не менее, просветительская идеология, через идеи добра, гуманизма, справедливости находила яркое отражение в культуре и журналистике того времени. Материалы социальной тематики часто появлялись на страницах отечественных изданий даже тогда, когда еще отсутствовало публичное понимание о социальности как таковой, когда не существовала социальная политика как самостоятельное направление активности государства и общества. Уже в первой российской газете «Ведомости» встречается информация, в которой внимание уделяется социальным аспектам, тесно связанными с гуманитарной спецификой.

Фролова Т.И. считает, что «академическая журналистика и связанная с ней деятельность Ломоносова М. В. обогатили практику прессы новыми смыслами, и в первую очередь идеей общественного служения, в то время понимаемой как просветительская миссия [Фролова 2014, с. 60-61]». В историю печати Ломоносов М. В. вошел также как основоположник отечественной концепции социальной ответственности прессы, воплотившейся в этических нормах профессиональной деятельности журналиста в знаменитых «Рассуждениях об обязанностях журналистов при изложении ими произведений, имеющих целью обеспечить свободу научного суждения» [Ломоносов 1952, с. 242-243]. Изучая принципы журналистского образования в трудах Ломоносова М. В., Жилавская И. В. приходит к выводу, что «уже XVIII веке было понятно, что журналистика не может быть только ремеслом. Задолго до формирования медиарынка он увидел опасность продажной журналистики, подчеркнул, что журналист должен обладать

высокой нравственной культурой [Жилавская 2014, с. 2]». Так же нельзя обойти вниманием его письмо «О сохранении и размножении русского народа» [Ломоносов 1950, с. 598]. Изучая русскую историю, Пыхтин С. П. замечает, что «Ломоносова волновало не «общечеловечество», а русский народ, на плечах которого издревле покоилось государственное величие Российской империи. Ученый прекрасно понимал, что наука – это не отвлеченная от жизни теория, а средство, создавая которое, конкретный народ обеспечивает себе земное существование. Русская наука должна служить, в первую очередь, русскому народу и его процветанию [Пыхтин 2011, с. 5]».

На первых этапах становления российской журналистики социальная тематика была представлена не достаточно широко, но со временем количество публикаций социально-гуманитарной направленности постоянно увеличивалось в печатных изданиях. Как пишет в своей работе «Русская литература и журналистика XVIII века» Татаринова Е. Л., «частная журналистика, которая зародилась в России в эпоху Просвещения, выносила на повестку остросоциальные проблемы. Просветительская деятельность Новикова оставила большой след в русской литературе [Татаринова 2001, с. 177]». В книге «История русской журналистики XVIII–XIX веков», редактором которой является Западов А. В., так же обсуждается деятельность Новикова, уточняя при этом, что «он открыто дал понять, что сочувствует крепостным и осудил бесчеловечных господ. Его материалы с сатирической остротой показали, что вопрос о положении крестьянства имеет важнейшее государственное значение [Западов 1973, с. 114]». Макогоненко Г. П., продолжая обсуждение влияния творчества Новикова, добавляет, что «в противовес другим он поставил своей задачей пробудить в русском обществе инициативу, создать влиятельное общественное мнение, воспитать сознательных патриотов, способных сочетать здравые национальные традиции и достижения новейших поколений русских людей

[Макогоненко 1976, с. 11]». Именно в этот период в российской печати впервые прозвучали идеи самоценности человека и его естественных прав.

Татаринова Е. Л. в своей работе так же говорит о Радищеве А. Н., авторе «Путешествия из Петербурга в Москву», утверждая, что «передовые, прогрессивные тенденции развития русской общественной мысли и литературы нашли свое выражение в его деятельности. Радищев сумел преодолеть историческую ограниченность просветительства, выдвинув идею народной революции [Татаринова 2001, с. 308-309]». «Путешествие» поражает широтой охвата событий и лиц, остротой постановки и решения важнейших социально-политических, нравственных и философских вопросов времени. Множество лиц и событий проходит перед нами, проходят картины жизни людей разных сословий, русская действительность во всей ее противоречивой сложности, в ее общественном, социальном осмыслении. Впервые в русской литературе основной темой книги стала тема народа и признание его главной движущей силой истории [Татаринова 2001, с. 320-321]».

Громова Л. П. не может не отметить «первые опыты провинциальной журналистики, которые дополняют культурный срез и приходятся на конец 1780-х годов. Данная журналистика отражала уклад и культурное развитие регионов [Громова 2005, с. 7]».

Подводя итог вышеприведенным точкам зрения, все семантические узлы гуманитарной журналистики XIX века, Кошман Л. В. формализовал как «Образ России, государственный и частный, и судьба человека [Кошман 2002, с. 15-16]». Несколько раньше в философском дискурсе эта особенность была обозначена так: «Человечность находила отклик во всех русских социальных течениях этого века» [Бердяев 2008, с. 74].

Фролова Т. И. выделяет в журналистике первой половины XIX века несколько важных тенденций: русская литература, вступившая в эпоху реализма, отражала глубокие раздумья о судьбах Родины (это отражено в творчестве Пушкина А. С., Лермонтова М. Ю., Гоголя Н. В.), но с другой

стороны, - искусство и литература начали обращать внимание на простого человека: образ «маленького человека», беззащитного перед лицом всемогущего и антигуманного бюрократического государства и взывающего к состраданию. Это создавало благодатную почву для демократизации и дальнейшей гуманизации общества и журналистики [Фролова 2014, с. 61]».

Середина века приходится на расцвет жанра «очерк». Он открывает много интересного о русских людях прошлого столетия, «среднего» и «низшего» сословий общества, об их думах и надеждах, нравах и обычаях, мимо чего зачастую проходила «большая литература». Силами очерка была раскрыта действительность жизни. Разнообразные формы очерка активизировались в годы общественного подъема. Он символизировал общую «отзывчивость», активное вмешательство в жизнь.

В книге «Русский очерк. 40–50 годы XIX века» формализована типология и динамика жанра: «В начале 40-х годов в русской литературе появляется особый вид очерка – «физиологический». Литература того времени стремилась к широкому охвату жизни всех сословий. В очерковой литературе выдвигался на первый план народный герой, в ней показывали себя люди «фона». Главная цель такой литературы – сосредоточить свое внимание на «эпизодических» людях. Упор делался на нарочито подчеркнутым раскрытии общественных причин бед и несчастий человека. По социальной иерархии русский «физиологический» очерк не поднимался выше купцов и чиновников. Естественнаучная точность целиком вращалась на установлении «условий», социальных мотивировок бытия людей, живущих в материальной нужде. Очерк стал социально-злободневным, с русскими «проклятыми вопросами», с сочувствием «маленькому человеку». С прямотой физиолога-врача говорится об удручающих, грязных сторонах жизни, при этом возможные отвращение и безразличие побеждаются высоким чувством долга честного общественного аналитика, который воодушевлен идеей раскрытия тайн недуга, избавление

от которого всем должно принести облегчение и радость [Кулешов 1986, с. 5-18]».

Во второй половине XIX века самые значительные события связаны с развитием гражданских начал общественной жизни. «Современник» и «Отечественные записки»: Некрасов Н. А., Чернышевский Н. Г., Добролюбов Н. А., Салтыков-Щедрин М. Е. оказали мощное влияние на рост национального самосознания и критических настроений, ориентированных на гуманизацию общественных отношений.

В последнюю треть XIX века редакции начинают уделять внимание разным формам взаимодействия с читателями, становятся центрами благотворительной деятельности. Трудно представить себе любой российский журнал или газету XIX века, где не было бы постоянной рубрики «Благотворительность».

Особый вклад в освещение благотворительности в СМИ внесла Темичева Е. В., которая в своих штудиях пришла к выводу, что «во всех дореволюционных журналах и газетах постоянно публиковалась хроника частной благотворительности, героями которой становились как богатые известные люди, так и простые граждане, в том числе пожелавшие остаться анонимными.

В России выходили сотни изданий, обращавшихся к благотворительной тематике: от специализированных журналов до одноразовых листовок, сопровождавших особые акции помощи [Темичева 2008, с. 199]».

По типологии изданий в логике Фролова Т. И. можно выделить следующие группы:

- Светские издания универсального содержания, в которых проблемы благотворительности занимали ведущее место.
- Специализированные благотворительные журналы, издававшиеся благотворительными обществами и частными лицами на постоянной основе («Вестник благотворительности», «Трудовая

помощь», «Братская помощь», «Призрение и благотворительность в России», «Детская помощь», «Тюремный вестник»).

- Издания, сопровождавшие специальные акции: газеты, листки («Белая ромашка», «Белый цветок», «Колос ржи», «Красное яичко», «Дети – наша надежда»).
- Духовные издания (проповеднические и нравственно-религиозные журналы «Духовная беседа», «Русский паломник», «Весточки утешения»).
- Церковные издания (епархиальные ведомости, в которых тема участия прихожан в благотворительной деятельности была ведущей).
- Органы благотворительных обществ и учреждений призрения («Вестник Красного Креста», «Вестник попечительства Государыни Императрицы Марии Федоровны о глухонемых», «Вестник попечительства о народной трезвости», «Журнал Императорского человеколюбивого общества», «Наш долг»).
- Специальные издания для беженцев, военнопленных, раненых воинов и т.д. («Жизнь беженцев», «Известия отделения лазарета при женской гимназии Ряхиной В. А.», «Русский инвалид», «Босяк»).

«Основными разделами всех изданий были хроника пожертвований, заявления о помощи, статистические данные, отчеты о работе благотворительных обществ, освещение практики в системе призрения и т.д. Главная их задача – оповещать читателей о состоянии дел на ниве благотворительности, вовлекая в ряды жертвователей людей всех сословий и любого достатка. Отечественная благотворительная пресса была едина в понимании того, что благотворительность укрепляет и объединяет нацию, является залогом ее нравственного здоровья [Фролова 2005, с. 3-12]».



Среди авторов последней трети XIX века, которые обладали особым даром социальной диагностики, следует назвать таких деятелей, как Успенский Г. И. (циклы очерков «Нравы Растеряевой улицы», «Из деревенского дневника»); Успенский Н. В. («Очерки народного быта», «Уездные нравы»); Короленко В. Г. (серия зарубежных и судебных очерков); Гиляровский В. А. («Трущобные люди», «Московские нищие», «Москва и москвичи»); Дорошевич В. М. («Сахалин», «Папильотки», «Сцена», «Литераторы и общественные деятели», «Старая театральная Москва»). Этим авторам предоставляли трибуну лучшие издания эпохи: такие, как демократический журнал «Отечественные записки», народнический журнал «Русское богатство», издания русской интеллигенции – журнал «Русская мысль» и газета «Русские ведомости»; самая популярная дореволюционная газета «Русское слово».

