Google» (https://www.coursera.org/course/googlemedia), читаемый Owen R. Youngman (Knight Professor of Digital Media Strategy Medill School of Journalism, Northwestern University). Данный 10-недельный курс предполагает работу по 2–4 часа в неделю и включает следующие темы: «Почему стоит учиться Google?», «Google и новости», «Google и книги», «Google и реклама», «Персонализация и конфиденциальность», «Google, YouTube и Вы», «Google и мобильность», «Google и социальные медиа», «Google, круг общения и политика». Курс включает в себя лекционные видео (по 8–15 минут); диагностические и контрольные вопросы; домашние задания; видео для анализа из популярных веб-сайтов и блогов и предполагает участие студентов в дискуссионных форумах Coursera, викторинах, предоставление интервью через веб-камеру.

Освоение виртуальных образовательных сред требует инновационной педагогики. Виртуальные миры стали не только образовательной, но и уникальной научно-педагогической средой, в которой активно генерируются и воплощаются в жизнь инновационные технологии обучения. На международных педагогических конференциях по работе и образованию в виртуальных мирах (Virtual Worlds Best Practices in Education, European Immersive Education Summit (EIES), NexLearn's Immersive Learning University's Conference and Symposium) обобщен мировой опыт в области практического применения платформ immersive learning.

Елена Красовская
Белорусский государственный университет

СЕМИОТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ СТРУКТУРЫ ГАЗЕТНЫХ ЖАНРОВ

Любой журналистский текст воплощается в той или иной жанровой форме. Жанр в науке о журналистике принято трактовать как «относительно устойчивую композиционно-речевую (композиционно-синтаксическую) схему, которая реализует определенные абстрагированные отношения к действительности, определяет способ отражения, характер отношений к реальности, степень и глубину охвата материала и создается относительно устойчивым сочетанием авторской речи с компонентами чужой речи» [1, с. 38].

Однако при достаточно хорошей разработке теории жанра вопросу морфологического строения жанров различных групп уделено недо-

статочно внимания. Отдельно стоит отметить тот факт, что российский исследователь М.Н. Ким все же предпринял попытку рассмотреть различные подходы к структурно-композиционному построению информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров на примере заметки, статьи и очерка [5; 3; 4]. Но его исследование ограничивается лишь этапом подготовки журналистского произведения, в то время как научный интерес представляет изучение структурного решения уже опубликованного текста, поскольку сам факт публикации свидетельствует о соответствии выбранного жанра существующему эталону.

С целью выявления структуры текстов СМИ различных жанров может быть использован подход, разработанный советским филологом и фольклористом В.Я. Проппом. В работе «Морфология сказки» исследователь проанализировал около ста волшебных сказок, взятых из сборника Афанасьева, в результате чего выделил следующие структурные элементы текста: начальная ситуация [6, с. 29], подготовительная часть [6, с. 34], завязка [6, с. 34], которая может иметь несколько ходов [6, с. 55, 83], завершение [6, с. 59] или развязка [6, с. 83]. Выбор в пользу волшебных сказок был сделан неслучайно: по мнению ученого, сказки этого типа представляют собой «абсолютно подлинные сказки» [6, с. 90], так как восходят к мифу. «Подобное же строение обнаруживает и ряд древнейших мифов, причем некоторые мифы дают этот строй в удивительно чистом виде. Это, по-видимому, та область, к которой восходит сказка, – пишет В.Я. Пропп. – С другой стороны, это же строение обнаруживают, например, некоторые рыцарские романы. Это, вероятно, область, которая сама восходит к сказке» [6, с. 90]. Данный подход дает возможность предположить, что текст СМИ может иметь такую же структуру, как и волшебная сказка, ведь если провести аналогию с рыцарским романом, то текст СМИ тоже может восходить к сказке.