Рощина О. В., изучая социальную очеркистику того времени, приходит к выводу, что «социальный «срез» героев данных очерков в полной мере отражает модель современного им общества. Они демонстрируют живой интерес к жизни различных сословий русского общества, в первую очередь – «низшего» и «среднего» классов. Одна из ведущих тем Гиляровского В. А. – это мир опустившихся под влиянием неблагоприятных социальных условий, всеми забытых изгоев общества. Человеческое равнодушие и черствость по отношению к «оступившимся» ужасают писателя. Но Гиляровский В. А. выступает не только с позиции социальной диагностики, но и с позиций социальной дидактики, выявляя главные факторы деградации личности «трущобника» - дурное воспитание и неблагоприятную социальную среду [Рощина 2012, с. 49-54]».

Именно в это время становится востребованным жанр репортажа. Значение термина «репортаж» дается в книге Тертычного А. А. «Жанры периодической печати». «Понятие возникло в первой половине XIX века. Первоначально этот жанр представляли публикации, извещавшие читателей о ходе судебных заседаний, различных собраний. Своеобразие публикаций,

относящихся к жанру репортажа, возникает в результате «развернутого» применения метода наблюдения и фиксации в тексте его хода и результатов. Но для репортера важно не просто наглядно описать какое-то событие, а вызвать сопереживание читателя того, о чем идет речь в тексте [Тертычный 2014, с. 129-135]».

Есин Б. И., изучая репортажи Гиляровского В. А., замечает, что «в отечественной практике репортаж изначально стал самым демократичным жанром: город и его жители, события и происшествия местного значения составляли главную сферу интереса репортера. Репортаж отличают широкое использование образных средств, живой эмоциональный язык, динамичный показ событий. Он не столько сообщает о событии, сколько показывает его через восприятие автора — участника или свидетеля происходящего. Таковы лучшие репортажи Гиляровского: «Подземные работы в Москве», «Солнечное затмение под Москвой», «Катастрофа на Ходынском поле», «Ураган» и многие другие [Есин 1985, с. 14]».

Журналистика России всегда отличалась от коммерциализованной прессы Запада погруженностью в социальную проблематику и приоритетом духовных ценностей над материальными. В большей мере этому способствовала русская интеллигенция, сформировавшаяся в XIX веке и ставшая главной направляющей силой духовного развития страны в последующий период. «Русская интеллигенция стремилась сблизиться с народом не только в духовном, но и в социальном смысле» - уточняется в работе Воронцова В. П. [Воронцов 2008, с. 9]. В работе Фроловой Т.И. так же подчеркивается, что «идея неоплатного долга интеллигенции перед народом, ее «нужности» народу долгие годы и десятилетия питала общественную активность интеллигенции, ее социальные и философские воззрения. Именно представители интеллигенции стали той социальной базой, на основе которой в конце XIX – начале XX века формировались партии и движения, выдвинувшие на повестку дня политические и социальные требования разных слоев общества [Фролова 2014, с. 64]».

### 1.3. Отражение гуманитарного направления в советский период

Продолжая гуманитарную направленность, советская журналистика существенно изменила вектор. Тема маленького человека, представителя социального низа, благотворительность ушла на периферию или исчезла совсем. Основными социальными достоинствами построенного общества считались отсутствие безработицы и социальная защищенность людей, дававшая им «уверенность в завтрашнем дне». В СССР социальные блага распределялись через фонды общественного потребления, значительная часть – через производственные коллективы. Были бесплатными образование, здравоохранение, предоставление жилья, занятия физкультурой и спортом, многие формы досуга. Действовала система государственного регулирования цен, обеспечивающая доступность товаров и услуг. Развитие социальной сферы определялось как рост жилищного строительства, числа учителей, врачей и т.д. существовала обширная система льгот. Каждому члену общества гарантировался определенный (как правило, не высокий по стандартам современных развитых государств) уровень потребления в зависимости от его социального статуса.

Но при этом, как отмечает Фролова Т. И., «всеобщность и бесплатность социальных услуг еще не означала их повсеместной доступности высокого качества. Понятие «дефицит» в социальной сфере автоматически устраняло безвозмездность. Решение самых простых житейских проблем требовало немалых усилий – необходимость «достать», «устроить», «договориться» прочно вошла в повседневный обиход и существенно деформировала все отношения в сфере социального обустройства. Человек превратился в жертву государственной заботы: реализация декларированных социальных прав сопровождалась постоянным психологическим давлением и унижением человеческого достоинства; люди, причастные к распределению благ, приобрели особый неформальный статус. Фактически невозможность выхода

за пределы предписанного уровня потребления существенно ограничивало экономический рост государства. Такая социальная политика привела к формированию совершенно особого, советского образа жизни, отношений, моралей и ценностей. Качество жизни не было высоким, однако в отношениях между людьми, в образе жизни было много действительно ценного [Фролова 2008, с. 112-113]».

Патерналистская культура в журналистике, придя из других сфер общественной жизни, приводила к упрощению и выхолаживанию социальных связей, снижению социальной проблематики до социально-бытовой. Идеологический контроль, однако, и в этой узкой сфере не позволял выявлять и обсуждать действительно серьезные проблемы. Складывалось ощущение, что их не существовало в действительности или они не являются важными. «Запретные темы» и морализаторство можно читать визитной карточкой прессы того времени. Традиция недооценки социального, личностного, пренебрежение правами человека настолько глубоко «поселились» в общественном сознании, что и сегодня эти последствия остро ощущаются. В советский период в освещении социальных проблем был и позитивный опыт: упрощенная, насквозь идеологизированное, одностороннее отражение социальной жизни, тем не менее, не удаляло из зоны внимания прессы простого человека. Работа с авторским коллективом заметно оживляло социальную проблематику. Были свои герои, были общие ценности и социальная сплоченность – эти важные для любого общества качества во многом были сформированы прессой. Наконец, пресса советского периода в качестве «коллективного организатора» приобрела немалый опыт решения конкретных проблем повседневности, районные и городские газеты нередко стояли во главе местного сообщества и поддерживали социальную коммуникацию [Фролова 2008, с. 119-120]».

Пельт В. Д. так же отмечает, что «пропаганда научных и теоретических принципов, распространение самых прогрессивных и подлинного гуманистических взглядов на историю и природу общественного развития

всегда являлись первостепенными задачами коммунистической партии и ее периодической печати [Пельт 1975, с. 100]».

По мнению Бережной М. А. «в журналистике советского периода проявлялась снисходительное отношение к условиям обыденной жизни, вторичность проблем социальной сферы [Бережная 2009, с. 128]». Но интерес к повседневному, личному, семейному был всегда. Изучаемые специалистами предпочтения аудитории в весьма значительной мере является отражением не только того, чего хочется, что нравится, но и того, что возможно, реально. В выраженных интересах всегда присутствовал их собственный опыт: читающая публика была приучена к тому, что о повседневном, личном, бытовом пишут мало.

Проводя изучения аудитории печатных СМИ, Фомичева И. Д. выяснила, что немногочисленные контент-аналитические замеры содержания газеты и лекционной пропаганды советского периода показывали, что именно повседневной жизни в международных разделах уделялось меньше всего внимания. То же по всем каналам массовой информации происходило и с внутренней тематикой [Фомичева 2011, с 220-221].

Однако, как замечает Фролова Т. И., «вопреки господствующей идеологии, советское время сформировало в сознании общества немало ценных начал. Господство эгалитарности часто подвергается критике современными исследователями, но благодаря этому получили развитие большое количество черт, которые необходимы для построения гражданского общества: социальная защищенность, личная честность, взаимоуважение, достоинство и труд простого человека, справедливость, взаимовыручка, искренность и дружеское бескорыстие. Лишь в недавнее время современное российское общество осознало распад прежней социальности не только как историческую смену укладов, но и как потерю многих гуманитарных ценностей [Фролова 2014, с. 65]».

Как отмечает Жирков Г. В. в своей работе «Ценности советской эпохи в журналистике»: «Особое место в содержании советских газет отводилось

теме труда, как главного человеческой ценности, а главным героем являлся человек труда. Тематическую основу прессы составляла пропаганда труда на благо Родины, отношение к труду, воспитание через него лучших человеческих качеств. Незначительность материального стимулирования к производительному труду компенсировалась существовавшей аурой почета и уважения к работающему человеку [Жирков 2012, с. 47-54]».

Стровский Д. Л. в своей книге «Отечественная журналистика новейшего периода» доказывает: «Внимание СМИ того времени было сосредоточено на многих явлениях повседневной жизни: трудовых достижениях советских людей в ходе индустриализации и коллективизации, подвигах во имя Родины (например, перелет через Северный полюс). Отдельного внимания заслуживает Великая Отечественная Война, которая сформировала особый содержательный уровень СМИ, высокую степень их эмоционального восприятия. Одной из основных журналистских тем стало раскрытие образа советского человека – строителя социализма, который верит в идеалы нового общества и готов отстаивать их в бескомпромиссной борьбе с идейным, классовым врагом, пережитками прошлого.

СМИ всегда стояли перед нравственным выбором, что определяло тональность их повествования. Журналистика всматривалась во внутренний мир современников, давала оценку их мыслям и поступкам, стремилась увидеть за отдельными фактами и событиями общественно значимые явления. «Несмотря на политическую заданность, публицистика того времени унаследовала идеи русской философии с ее стремлением к проблемному восприятию окружающего мира, поиску «абсолютной» истины [Стровский 2011, с. 105-106]».

Исследователь отмечает, что «в советской журналистике всегда фигурирует образ положительного героя. Им является человек, способный к самоотдаче, способный принести себя в жертву ради будущего нашей страны. Он, как маленькая частичка всего советского общества, вместе со своим народом уверенно смотрит в будущее; ему не свойственны сомнения

и робость в достижении своих планов. Положительные герои жестко противопоставлены проблемным героям, которые в своем восприятии жизненных ценностей отходят от общепринятых норм мышления и поведения [Стровский 2011, с. 126]».

Как отмечают исследователи, в частности Калашникова Л. И., «со временем, и особенно в послевоенный период, герой становится сложнее, реальнее, богаче, его жизнь – гораздо полнее и разнообразнее. На данном этапе проблемы экономические, производственные связаны с проблемами этическими, с идейными качествами человека. Научно-техническая революция, экономическая реформа требуют не только высокой профессиональной подготовленности и знаний, но и глубоких психологических перемен: в подходе человека к труду, к обществу, к коллективизму [Калашникова 1975, с. 4-5]». По словам Фроловой Т.И. «герой стал изображаться в сложных ситуациях нравственного выбора. Набирают популярность проблемный и портретный очерк, в котором рассматриваются социально-экономические и нравственно-психологические проблемы через судьбы современников. Догматизм, схематичность и стереотипность изображения человека уступают место естественности, психологичности, проблемности, внутренним конфликтам, неоднозначным жизненным ситуациям и героям.

Именно в это время свои способности продемонстрировали такие журналисты, как Аграновский А. А., Тэсс Т. Н., позже Песков В. М., Богат Е. М. и многие другие. Опередив свое время, Кольцов М. Е. еще в довоенный период показал огромные возможности метода включенного наблюдения, который впоследствии получил широкое распространение в советской и российской журналистике, открыв читателю смысл проникновения в глубины повседневного бытия [Фролова 2014, с. 66]».

#### 1.4. Новая гуманитарная повестка постсоветского периода

Смена исторического уклада повлекла за собой базовые трансформации в журналистике. Декан журфака МГУ отмечает: «Перемены обусловлены экономическо-политической спецификой переходного периода, начавшегося в 1990 г., своеобразием социальных процессов и культурных традиций России. Данные факторы оказали заметное воздействие на современную модель российской медиасистемы и на функционирование журналистики, понимание журналистами своей миссии и природы профессии [Варганова 2013, с. 7]».

Перемены в укладе общественной жизни страны привели к изменениям средств массовой информации. В переходный период от административно-командной системы управления экономикой к рынку, от тоталитарного режима к правовому государству, от приоритетов идеологических ценностей одного класса к общечеловеческим ценностям и им приходится адаптироваться к новой социально-экономической и политической ситуации.

Автор нескольких учебников по истории отечественной журналистики говорит о том, что «провозглашение демократизации и гласности открыло перед средствами массовой информации возможность анализировать события и явления, поднимать серьезные проблемы и предлагать пути их решения. На первый план в СМИ выступали задачи правдивого отражения действительности, информированность, компетентность, профессионализм [Овсебян 1999, с. 163]». При этом выделяется точка зрения Римашевской Н. М., которая утверждает, что «деформация социальной сферы, разрушение всей прежней системы социальных отношений в новых политико-экономических условиях, дали обильную пищу для публичных обсуждений. Открытие новой проблематики сочеталось с размежеванием мнений по поводу основных общественных ценностей [Римашевская 2003, с. 186-189]». Как замечает Фролова Т. И., «в 90-х годах освещение проблем человека и его



связей в социуме резко снижается. В общественной повестке дня более востребованными оказались политическая интрига и раздел собственности. Лицом российских реформ стали бедность, острейший демографический кризис, общая криминализация жизни и сопровождающий их кризис ценностей, развал процессов социализации [Фролова 2008, с. 120]».

Так же данный автор отмечает, что «один из наиболее тяжелых и опасных процессов, развивавшихся в российском обществе – ценностный вакуум. Это отсутствие четких ориентиров, ценностей, целей, которые ориентировали бы общество и служили бы стимулом активности. Распад традиционной морали, снижение ее значимости приводят к аморальным действиям верхов и апатии, пессимизму низов, разочарованности и социальному отчуждению [Фролова 2008, с. 103]».

В другой своей работе «Предметно-функциональные особенности социальной журналистики» Фролова Т. И. приходит к выводу, что «журналистика, которая так много сделала для разрушения тоталитарного режима, оказалась не готова обсуждать «будничные драмы». Из журналистики вытесняется герой, только конечно если он не связан с какой-нибудь сенсацией, лучше всего политической. Коммерческая модель СМИ вытеснила многие социально и культурно важные для общества «повестки дня», активно продвигая культуру потребления [Фролова 2014, с.151]». Социальная тема того периода переживает не лучшие времена, не хватает журналистов – «социальщиков».

Фролова Т. И. в своей работе «Социальная проблематика» отмечает, что «с середины 90-х годов все более заметной становится коммерциализация. Развивающиеся пресса и телевидение акцентируют внимание не на проблемах человека, которые всегда вызывали интерес аудитории, а на большие тиражи и рейтинги. Место человека в массовой информации сокращается и упрощается. Теперь «человеческий интерес» представляют либо скандалы, сенсации, бытовой криминал, светские сплетни, либо «полезная информация»: путешествия, народная медицина,

продажа товаров общего спроса. Судьба человека становится его личным делом, но никак не предметом всеобщего обсуждения. Гуманитарная повестка расширяется тематически, но идейная бедность становится все более явной. Такая журналистика обращена к человеку, но не решает проблем социальности, гражданского воспитания. Социальные последствия отчуждения прессы от проблем общества в 1990-е годы оказались весьма драматичными. Социальная тема появлялась в СМИ, но почти всегда не приближала решений, а лишь усиливали деморализованность и поддерживали ощущение, что страна не способна выйти из такого состояния [Фролова 2008, с. 120-121]».

Размывание гуманитарного вектора в отечественной журналистике не происходит окончательно. В СМИ XXI века, в силу исторической цикличности, возвращается интерес к человеку и его внутренней жизни.

### **1.5. Гуманитарные ценности современных СМИ**

В последнее время разговоры о гуманитарном назначении журналистики особенно популярны. При этом, как замечает теоретик: «никто из сторон не оспаривает гуманистическую миссию СМИ – профессиональное служение, которое несет благо обществу и человеку. С развитием информационных магистралей открываются огромные возможности для развития человеческих способностей, образования и просвещения. Но сейчас многие стали выражать тревогу, вызванную противоречивым характером происходящих трансформаций, так как обнаруживаются опасные моменты таких изменений для человеческого развития: коммерциализация и приватизация медиапространства, товаризация информационных продуктов, незащищенность от недоброкачественной информации и другие [Фролова 2014, с. 150]».

Стровский Д. Л. в информационной сфере выделяет несколько тенденций:

- Наличие огромного объема информации. Она страдает отсутствием приоритетности и как следствие само понимание новости становится неустойчивым в сознании массовой аудитории, что приводит к ее равнодушию по поводу транслируемых фактов. Трагедии воспринимаются отстраненно, что приводит к потере смысла всего происходящего.
- Хроникальная информация зачастую подменяет собой просветительскую, проблемно-аналитическую информацию. Аналитическая функция российских СМИ оказалась не востребованной, но активно развивается развлекательное вещание.
- Активизировалась развлекательная информация. Это происходит из-за невозможности СМИ создать всестороннее обсуждение проблем дня.
- Усиливается скандальность и «желтизна» информации. Низкий уровень информационной и эстетической культуры, пошлость, смакование человеческих пороков и другие, далеко не лучшие проявления человеческой природы.

Развлекательный контент создается для того, что бы привлечь массовую аудиторию, дать ей отдохнуть, на время притупить в ее сознании сложности современной жизни. Это формирует упрощенную картину окружающего мира. Тиражирование в СМИ искусственной картины мира ведет к общей отстраненности людей от информационной культуры. Значительная часть аудитории интуитивно ощущает, что создаваемая журналистами действительность имеет мало общего с ее повседневными заботами. В итоге оказывается невозможным ставить вопрос о формировании гражданского сознания людей [Стровский 2011, с. 323-329]».

Горохов В. М. и Гринберг Т. Э. в своих исследованиях приходят к выводу, что «массовая информация дегуманизируется, становится в лучшем случае рекламно-потребительской, в худшем – политически-экстремистской, при этом часто лишается своего содержательного смысла. Современный человек зачастую заменяет ум информированностью, гуманизм – спонсорством, что на наш взгляд, может послужить серьезной причиной общественной деструкции дальнейшего развития [Горохов, Гринберг 2003, с. 24]».

В одной из глав работы «Проблематика СМИ: Информационная повестка дня» делается акцент на том, что «перечисление социальных проблем и их оценка не могут дать полного представления о состоянии социальной сферы и динамике социальных процессов. Важными являются и количественные показатели – социальные индикаторы, которые наглядно показывают уровень социального развития страны.

Выделим несколько методик выявления количественных показателей. Наиболее популярной является методика измерения социального состояния общества, которая разработана под руководством академика Г. Осипова. Ее суть в сопоставлении предельно допустимых критических показателей развития общества (которые известны мировой практике) с реальными показателями (конкретного общества в определенный период) и выявления на их основе опасных тенденций.

Еще один индикатор – индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП). Впервые этот показатель появляется в 1990 г. В докладе ПРООН «Отчет по человеческому развитию». Основными показателями, которые определяют индекс в каждой стране, являются:

- Ожидаемая продолжительность жизни – в интервале 25-85 лет;
- Уровень образования – грамотность взрослого населения и количество учащихся в возрасте до 24 лет;
- Уровень доходов – доход на душу населения в пределах 100-40000 долларов.

Они отражают главные социальные качества общества – здоровую жизнь, образование, достойные человеческие условия жизнедеятельности. ИРПЧ колеблется в пределах от 0 до 1 и рассчитывается по специальной методике. Развитые страны попадают в интервал 0,8 – 1, развивающиеся – 0,5-0,8, слаборазвитые – менее 0,5.

Согласно этой методике в 1992 г. Российский ИРПЧ составлял 0,849, занимая при этом 52 место из 174 стран. К 1995 году страна переместилась еще ниже, а к началу века стала снова подниматься. В последние годы российский ИРЧП (0,792) позволяет нашей стране занимать лишь 67 место».

Оценивая современные СМИ с позиции соответствия гуманитарным ценностям, стоит обратиться к работе Фроловой Т. И. «Гуманитарная повестка общероссийской газетной периодики: концепция и анализ практик». «Относительно печатных СМИ сегодня ситуация обстоит совсем иначе, чем в 1990-е годы, когда социальная тематика либо замалчивалась, либо была представлена сенсациями. В качественной прессе проблемы человека и общества на данный момент осознаны, но в основном это признание происходит только на словах. Практическая суть проблемы состоит в том, что для транслирования гуманитарно-социальных проблем многими журналистами и изданиями не найдены форматы, соответствующие стилистике качественных СМИ. Они продолжают видеть социальную сферу исключительно в «одеждах», знакомых по практике коммерчески ориентированных изданий, в результате чего значительная часть реалий оказывается за пределами их внимания. Политизированность качественной прессы имеет ряд конкретных проявлений: это недостаточные объемы присутствия социальной проблематики; позиционность, подчас граничащая с тенденциозностью и подчиняющая широкие человеческие реалии интересам отдельных групп; избирательность персонификации; недостаток эффективных форм.

Что касается массовых изданий, то часть из них – «желтая» пресса достаточно превратно трактует человеческий интерес и гуманитарные

ценности. Их стилистика строится на упрощениях, повышенном внимании к скандалам, перенасыщенности практическими советами. Однако при учете состояния социальной сферы в качественных изданиях, где она уступает и по объему, и по значимости, и по качеству исполнения - другим тематическим повесткам. Массовая пресса делает ставку на привлечение широкой аудитории, поэтому разнообразный «человеческий интерес» составляет большую часть контента. Так же в текстах других тематических направлений зачастую прочитывается гуманитарный подтекст [Фролова 2014, с. 4]».