В этой связи научный интерес представляют следующие вопросы: 1) совпадает ли структура текста волшебной сказки, выявленная В.Я. Проппом при анализе сказок из сборника Афанасьева, со структурой белорусской волшебной сказки; 2) совпадает ли структура текстов СМИ различных жанров, публикующихся на страницах белорусских газет, со структурой белорусской волшебной сказки.

В качестве эмпирической базы для исследования были взяты сто белорусских сказок из сборника советского фольклориста и этнографа А.К. Сержпутовского «Казкі і апавяданні беларусаў Слуцкага павета» (в сборник вошли записи сказок, сделанные им в 1890–1923 гг. во время

этнографических экспедиций в различные деревни Полесья). Стоит отметить, что собранные А.К. Сержпутовским волшебные сказки имеют острую социальную направленность: в этот период менялась политическая ситуация, а значит, иными становились взгляды человека на мир, что не могло не отразиться на сюжетах волшебных сказок [2, с. 11]. Но именно это и делает их такими близкими по содержанию к современным текстам СМИ. Сто сказок, вошедшие в сборник А.К. Сержпутовского, подверглись структурному анализу (он является составной частью семиотической методологии) с последующим сопоставлением их структуры со структурой волшебной сказки, выявленной В.Я. Проппом.

С целью определения структуры текстов СМИ различных жанров было проанализировано по сто публикаций в ведущих региональных газетах, выходящих на территории белорусского Полесья, то есть в Брестской области (городская газета «Пінскі веснік» и областная газета «Заря») и в Гомельской области (городская газета «Гомельские ведомости» и областная газета «Гомельская праўда»). В качестве контрольных периодов исследования взяты 1999-й и 2009-й годы, при этом использовалась техника контент-анализа «реконструкция недели». Таким образом, всего проанализировано 800 журналистских текстов. Стоит отметить, что подготовленные журналистами рекламные публикации, отмеченные специальным значком, и журналистские материалы рекламного характера, подаваемые в газете в качестве информационных и поэтому не отмеченные специальным значком (например, интервью с директором банка о преимуществах депозитов, предлагаемых этим банком), не рассматривались. Не анализировались также заметки, объединенные в блоки, так как благодаря целенаправленному отбору заметок для блока возникает дополнительный публицистический эффект – внутренний комментарий [8, с. 12], а изучение взаимодействия и содержательного взаимообогащения заметок блока не входило в задачи данного исследования.

Подход, предложенный В.Я. Проппом и использованный по отношению к белорусским волшебным сказкам и текстам СМИ различных жанров, позволил выявить совпадение их структуры. Так, в текстах информационных, аналитических и публицистических жанров аналогом «начальной ситуации» является первый абзац текста – лид, задача которого – привлечь внимание читателя «в мягкой, приглашающей форме» [7, с. 40]. За лидом обычно следует часть текста, где читателя вводят в курс проблемы. Ее можно обозначить как «подготовительную». Затем идет основная часть, где читателю сообщают подробности – это экви-

валент «завязки». В аналитических жанрах, например в корреспонденции или статье, в основной части текста могут раскрываться несколько аспектов проблемы, что соответствует нескольким «ходам» сказки. Завершается текст, как правило, выводами, которые представляют собой «развязку». Отдельные исследователи считают, что в заметке заключительная часть может отсутствовать [5, с. 257]. Тем не менее текст заметки, как и других информационных жанров, получает логическое завершение, что позволяет говорить о плавном переходе от завязки к развязке.

Таким образом, структуралистский подход, разработанный В.Я. Проппом для изучения текста волшебной сказки, может быть применен и по отношению к тексту СМИ. Изученные в ходе исследования тексты региональных печатных СМИ, воплощенные в том или ином жанре, характеризуются двумя особенностями. Так, поскольку жанрам журналистики свойственна динамика, то с течением времени одни жанры уступают место другим, кроме того, возникают новые синтетические формы, которые становятся более востребованными, чем традиционные. Однако при этом газетные жанры сохраняют общую для них структуру, соответствующую структуре белорусской волшебной сказки: это лид (в сказке – начальная ситуация), подготовительная часть, основная часть (в сказке именуемая завязкой), где рассматриваются различные аспекты события или проблемы (в сказке это несколько различных ходов завязки), и выводы (развязка).