Проанализировать рынок журнальной прессы нам поможет работа Фроловой Т. И. «Социальная проблематика в российской журнальной периодике». «Разнообразные журналы наглядно демонстрируют огромный потенциал гуманитарной повестки. Журнальная периодика примечательна тем, что в ней находят отражение многие социально-гуманитарные проблемы, которые не освещаются в общенациональных изданиях. Важные с точки зрения формирования социальной общности и гуманитарного мышления проблемы решаются в более узком кругу.

Интенсивно развивающийся журнальный сегмент – журналы «человеческого интереса». Они характеризуются важной тематикой: здоровье, семья, внутренний мир личности. Данная тематика всегда притягивала интерес аудитории. Но реклама ставит под сомнение миссию журнала. В концепциях данных журналов есть тревожные тенденции, одна из них – иллюзорность решения знаковых для профильной аудитории проблем, под видом которых осуществляются коммерческие цели издателя.

Следующая группа журналов непосредственно обращена к социальной проблематике – это пресса по вопросам педагогики и образования. Типологическая структура педагогической прессы явно не сбалансирована. Давно сложившаяся структура отражает традиционную концепцию образования: 80-90 % - это профессиональная пресса, которая представляет прежде всего внутрикорпоративные интересы, которые не всегда совпадают с общенациональными.

Аналогичная ситуация и в прессе, адресованной работникам социальной сферы. Социальна она только по предмету освещения, а по подходам так же профессиональная [Фролова 2014, с. 6]».

Как указывается в работе Аникиной М. Е., «основным источником информации для россиян является телевидение, что указывает на его высокий общественный потенциал. При этом в контексте задач социальной журналистики одни и те же специфические особенности могут как способствовать решению, так и создавать препятствия. Информация с телеэкрана воспринимается целостно, но фрагментарно, что препятствует глубокому пониманию. Информационная насыщенность и визуализация создают иллюзию понимания смысла, но при этом не остается места аналитическому восприятию сообщений. Принцип драмы привлекает аудиторию, что способствует конкурентоспособности ТВ в освещении социальных проблем по сравнению с другими СМИ, заставляя сопереживать экранным героям, но одновременно с этим способствует преждевременному эмоциональному «сгоранию» аудитории.

Острые социальные программы балансируют на грани между общественной пользой и развлечением. При этом не всегда эта грань сохранена и драма превращается в шоу. Новые экономические условия медиапроизводства являются одним из главных факторов, определяющих контент, вследствие чего социальные по материалу программы становятся все более развлекательными. Исследователями подтверждено, что доля развлекательных программ растет, увеличивается количество и объем информационных программ, сокращается просветительское и документальное вещание [Аникина 2010, с. 130-131]». «За последние десятилетия «сформировался особый характер современного российского ТВ, часто управляемого стремлением телекомпаний извлечь наибольшую коммерческую выгоду, а не желанием учесть интересы и потребности общества» [Аникина 2010, с. 133]». В связи с этим, по наблюдениям Фроловой Т. И., «возникает опасная тенденция: экран наполняется

программами с острой социальной проблематикой, но при этом их эффективность невысока, так как большая часть проблем «забалтывается» или превращается в приманку для зрителей [Фролова 2014, с. 68-71]».

Описанные ранее стратегии не ушли в прошлое, но со временем их начали теснить другие, более адекватные потребностям общества. Появляются новые социальные сюжеты. Можно выделить имена журналистов, которые получили профессиональное признание благодаря своей приверженности проблемам человека и работающих на основе гуманистических принципов – Соколов-Митрич Д. В., Мурсалиева Г. Ш., Панюшкин В. В., Батенева Т. А., Алленова О. В., Ахмедова М. Г. и другие. Основным результатом развития гуманитарной повестки стал сам факт ее включения в информационное поле.

Основываясь на трудах Фроловой Т. И. «можно сложить своеобразные логические цепочки.

Информация – идеи – технологии

Суть которой можно обозначить так. Нам нужна полная и всесторонняя информация о жизни общества. Полнота информации рождает полноценные идеи, а те в свою очередь – эффективные алгоритмы решения проблем, т.е. социальные технологии.

Позитив – партнерство – капитал

Здесь принципиальна ориентация на решение проблем и к пониманию социального партнерства, необходимости договариваться и умножить социального капитала, в отсутствие которого ничего реально изменить к лучшему не удастся.

Компетентность – анализ – эффективность



Журналистам необходимо повышать компетентность, объем знаний в социальной сфере, стремиться к глубине и качеству анализа конкретных ситуаций. Лишь в этом случае можно рассчитывать на серьезное участие журналистики в решении социальных проблем.

Соучастие – ценности – мораль

В социальной журналистике участие самих граждан в производстве информации необходимо: именно оценка любых фактов с позиции интересов общества, доминирование социального подхода позволит найти общие ценности и вернуть обществу мораль.

### **Выводы по первой главе**

Отечественной журналистике имманентны ряд исторически сложившихся особенностей гуманитарного вектора. Эти особенности развивались в определенной динамике от индивидуального к общественному. Тему маленького человека и благотворительности сменили семантические группы, связанные с общественным служением.

На рубеже веков коммерческая модель СМИ вытеснила многие социально и культурно важные для общества «повестки дня», активно продвигая культуру потребления. Цикличность развития российской журналистики позволила сохранить идеалы гуманитарного вектора. Сегодня одними из самых известных становятся журналисты, которые получили профессиональное признание благодаря своей приверженности проблемам человека и работающих на основе гуманистических принципов.

## **ГЛАВА II. ГУМАНИТАРНЫЙ ВЕКТОР СОВРЕМЕННОГО РАДИО НА МАТЕРИАЛЕ ПРОГРАММ «О ТОМ, КАК ЗВУЧАТ ЛЮДИ» (РАДИОСТАНЦИЯ «СЕРЕБРЯНЫЙ ДОЖДЬ»)**

### **2.1. Типологический анализ радиостанции «Серебряный Дождь»**

В 2016 году радиостанция «Серебряный Дождь» обозначила себя как первое гуманитарное радио, обозначив свой основной вектор существования в эфире. Такой подход мог быть рекламным решением или типологической характеристикой.

Любой типологический анализ предполагает определение признаков, присущих данному типу СМИ. Принимая деление типологических признаков, предложенное Акоповым А. И., на типоформирующие, вторичные и формальные, более характерные для периодических изданий, попробуем перенести эти понятия на радиовещание.

Основополагающими типоформирующими признаками для него будут следующие:

1. Владелец радиостанции, то есть, тот, кто финансирует вещание и получает разного рода прибыль. «Серебряный Дождь» относится к частным радиостанциям.

2. Цель вещания - главная идея, объединившая творческий коллектив и владельца радиостанции - получение финансовой прибыли от продажи рекламного времени.

«Серебряный Дождь» ставит перед собой просветительно-культурологические, а также информационно-аналитические цели. Такой вывод можно сделать, взглянув на ряд радиопрограмм Казинника М., Клейна Л., Набутова К., Пронько Ю., Даниловой Д.. Этот список открывают непрофессиональные журналисты, а просветители и культурологи. Далее его

продолжают уважаемые в своем цеху профессиональные журналисты с высоким образовательным уровнем.

3. Целевая аудитория. «Серебряный Дождь» является радиостанцией для людей выше среднего уровня достатка, с ярко выраженной гражданской позицией, занимающихся бизнесом и управлением, а так же людей среднего достатка, и интеллигенции.

Таким образом, первая группа признаков отвечает на вопросы: кто, для кого и с какой целью осуществляет вещание. Все эти три признака неразрывно связаны друг с другом и в совокупности создают тип радиостанции.

Следующая группа признаков - вторичные (зависимые) дает характеристику данного типа радиостанции. Точный выбор этих признаков и их составляющих во многом обеспечивает успех радиостанции. В эту группу признаков мы относим следующие:

1. Формат вещания. В известном учебнике МГУ под редакцией Шереля А. А. «Радиожурналистика» сказано: «Формат — это концепция радиостанции, включающая в себя содержание, ритмы вещания, эстетические нормы программирования, манеру работы ведущих и другие специфические особенности организации передач, а также структурирование программных элементов в соответствии с потребностями целевой аудитории... По существу, формат - это подбор и расположение программных элементов (часто музыкальных записей) в последовательности, способной привлечь и удержать тот сегмент аудитории, в котором заинтересована станция [Шерель 2005, с. 298]».

По форматному признаку «Серебряный Дождь», по степени строгости форматных рамок является широкоформатной радиостанцией, поскольку не придерживается конкретного музыкального стиля или тем диалогов или информационных выпусков. В плане программной политики станции, по утверждению Дмитрия Савицкого, «полная свобода, за исключением национализма, сталинизма, оскорбления чувств верующих или гомофобии

[Скоробогатый 2013, с. 25]». По насыщению эфира радио «Серебряный Дождь» - это разговорно-музыкальная станция. Потому что разговорный контент превалирует в эфире радиостанции.

По типологическому признаку «содержательно-тематическая направленность вещания» радио «Серебряный Дождь» является универсальной станцией, следствием этого обстоятельства является то, что радиостанция «Серебряный Дождь» привлекает очень разношерстную аудиторию, ее слушателями могут стать как устоявшийся бизнесмен, так и представитель молодого поколения.

2. Диапазон вещания: FM. Общедоступная станция, которую большая часть населения слушает в автомобилях и телефонах.

3. Жанровая политика. Использование тех или иных жанров должно быть обоснованным. Неверно стремиться охватить все существующие жанры вещания, так как некоторые из них обладают специфическими особенностями и могут оттолкнуть целевого слушателя.

В ротации «Серебряного Дождя» присутствуют представители совершенно разных жанров от сугубо аналитических, таких как «Просто деньги» Юрия Пронько, до информационных, таких как «Нанонности».

Третья группа признаков - формальные, характеризующие тип вещания с помощью измеряемых параметров. К этой группе признаков следует отнести два признака, которые действительно могут быть измерены:

1. Объем вещания. Определяется по количеству часов вещания в том или ином промежутке времени (от круглосуточного до нескольких часов в неделю), а также «возрастом» радиостанции, то есть сроком выхода в эфир.

Радиостанция выходит в эфир с 4 июля 1995 года. Объем аудитории «Серебряный Дождь» по результатам исследования компании Radio Index на территории Московской области. Среднее количество слушателей в усредненном 15-минутном интервале (AQH '000) – 23,4 тыс. человек. Среднее количество слушателей в усредненном 15-минутном интервале в процентах от заданной целевой группы (AQH %) – 0,22%. Накопленное

суточное количество слушателей радиостанции (Reach Daily '000) — 424,1 тыс. человек. Накопленное суточное количество слушателей в процентах от заданной целевой группы (Reach Daily %) – 4,1%. Суточная продолжительность прослушивания (TSL Daily) – 60 минут. Продолжительность прослушивания в течение недели (TSL Weekly) — 107 минут. В одном из интервью Савицкий Дмитрий признается, что «у «Серебряного Дождя» низкий индекс продолжительности прослушивания из-за неоднородности станции [Скоробогатый 2013, с. 24]».

По объему вещания «Серебряный Дождь» является круглосуточной радиостанцией.

2. Территория вещания. Можно реально измерить территорию в квадратных километрах, но проще обратиться к издавна принятым определениям: городское, всероссийское, всемирное и т. п.

По территории вещания «Серебряный Дождь» относится к группе всероссийских радиостанций, а также радиостанций ближнего и дальнего зарубежья, поскольку она имеет собственную частоту вещания в Москве — 100.1 МГц, а также собственные филиалы в других городах и странах; в интернете на собственном сайте радиостанции (<http://www.silver.ru/>) и через специализированное приложение, которое можно установить, скачав с официального сайта.

## **2.2. Программы гуманитарного вектора на радиостанции «Серебряный Дождь»**

Радио «Серебряный Дождь» по формату является разговорно-музыкальным, потому что разговорный контент превалирует в эфире радиостанции. Уже это дает нам понять, что «Серебряный Дождь» имеет

гуманитарное направление, имея человеческое лицо, формирующееся в дискуссиях.

Программы, выходящие на данной радиостанции можно условно разделить на 2 категории: программы, выходящие в прайм-тайм, и программы, в «периферийное время».

В «Справочнике Технического Перевода» дается следующее толкование данного понятия: «эфирное время на радио и телевидении, в которое аудитория слушателей и зрителей является максимальной по сравнению другими периодами суток [Справочник технического перевода]». Уточним, что на радио это время состоит из двух частей – утренней (с 06.30 до 10.00) и вечерней (с 16.00 до 21.00) в будние дни. В выходные же он приходится на время с 11.00 до 18.00.

Так же программы, выходящие на радиостанции «Серебряный Дождь» можно разделить на несколько категорий.

Большой пласт программ, выходящим не в прайм-тайм составляют музыкальные программы, посвященные истории музыки: «Intelligent Beats» (ведущий Камиказа Ксения), «Melody P.M.» (ведущий Микеев Влад и Горковенко Никита), «Mozcow Dizcow Hi-Fi Edition» (ведущий Виноградский Лазарь), «Mixtape», «НИИ Джаза» (ведущий Аладышев Павел), «Пиратское радио» (ведущая Грин Люся), «Хождение по звукам» (ведущий Ганкин Лев).

Следующую разновидность программ составляют программы «человеческого интереса» и «полезные советы». Информация, которая дается в данных программах является актуальной и полезной: начиная от мест, которые стоит посетить, и заканчивая анонсом последних новинок на рынке технологий. Так же стоит заметить, что во время выпуска таких программ (кроме оглашения спонсора программы) не дается дополнительная реклама. Это позволяет нам сделать вывод о том, что данные программы на самом деле нацелена на помощь людям, а не на получение дополнительной финансовой выгоды посредством скрытой рекламы, что зачастую

встречается в современных СМИ. Приведем примеры таких программ: «Бон вояж» (ведущий Бунин Александр), «Культур-Мультиур» (ведущий Разумовская Ольга), «Нанонности» (ведущий Кирсанов Александр), «Тест-драйв онлайн» (ведущий Гусаров Александр).

Еще одну категорию программ представляют программы высокой информационной культуры. В них отсутствуют пошлость, смакование человеческих пороков и другие, далеко не лучших проявлений человеческой природы. В наше время, когда судьба человека становится его личным делом, но никак не предметом всеобщего обсуждения, подобные выпуски помогают гражданскому воспитанию и борьбе с идейной бедностью. Примерами таких программ на радиостанции «Серебряный Дождь» могут служить:

«Барная карта» (ведущий Касьянова Даша), Отцы и дети (ведущий Толстая Фёкла, Козырев Михаил), «Что-то хорошее» (ведущий Дубас Алекс, Армас Мари).

И последний пласт программ – это программы, развивающие кругозор. Данные программы ориентированы на людей, желающих развиваться в различных направлениях. Стоит отметить, что появление подобных программ положительно влияет на человека. Ввиду того, что в последнее время различные СМИ распространяют информацию, которая не ведет к возвышению духовных ценностей и совершенно не способствует социальной ориентации людей. Подобные же программы, дающие всестороннюю информацию о жизни общества, рождают полноценные идеи, которые в свою очередь помогают построить эффективные алгоритмы решения проблем.

«Главные темы недели с Николаем Сванидзе» (ведущий Сванидзе Николай), «Календарь Эрудита» (ведущий Бунин Александр), «Классика» (ведущий Сканави Алексей), «Тайные знаки культуры» (ведущий Казиник Михаил), «ПроЧтение» (ведущий Жукова Лиза).

Яркой иллюстрацией вышеприведенных тезисов стал анализ программы «О том, как звучат люди». Автор и ведущая – Данилова Дарья, которая каждую неделю готовит документальную программу-репортаж на

социальную тему. Уже само название программы отсылает нас к человеку, попытке понять этого человека через звуковую картину мира.

Социальная тематика на сегодняшнем коммерческом радио встречается редко или не встречается вообще. Среди имеющихся подобных программ можно выделить социальный проект на Радио России под названием «Равные среди первых». Автор и ведущий программы – вице-президент Всероссийского общества слепых, депутат Государственной Думы РФ Смолин Олег. Радиопрограмма рассказывает о знаменитых людях с инвалидностью, которые добились серьезных успехов в творчестве, науке, общественной жизни, несмотря на ограниченные возможности здоровья. В 2015-м году, в связи с Годом литературы, программы были посвящены писателям и поэтам разных эпох, в том числе нашим современникам. В 2016-м году героями программ станут россияне, известные своим героизмом на войне или талантами в различных областях науки, искусства, спорта. В данной программе так же раскрывается социальная тема, но в более узком направлении, поэтому можно предположить, что рассматриваемая нами программа «О том, как звучат люди» является уникальной на российском радио.

**Портрет ведущего.** В радиопрограмме главная роль отводится ведущему. Именно этот человек отбирает информацию, анализирует ее и передает слушателям. От ведущего зависит, как будет воспринята та или иная информация, станет ли она руководством к действию.

Как утверждает на сайте радиостанции «Серебряный Дождь», ведущая программы – Данилова Дарья – «дипломированный радиожурналист, увлекается документальными радио-программами. О них когда-то чуть не написала целую диссертацию, но решила сменить теорию на практику: уже много лет Даша ни на день не расстаётся с диктофоном, на который записывает все самое интересное, что происходит вокруг».



Обращаясь к творческой типологии Барабаш Н. С., указанной в ее работе «Ведущий радиопередач: творческая типология», можно выделить несколько типов радиоведущих:

- Ведущий-информатор.  
«Вмешательство такого журналиста сообщаемую информацию минимально. Его задачей является сделать информацию интересной, при этом не комментируя ее».
- Ведущий-собеседник.  
«Степень личностного вмешательства такого ведущего в сообщаемую им информацию гораздо выше: он может делать собственные выводы, комментарии по поводу события, сообщаемого аудитории, однако при этом ведущий связан своим «радиообразом»».
- Ведущий-наставник.  
Степень личного вмешательства этого типа ведущего в сообщаемую им информацию максимальна. «Журналист «пропускает» информацию сквозь призму собственного мировоззрения, анализирует ее, сопоставляет с другими жизненными коллизиями и делает определенные выводы, которыми делится со слушателями. Он открыто выражает свои мысли и эмоции, причем делает это от собственного лица» [Барабаш 2003, с. 2].

Данилова Дарья относится ведущим-наставникам, так как она максимально приближена к слушателям. Она становится проводником между обычным миром и людьми, которые являются героями репортажей, помогая понять, какие чувства испытывают эти люди в тот или иной момент. Дарья все пропускает через себя, анализирует и представляет аудитории. Она располагает к себе аудиторию своей открытостью, выражает собственные чувства по отношению к предмету, будь то смятение во время эксперимента

в метро с табличкой «Дайте на аборт» или искреннее восхищение людьми, которые занимаются любимым делом независимо от финансовой поддержки.

В одном из выпусков Данилова Дарья оказывается в мастерской, где двое студентов Германии Макс и Мориц создают из кучи мусора мультфильм. При этом они совершенно не пытаются получить с этого финансовую прибыль, а считают своей задачей просто быть услышанными. Дарья поощряет попытки Макса и Морица в творческой деятельности, когда даже родители не поддерживают и не понимают их, в то же время она критикует их, почему бы не сделать фильм длиннее. И в итоге предлагает свою помощь и за время разговора успевает покрасить несколько декораций.

Чувствуется, что Дарья умеет разговаривать с людьми. Так, в одном из выпусков, оказавшись в Тюмени, мечтала взять интервью у Крапивина Владислава. В конце концов, Дарья с шестого раза все-таки смогла уговорить легендарного детского писателя встретиться.

Если требуется, Дарья легко переходит из одного функционального стиля в другой. Примером этого может служить использование в программах сниженной речи, но исключительно в экспрессивных целях.

Дарья не просто рассказывает историю, она проигрывает ее, вызывая то грусть, то слезы, то умиление, но в любом случае не оставаясь равнодушными к происходящему. Создается ощущение, что программа – это маленький спектакль.

**Жанр.** Программа строится в форме репортажа. Этот жанр является наиболее выразительным. Репортаж – рассказ очевидца, его задача – донести до слушателей живую картину происходящего, помочь создать ее зрительное представление у слушателя. «Радиорепортаж, – утверждает Летунов Ю.А., – имеет свои особенности структуры, свои тонкости. Репортаж – это маленькое, но законченное произведение, с завязкой, кульминацией и развязкой. Он должен быть драматичен». Радиорепортаж требует небольшого заключения, в котором журналист должен подвести итог, дать

маленькое резюме, что и делает Дарья в конце каждого выпуска, озвучивая название репортажа.

Как утверждает Солганик Г.Я., «в репортаже находят также яркое отражение такие стилеобразующие черты публицистики, как социальная оценочность (потребность «не только в номинации явлений, фактов, событий, но и в их социальной оценке, интерпретации и особый тип авторства) [Солганик 2006, с. 313]».

В радиорепортаже также не должны преобладать элементы комментария. Их задача пояснить, растолковать слушателям то, чего они не видят, т.е. вычлнить из происходящего самое главное, но не интерпретировать его глубоко, с привлечением дополнительных аргументов, без которых невозможен серьезный анализ. Репортажи Дарьи полностью этому соответствуют. Они дают простор для размышления и воображения самим слушателям.