Результаты исследования также показали, что, несмотря на трансформацию сюжета белорусской волшебной сказки, обусловленную сменой политической обстановки, ее структура остается такой же, как и выявленная В.Я. Проппом структура волшебной сказки, а структура текста СМИ в 1999-м году соответствует структуре текста СМИ в 2009-м году. Это позволяет сделать предположение, что, несмотря на трансформацию современных газетных жанров, в их структуре существуют устойчивые элементы, которые остаются практически неизменными. Это, в свою очередь, актуализирует необходимость дальнейших исследований не только региональной, но и республиканской прессы с применением именно семиотической методологии, так как она демонстрирует высокую эффективность.

Литература

1. Журналістыка: ад А да Я: даведнік / В.П. Вараб’ёў, С.В. Дубовік. – Мінск: Выдавецкі цэнтр БДУ, 2002. – 216 с.

2. Касько, У.К. Радовішча народних скарбаў / У.К. Касько // Чароўны човен: казкі і апавяданні беларусаў Слуцкага павета / А.К. Сержпутоўскі; склад., прад., навук. рэд., літ. апрац. У.К. Касько. – Мінск: Выш. шк., 2012. – С. 6–46.
3. Ким, М.Н. Жанры современной журналистики / М.Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. – 336 с.
4. Ким, М.Н. Журналистика: методология профессионального творчества / М.Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. – 496 с.
5. Ким, М.Н. Технология создания журналистского произведения / М.Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2001. – 320 с.
6. Пропп, В.Я. Мрфология сказки / В.Я. Пропп. – Изд. 2-е. – М.: Наука, 1969. – 168 с.
7. Стральцоў, Б.В. Асноўныя творчыя метады ў журналістыцы / Б.В. Стральцоў. – Мінск: БДУ, 2000. – 71 с.
8. Стральцоў, Б.В. Метад і жанр. Асновы творчага майстэрства журналіста: вучэб. дапам. для студэнтаў спец. Е 23 01 08-01 «Журналістыка» / Б.В. Стральцоў. – Мінск: БДУ, 2002. – 118 с.

Таццяна Падаляк
Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

МЕДЫЯЭТЫКА Ў СТРУКТУРЫ АГУЛЬНАПРАФЕСІЙНАЙ ПАДРЫХТОЎКІ ЖУРНАЛІСТАЎ

Прафесійная этыка журналіста – адзін з асноватворных курсаў у структуры агульнапрафесійнай, маральна-этычнай і грамадзянскай падрыхтоўкі будучых спецыялістаў сродкаў масавай інфармацыі. Гэта вучэбная дысцыпліна выкладаецца на факультэце журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта з верасня 1992 года. Яна садзейнічае працэсу прафесійна-этычнага самавызначэння маладога пакалення журналістаў, фарміраванню маральнай дамінанты творчай дзейнасці: без дасканала адладжанай сістэмы маральнага самакантролю журналіста і ўсёй журналісцкай садружнасці як на «асобасным» узроўні, так і ў межах агульнапрафесійнай парадыгмы журналістыка перастае існаваць як прафесія маральная па сваёй сутнаснай прыродзе. Спецыфічнай характарыстыкай медыяэтыкі з'яўляецца яе акцэнтаваная накіраванасць на праблематыку і зместавыя асаблівасці сучаснага публіцыстычнага працэсу.

Паколькі прафесійнае станаўленне і духоўнае сталенне журналіста – працэс непарыўны, у ходзе выкладання медыяэтыкі значная ўвага надаецца педагагічна-творчым і выхаваўча-метадычным кампанентам