Большую роль в радиорепортаже играют и документальные шумы. Они служат звуковой декорацией, помогая описать место, время, передать особенности происходящего. Нельзя не отметить точное сочетание звуковых элементов в выпусках программы «О том, как звучат люди», которые помогают воссоздать атмосферу действия с большей полнотой, будь то звуки движущейся толпы или звук горна.

**Тема.** Первая ступень в создании программы - выбор темы. Для журналиста важно не уходить далеко от основной темы.

Ведущая выбирает значимые и интересные темы. При этом все они имеют гуманитарную составляющую. Выделим несколько наиболее социально-значимых выпусков.

***Репортаж «Дайте на аборт», 18.12.2014.***

Женщины, с кипой бумаг об умирающем ребенке, молодые люди без рук, девочки-подростки, ковыляющие по метро банкой для денег. Ведущая решила выяснить и передать другим, что чувствуют они в этот момент, когда

просят милостыню. Для этого она вышла в час-пик в метро с табличкой «Дайте на аборт». Дарья очень живо передала все эмоции, всю боль и обиду, которую испытывала в тот момент: «Как же хорошо быть толпой, куда все – туда и ты. Идешь себе в общем потоке. И даже шаг у вас – один на всех. И взгляд тоже один – только вперед. В метро все равно не на что смотреть, не на кого.. хм..не на кого.. Толпой быть хорошо, пока тебе не нужно повернуться к ней лицом и оказаться по другую сторону, одному против толпы. Выбиваться из общего потока, разворачивать табличку с просьбой «Дайте на аборт» и главное – смотреть людям в глаза. Страшно, правда страшно... Первые минут мять кашлю в варежку – нервы отказываются верить в происходящее. Происходит абсурд: прохожие хватаются за голову, перечитывают вслух, фотографируют, бросают какие-то фразы. И все это – не останавливаясь ни на шаг. Мимо проплывает очередная партия граждан, а тут я со своим абортom. От одних взглядов хочется зарыть голову в бетон, но... нельзя: волка ноги кормят, а профессионального нищего, то есть меня – руки, так что продолжаю протягивать. Зачем я это делаю: просто каждый раз, проходя мимо просящего на корм животным, на протезы, на хлеб – я не знаю как реагировать. Как узнать, на самом ли деле женщина нуждается в моей подачке или она просто давит на жалость? А с другой стороны – что чувствуют эти люди и куда они прячут свое человеческое достоинство, протягивая руку».

Автор эксперимента, превратившегося в радиoproграмму, использует сразу несколько гуманитарных стратегий. С одной стороны, она становится частью сообщества «лишних» людей, столь популярных в журналистике XIX века. С другой стороны, она использует метод погружения в реальность с документированием при помощи диктофона и интершумов всего происходящего вокруг. Провокационная тема создает еще и эффект неожиданности. Столь популярные на сегодняшнем радио приемы, предназначенные для создания информационного скандального повода, объединяются в новую структуру и начинают работать в гуманитарном

векторе. Скандал превращается в общественную «болеву точку». Радиослушатель получает эффект не только присутствия, но и шока, меняющего некоторые жизненные установки.

***Репортаж «Посторонняя деревня», 21.04.2015.***

«Гузель сидит в своем офисе в центре Москвы. До уральской деревни Малый Турыш – 1500 километров, расстояние достаточное, что бы жить своей жизнью, не касаясь дел в общем-то постороннего поселка. Но на столе у Гузель – баночки с медом, а в ноутбуке видео, в котором ее отец рассказывает о своей пасеке.» В 2005 году 70 пчелиных семей достались Санджапову Равилю от его отца. Что делать с таким наследством он не знал, но 2 года назад за дело взялась Гузель. Она уговорила отца делать медовый крем с ягодами. В поселке осталось около 50 человек, которые живут от пенсии до пенсии. Прибыльным бизнес до сих пор не стал, но при этом пасека обеспечила эту и соседние деревни работой. Если в первом проанализированном репортаже проблематика была только обозначена, то в этой программе автор ищет выход из сложившейся ситуации. Появляется некий культурный герой, который мог бы стать примером для других.

***Репортаж «Голоса», 08.04.2015.***

Выпуск о редакции радио «Зазеркалье», которая находится на территории психиатрической больницы имени Алексеева. Свое радио они делают о душевнобольных и для душевнобольных. О таких людях обычно замалчивают, считают их людьми второго сорта. Для Даши Лебедевой, одной из создателей этого радио, что бы прийти в психбольницу и сделать проект с пациентами, нужно было победить собственные стереотипы. «Вот я приду, тут все будут в смирительных рубашках сидеть друг на друга кричать, не будут друг друга слушать, как-то странно себя вести. А пришла, тут все такие мало того, что нормальные, но и лучше большинства моих знакомых: умнее,

красивее, интереснее и говорят о таких важных вещах». Снова использована неформатная тема с эффектом нарушенного ожидания. От психических больниц на современном радио ожидают традиционных человеческих типов: маргиналов, фриков – в общем, больных людей. Автору удастся показать, что скорее окружающее пространство отклонено от нормы, а не постояльцы этой больницы, которые скорее дают пример некой гуманитарной нормы.

*Репортаж «Приграничная территория», 25.03.2015.*

Репортаж о Первом Московском Хосписе имени Веры Миллионщиковой. Дарья рассказывает о том, как жить, когда времени остается совсем немного. И о тех, кто знает, как сделать человека счастливым, если его уже не вылечишь. «До этого знала о хосписах только понаслышке и ничего хорошего от них не ждала. Для семьи, никогда не сталкивавшейся с такой помощью, когда больного не лечат, а только избавляют от боли, отвести близкого в подобное учреждение казалось чудовищным». «Еж-флегмат, крошечные птички амадины и блондинка шиншилла живут в уголке напротив комнаты прощания. Их специально сюда поселили, что бы те, кто приходит прощаться видели: даже когда жизнь уходит, жизнь продолжается». В этом материале радиожурналист снова выходит за пределы традиционного в XXI веке радиийного формата. Здесь преобладает скорее литературный, чем журналистский контекст. Наблюдаются прямые интертекстуальные отсылки к произведениям Достоевского Ф. М. и к его «Дневнику писателя».

*Репортаж «Муза», 27.11.2014.*

История о стариках, которые одиноко живут за гранью здравого смысла, о том, как жить, когда ты никому не нужен. «Ну вот что с ней делать? Неужели молчать и неужели нас ждет такая же старость? Я не знаю, как спасти эту слепую старуху, которая не верит в соц. защиту и дома престарелых, но верит незнакомой девчонке с улицы. Позвонила своей школьной подруге, та обещала

помочь. Но неизвестно, подпустит ли она ее или другого, кому просто понравится ее квартира». В данном выпуске Дарья так же становится частью сообщества «лишних» людей. Она в очередной раз обращается к гуманитарной составляющей, обозначая назревшую проблему. В этой программе автор так же ищет выход из сложившейся ситуации. Появляется некий культурный герой, который мог бы стать примером для других.

***Репортаж «Шанс человечества», 24.02.2015.***

Юля Жемчужникова прочитала в интернете статью о двух 15-летних сиротах, у которых любовь и вот-вот родится ребенок. «Проблема же какая в обществе? Боязнь ненормальности. Нет, ну это нормально родить в 15 лет? Это не нормально, это замечательно». По закону малышку должны были забрать в приют сразу из роддома. Помочь могло только усыновление. Юлия не смогла пройти мимо этого и совершила большой человеческий поступок. «Через год они могут уйти и начать жить самостоятельно, но могут и остаться. Какое бы решение они не приняли, Юля знает, этим троим она уже помогла».

Содержанием репортажа, его смысловым ядром, как уже было сказано, является какое-либо событие, актуальное для общества. Как утверждает Майданова Л. М., «автор современного репортажа не ограничивается одним событием и может включить в текст описание ряда взаимосвязанных событий [Майданова 1987, с. 92–107]». Поэтому в репортажных материалах можно выделить две разновидности: монособытийные и полисобытийные репортажи.

Освещаемое в монособытийных репортажах событие представляет собой один эпизод [Майданова 1987, с. 84]), однако чаще даже одно событие включает ряд эпизодов, оставаясь при этом монособытийным, поскольку эпизоды составляют единое целое.

Событие, состоящее из ряда эпизодов, может подаваться в тексте репортажа двумя вариантами. Первый вариант – это подробное освещение одного, центрального эпизода и упоминание о других. Второй вариант

представления многоэпизодного события – последовательная характеристика эпизодов с более подробным описанием самых ярких из них. И в том, и в другом вариантах, тем не менее, событие, составляемое рядом эпизодов, мыслится как целостное, объединенное одним пространством, единичное, хотя и протяженное по времени.

Анализируя репортажи Даниловой Дарьи, можно прийти к выводу, что большинство репортажей строятся по второму варианту, то есть представляют собой последовательную характеристику эпизодов с более подробным описанием самых ярких из них. Примером такого репортажа может служить выпуск «Шанс человечества». В данном репортаже последовательно раскрывается тема от того, как Юлия Жемчужникова прочитала в интернете о сиротах, до момента, когда ребят уже забрали и они счастливо гуляют вместе.

При этом можно встретить и примеры подробного освещения центрального эпизода с упоминанием о других. В качестве примера можно привести репортаж «Голоса». В данном выпуске центральное место отведено радиостанции «Зазеркалье» при психологической больнице имени Алексеева. При этом немного рассказывается об особенностях жизни душевнобольных людей.

Полисобытийные репортажи основаны на описании ряда событий (также одноэпизодных или многоэпизодных), которые могут быть объединены одним субъектом, а могут быть связаны с разными субъектами. Наиболее популярны среди журналистов репортажи под условным названием «Один день из жизни...», которые создаются на основе ряда событий, объединенных одним субъектом. Корреспондент на некоторое время погружается в среду, которая и становится объектом изображения в репортаже.

Такие репортажи так же встречаются в выпусках Даниловой Дарьи. Подобным примером может служить выпуск «Орион», в котором



повествуется о жизни в поселке приемных детей, в котором Дарья проводит некоторое время.

В полисобытийных репортажах, кроме того, часто используются схема «прогулка», во время которой ведется разговор с героями и «экскурсия», когда журналист описывает, как устроено изнутри то или иное предприятие или организация. Примерами таких программ являются выпуски «Муза» и «Приграничная территория» (о работе Первого московского хосписа имени Веры Миллионщиковой).

В монособытийных репортажах субъекты события представляют интерес для аудитории именно в силу непосредственной связи с ним. Они выступают исключительно как участники события. В полисобытийных репортажах субъекты, на которых перемещен фокус внимания, становятся героями текста. Их представление – это создание образа героев.

Главной особенностью реализации предметно-субъектной темы полисобытийных репортажей с разными субъектами является тенденция к дефокусированию собственно события, предметного компонента темы. Под дефокусированием, вслед за Ирисхановой О. К., мы понимаем «широкий класс лингвокогнитивных процессов, в ходе которых происходит изменение фокуса внимания говорящих, приводящее к понижению степени выделенности определенных элементов конструируемой ситуации или объекта, то есть перемещению этих элементов во вторичный фокус или фон [Ирисханова 2014, с. 65]».

В анализируемых репортажах понижение степени выделенности такого компонента события, как «собственно событие», происходит с помощью механизма «смены первичного фокуса и фона» [Ирисханова 2014, с. 65]. В фокусе оказываются субъекты события, объединенные каким-либо признаком или связанные с каким-либо явлением. Коммуникативная цель такого репортажа – знакомство аудитории с другой сферой жизни и персонажами, для описания которых оказывается применимым термин «Другие».

Стараясь заинтересовать адресата, автор репортажа обращается к миру «Другого», то есть выбирает незнакомую, с его точки зрения, потенциальной аудитории среду и людей, отличающихся от данной аудитории по каким-либо признакам.

Параметрами дистанционирования героев могут выступать:

- 1) Субкультурная принадлежность
- 2) Профессиональная принадлежность
- 3) Параметры социальной принадлежности

Данный список является открытым, и кроме того персонажи могут отличаться от целевой аудитории по нескольким факторам одновременно.

Дефокусирование собственно события наблюдается и в радиорепортаже «Раздолбаи». В основе материала – событийная линия экскурсии по небольшому павильону в Германии, где работают мультипликаторы-любители Макс и Мориц. Особенностью репортажа, отличающей его от других материалов полисобытийного типа, является невыраженность отдельных событий линии, наличие которых можно предполагать. Однако дефокусирование непосредственно события – экскурсии, визита корреспондента в павильон, обусловленное перемещением в фокус субъектов события, сохраняется. Репортаж нацелен на знакомство аудитории с новой средой и людьми, дистанцированными по совокупности параметров и сопровождаемыми позитивной авторской оценкой. Материал, который может быть отнесен к группе репортажей с тенденцией к дефокусированию собственно события, не является аналитическим, поскольку герои не связаны с социальной проблемой, а в тексте, прежде всего, решается задача изображения героев. Акцентирование внимания на героях отражено и в заголовке экспрессивным словом «раздолбаи».

В репортаже на радио значительное место нередко занимает портретное описание героев: например, главные герои радиорепортажа «Раздолбаи» Макс и Мориц характеризуются следующим образом: «У Макса очки заклеены скотчем. А Мориц – это тот, который не говорит по-русски

<...>. У них бороды, штаны, заляпанные краской, стружки, летящие по всему цеху, собака Зорро, которая кусает незнакомцев за нос, и непроходящий запах лака».

Репрезентация субъектов события в радиорепортажах монособытийного типа имеет некоторые особенности: она включает описание их внешности, сведения из биографии и почти всегда сопровождается авторской оценкой.

В радиорепортаже «Дайте на аборт» имя героини становится источником аллюзии к знаменитому тексту – роману М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита», создавая тональность материала: «Маслице в огонь моей совести подливает Аннушка. То есть, конечно, просто Анна, но полыхает отменно».

**Я-тема.** По мнению Матвеевой Т. В. «жанр репортажа, представляющий сообщение о событии с точки зрения журналиста, предполагает развитие Я-темы [Матвеева 1992, с. 66]». Так, в репортажах монособытийного типа, сконцентрированных на описании собственно события, развитие Я-темы, как правило, минимально. В репортажах полисобытийного типа, для которых характерна тенденция к дефокусированию собственно события, наблюдается неодинаковое развитие Я-темы.

В радиорепортаже «Раздолбаи», прежде всего, решается задача изображения героев, с чем связано включение значительных по объему фрагментов интервью и, как следствие, сокращение представленности Я-темы. Корреспондент, проводя для слушателей радиоэкскурсию по павильону Макса и Морица, практически не включается в действия героев. Используются глаголы со значением действия: я успела сколотить и покрасить, все думаю, как к вам напроситься.

Для сравнения можно обратиться к другому репортажу «Дайте на аборт», где автор ставит эксперимент и пробует себя в роли «профессионального нищего». Здесь используются слова: говорю – не про

меня – кашляю – мне – мне – я со своим абортom – профессионального нищего, то есть меня – продолжаю протягивать – я забыла объяснить – я делаю – я не знаю, как реагировать – в моей – я на собственном опыте пытаюсь это понять – ко мне – я себя и его угроблю – я учусь – небеременной мне становится неудобно – у меня – я пытаюсь отправить под нож – в огонь моей совести – думаю – не могу – мой – я делаю – я делаю – мне помочь найти себя – ждем – на мою – выхожу – моего – нашла – я не знаю, что ответить – я отдала. Преобладание акциональных глаголов со значением конкретного физического действия указывает на связь развития Я темы с активным участием в происходящем.

**Отражение географического пространства.** Жанр репортажа, как всякий информационный жанр, представляет событие, происходящее в реальном географическом пространстве.

В репортажах Дарьи часто упоминаются локальные указатели: «Гузель сидит в центре Москвы», «Редакция радио «Зазеркалье» находится на территории психиатрической больницы имени Алексеева», «На юго-западе Москвы, недалеко от Новодевичьего монастыря», «25 лет с начала Нежной, или Бархатной, революции в Чехословакии» и другие.

Так же встречаются материалы, где географическое пространство совпадает с социальным. Примером может служить репортаж «Орион», в котором рассказывается об одноименном поселке приемных семей, расположенном между Калугой и Москвой. Главные герои репортажа – основательница «Ориона» Маша и ее муж Антон – подчеркивают в интервью, что их деревня имеет свои правила, распорядок и открыта далеко не для всех. Маша и Антон дистанцируются по субкультурному фактору. Они ставят свои идеи и ценности порой даже выше дружбы. Жители поселка «Орион» образуют свою относительно закрытую субкультуру, сознательно отдаляются от других людей, не близких им по взглядам.

Маша ценит созданный ею поселок, считает его особой «средой», особым «социумом», где она может направить развитие своих детей в

нужное русло. Во фрагменте интервью с ней, вынесенном в конец репортажа, тоже прослеживается мысль о противопоставлении своего, позитивно оцениваемого, и чужого пространства, выраженная с помощью наречий «там» и «здесь». «И, если честно, я счастлива, что так живу. Что у меня есть возможность для своих детей создать среду, где бы они развивались и было безопасно. Я лучше буду решать сложности, здесь какие возникают. Чем везти куда-то своих детей, и там я не смогу ни на что повлиять. Там я не смогу никаких педагогов привлечь, да? А здесь у меня есть возможность понимать, что происходит, ну и плюс создать социум, который будет хорош для моих детей».

**Формирование у слушателя определенной системы ценностей.** В своих программах Дарья не только повествует о чем-то, но и заставляет человека задуматься, как бы он повел себя в данной ситуации. Дает всестороннюю информацию о жизни общества, которая рождает полноценные идеи, которые в свою очередь помогают построить эффективные алгоритмы решения проблем. Она ориентирует общество на решение проблем, что в свою очередь ведет к пониманию социального партнерства. В социальной журналистике участие самих граждан в производстве информации необходимо: именно оценка любых фактов с позиции интересов общества, доминирование социального подхода позволит найти общие ценности и вернуть обществу мораль.

### **Выводы по второй главе**

Проанализировав материалы программы «О том, как звучат люди» на радиостанции «Серебряный Дождь», мы пришли к нескольким выводам.

Радио «Серебряный Дождь» по формату является разговорно-музыкальным, потому что разговорный контент превалирует в эфире

радиостанции. Уже это дает нам понять, что «Серебряный Дождь» имеет гуманитарное направление, имея человеческое лицо, формирующееся в дискуссиях.

Большинство программ имеет отношение к гуманитарному направлению, так как представляют собой: познавательные программы, расширяющие кругозор; программы «человеческого интереса» и «полезные советы»; программы, призывающие к человечности, раскрывающие социальные темы. Как раз к последней категории и относится анализируемая нами программа «О том, как звучат люди», которая представляет собой репортаж на социальную тему. Уже само название программы отсылает нас к человеку, попытке понять этого человека через звуки, голоса.

## Заключение

Отечественная журналистика на протяжении всей своей истории имела выраженный гуманитарный вектор. После перестройки в связи с изменением системы СМИ, гуманитарный вектор стал «вымываться». Возвращение интереса к человеку на радио «Серебряный Дождь» на материале программы Даниловой Дарьи «О том, как звучат люди».

Проанализировав выпуски программы «О том, как звучат люди», мы определили, что в своей программе Данилова Дарья не только повествует о чем-то, но и заставляет человека задуматься, как бы он повел себя в данной ситуации. Используя постмодернистские приемы создания скандала, автор программы разрушает традиционный формат современного коммерческого радио и создает «болевы точки» гуманитарного вектора. Дает всестороннюю информацию о жизни общества, которая рождает полноценные идеи, которые в свою очередь помогают построить эффективные алгоритмы решения проблем.

Программа «О том, как звучат люди» органично соединяет гуманитарные традиции русской классической литературы от Достоевского Ф. М. до Булгакова М. А. с современными техническими и мировоззренческими началами. Существование на ценностной грани «нормальность – отклонение от нормы» позволяет не оставить слушателя равнодушным.

Общий гуманитарный контент «Серебряного Дождя» позволяет утверждать, что это единственное коммерческое радио, которое поднимает гуманитарную проблематику на самом высоком уровне.

### Список использованной литературы:

1. Аникина, М.Е. Куда идет ТВ: от журналистики к развлечению / М.Е. Аникина // СМИ в меняющейся России / под ред. Е.Л. Ватановой. - М.: Аспект Пресс, 2010. – С. 127-138.
2. Барабаш, Н.С. Ведущий радиопередач: творческая типология / Н.С. Барабаш. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2003. – 100 с.
3. Баутина, П.В. Журналистика как средство конструирования социальных проблем : автореф. дис.... канд. филол. Наук: 10.01.10 / П.В. Баутина. - Казань, 2009. – 10 с.
4. Бердяев Н.А. Русская идея: основные проблемы русской мысли XIX и начала XX века / Н.А. Бердяев. - СПб.: Мидгард, 2008. – 829 с.
5. Бережная М.А. Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики. – СПб. : Издательский Дом С-Петербур. гос. ун-та, 2009. – 330 с.
6. Брагинский А. Семь нот информации / А.Брагинский // Журналист. – 2012. - №3. – С. 37-38.
7. Брагинский А. Успокоительные капли дождя / А.Брагинский // Журналист. – 2014. - №11. – С. 63-64.
8. Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики / Е.Л.Вартанова. - М.,2013. С. 7-18.
9. Вартанова Е.Л. Факторы модернизации российских СМИ и проблема социальной ответственности // Теория СМИ: актуальные вопросы. М., 2009. С. 451–462.
10. Верховская А. И. Письмо в редакцию и читатель / А.И. Верховская - М.: Издательство Московского университета Москва, 1972. — 272 с.
11. Верховская А. И. Социологические методы работы с редакционной почтой. Лекции (для студентов факультетов и отделений журналистики



- /А.И. Верховская. – М.: Издательство Московского университета Москва, 1984. — 80 с.
12. Возвращение русской истории / С.П. Пыхтин, А.Н. Савельев, Э.М. Ковригин [и др]. – М.: ИП Бурина А. В., 2011. – 448 с.
13. Воронцов В.П. Интеллигенция и культура : избр. соч./ В.П. Воронцов. - М.: Астрель, 2008. – С. 9.
14. Гиляровский В.А. Рассказы и очерки / А.В.Гиляровский. – М.: Директ-Медиа, 1988. – 510 с.
15. Горохов В.М., Гринберг Т.Э. Гуманизация массовых информационных процессов в рамках открытого общества // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2003. - № 4. - С. 22–27.
16. Давыдова И.Д. и Клабуновский И.Г. Директивы ВКП(б) по вопросам просвещения / И.Д. Давыдова и И.Г. Клабуновский. - М. ; Л. : ОГИЗ : Наркомпрос РСФСР, 1931. – 495 с.
17. Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезным людям / И.М. Дзялошинский. - М., 2006. – С. 9-10.
18. Дзялошинский И.М. Роль прессы в формировании в России гражданского общества / И.М. Дзялошинский // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» [Электр. ресурс]. – М., 2000. – Заглавие с экрана. – Режим доступа: <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/roll-pressa-den/p-bib-roll-pressa-den.html>.
19. Дорошевич В.М. Избранные страницы / В.М. Дорошевич. – М.: Московский рабочий, 1986. – 416 с.
20. Есин Б.И. Репортажи В.А. Гиляровского / Б.И. Есин. - М., 1985. – С. 14.
21. Жилавская И.В. Принципы журналистского образования в трудах М.В. Ломоносова / И.В. Жилавская // Медиа. Информация. Коммуникация . - 2014, №8. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mic.org.ru/8-nomer-2014/284-printsipy-zhurnalistskogo-obrazovaniya-v-trudakh-m-v-lomonosova> .

22. Жирков Г.В. Ценности советской эпохи в журналистике: динамика теории и газетной практики / Г.В. Жирков // Журналистика. Общество. - СПб.: Виктор Сидоров, 2012. – С. 34-36, 47-54.
23. Жирков Г.В. История цензуры в России XIX–XX вв. Учебное пособие / Г.В. Жирков. - М.: Аспект Пресс, 2001. – 361 с.
24. Ирисханова О.К. Игры фокуса в языке: семантика, синтаксис и прагматика дефокусирования / О.К. Ирисханова. – М.: Языки славянской культуры, 2014. – 319 с.
25. История русской журналистики XVIII–XIX веков / под ред. А.В. Западова. - М., 1973. – 327 с.
26. История русской журналистики XVIII–XIX веков / под ред. Л.П. Громовой. - СПб., 2005. – 672 с.
27. Калашникова Л.И. Герой современного советского очерка / Л.И. Калашникова. - М., 1975. – С. 4-5.
28. Кольцов М.Е. Три дня в такси; Семь дней в классе / М.Е. Кольцов // Избранные произведения : в 3 т. - М., 1957. - Т. 1. – 596 с.
29. Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение / С.Г. Корконосенко. - М., 2010 – С. 151-158.
30. Летунов Ю.А. Что скажешь людям? / Ю.А. Летунов – М.: Мысль, 1980. – С. 13.
31. Ломоносов М.В. Избранные философские произведения / под ред. С.Г. Васецкого. - М., 1950. – 598 с.
32. Ломоносов М.В. Рассуждение об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенное для поддержания свободы философии / М.В. Ломоносов // Полное собрание сочинений. - М.-Л.: Изд-во АН СССР, 1952. - Т. 3. – 620 с.
33. Майданова Л.М. Структура и композиция газетного текста. / Л.М. Майданова. – Красноярск, 1987. – 180 с.
34. Мансурова В.Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации / В.Д. Мансурова. - Барнаул, 2002. - С. 146–154.

35. Матвеева Т.В. Функциональные стили и текстовые категории / Т.В. Матвеева // Статус стилистики в современном языкознании. - Пермь, 1992. – С. 57-67.
36. Миронов Б.Н. Социальная история России периода империи (XVIII–XX). Генезис личности, демократической семьи, гражданского общества и правового государства / Б.Н. Миронов. - СПб., 2003. - Т. 1, 2. – 548 с.
37. Моряков В.И. Русское просветительство второй половины XVIII века (из истории общественно-политической мысли России) / В.И. Моряков М., 1994. – С. 3-4.
38. Н.И. Новиков и общественно-литературное движение его времени / под ред. Г. П. Макогоненко. - Л., 1976. – С. 11.
39. О партии и советской печати, радиовещании и телевидении / под ред. А.З. Огорокова, Б.П. Верёвкина. - М.: Мысль, 1972. – 640 с.
40. Очерки русской культуры XIX века: Художественная культура / редкол.: Л. В. Кошман и др. - М., 2002. - Т. 6. – С. 15-16.
41. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (учебное пособие) / под ред. Я.Н. Засурского. - М.: Изд-во МГУ, 1999. – 163 с.
42. Проблематика газетных выступлений / под ред. В.Д. Пельта, М.В. Шкондина. - М.: Изд-во МГУ, 1975. – 239 с.
43. Радищев А.Н. Путешествие из Петербурга в Москву / А.Н. Радищев. – М.: Детская литература, 2006. – 233 с.
44. Раскатова Е.Р. Типологическая характеристика современного радиовещания / Е.Р. Раскатова // Научно-культурологический журнал “Relga” [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=41&level1=main&level2=articles>
45. Римашевская Н.М. Человек и реформы: секреты выживания / Н.М. Римашевская. - М.: ИСЭПН РАН, 2003. – 392 с.

- 46.Рощина О.В. Социальная очеркистика В.А. Гиляровского и В.М. Дорошевича в аспекте традиций народознания / О.В. Рощина // Вестн. Моск. гуманит. ун-та им. М. А. Шолохова. - 2012. - Вып. 3. – С. 49–54.
- 47.Русский очерк. 40–50 годы XIX века / под ред. В.И. Кулешова. - М., 1986. – С. 5-18.
- 48.Скоробогатый П. Радиоромантик из 90х / П. Скоробогатый // Эксперт. – 2013. - №33. – С. 21-27.
- 49.Солганик Г.Я. Публицистический стиль / Л.М. Алексеева, В.И. Аннушкин, Е.А. Баженова [и др.] // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 696 с.
- 50.Справочник технического перевода [электронный ресурс]. – режим доступа: [http://technical\\_translator\\_dictionary.academic.ru/](http://technical_translator_dictionary.academic.ru/)
- 51.Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода / Д.Л. Стровский. - М.: Юнити-Дана, 2011. – 360 с.
- 52.Татарина Е.Л. Русская литература и журналистика XVIII века / Е.Л. Татарина. - М., 2001. – 177 с.
- 53.Темичева Е.В. Проблематика СМИ: Информационная повестка дня / Е.В. Темичева. - М., 2008. – 199 с.
- 54.Тертычный А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. - М., 2014. – С. 129-135.
- 55.Успенский Г.И. Избранное / Г.И. Успенский. – М.:Государственное издательство художественной литературы, 1953. – 776 с.
- 56.Успенский Н.В. Повести, рассказы и очерки / вступ. ст. Е. Покусаева. - М.: Гослитиздат, 1957. – 656 с.
- 57.Фомичева И.Д. Аудитория печатных СМИ / И.Д. Фомичева // Средства массовой информации России. - М.: Аспект Пресс, 2011. – С. 220-221.
- 58.Фролова Т.И. Благотворительность и СМИ / Т.И. Фролова // Российская пресса и благотворительность в культурно-исторической ретроспективе. – М., 2005. – С. 3-12.

- 59.Фролова Т.И. Гуманитарная повестка общероссийской газетной периодики: концепция и анализ практик / Т.И. Фролова // Медиаскоп [электронный ресурс]. – 2014. - №2. – заглавие с экрана. – режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1594>
- 60.Фролова Т.И. Исторический опыт конструирования гуманитарной повестки СМИ / Т.И. Фролова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. - 2014. - № 4 (132). - С. 59-74.
- 61.Фролова Т.И. Предметно-функциональные особенности социальной журналистики / Т.И. Фролова // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2014. - №2. – С. 150-156.
- 62.Фролова Т.И. Проблематика СМИ: Информационная повестка дня / Т.И. Фролова // Социальная проблематика. - М., 2008. – 316 с.
- 63.Фролова Т.И. Проблемы социальной сферы в телевизионной журналистике [электронный ресурс]. – режим доступа: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=19037>
- 64.Фролова Т.И. Социальная журналистика: антология возрождения / Т.И. Фролова. - М.: Центр развития "Сопричастность", 2002. – 200 с.
- 65.Фролова Т.И. Социальная проблематика в российской журнальной периодике: к вопросу о концептуализации тематических повесток / Т.И. Фролова // Медиа-Альманах [электронный ресурс]. - М.: НП «Партнёрство фак. журналистики», 2014. - № 5-6 . – заглавие с экрана.– режим доступа: <http://www.mediaalmanah.ru/files/65/263.php>
- 66.Фролова Т.И. Общественное телевидение России в контексте актуальных гуманитарных проблем: оценка медиакритики / Т.И. Фролова // Медиа-Альманах [электронный ресурс]. - М.: НП «Партнёрство фак. журналистики», 2014. — № 3. – заглавие с экрана. – режим доступа: <http://www.mediaalmanah.ru/files/62/229.php>

- 67.Хлебникова Н.В. Общественные инициативы в медиапространстве гражданской журналистики: автореф. дис. ... канд. филол. наук.: 10.01.10 / Н.В. Хлебникова. - М., 2011. – 197 с.
68. Ясавеев И.Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации / И.Г. Ясавеев. – Казань: Издательство казанского университета, 2004 – С. 149-153.
- 69.Downs A. Up and Down with Ecology – The Issue-Attention Cycle / A. Downs // Public Interest. - 1972. – С. 39-50.

Выпускная квалификационная работа выполнена мной совершенно самостоятельно. Все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ Г.

---

*(подпись)*

*(Ф.И.О.)*