

**БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ  
ІНСТЫТУТ ЖУРНАЛІСТЫКІ  
Факультэт павышэння кваліфікацыі і перападрыхтоўкі**

**МЕТАДАЛАГІЧНЫЯ АСПЕКТЫ  
МАСАВАЙ КАМУНІКАЦЫІ**

*Выпуск 2*

**Мінск  
2013**

УДК 070: 378. 016 (082)

ББК 76.0р3я43

**Рэцэнзенты:**

*С. В. Дубовік*, кандыдат філалагічных навук, дацэнт;

*А. Г. Слука*, доктар гістарычных навук, прафесар

**Рэдакцыйная калегія:**

*С. В. Дубовік, І. І. Сачанка, А. Г. Слука,*

*В. Р. Булацкі, А. К. Свораб*

**Метадалагічныя аспекты масавай камунікацыі:** зб. навук.-метад. работ выкладчыкаў Інстытута журналістыкі БДУ. Вып. 2. – Мінск, 2013. – 64 с.

У зборніку пададзены выбраныя матэрыялы выкладчыкаў Інстытута журналістыкі БДУ, у якіх разглядаюцца метадалагічныя аспекты павышэння кваліфікацыі і перападрыхтоўкі.

Выданне прызначана для выкладчыкаў, слухачоў і студэнтаў факультэтаў і аддзяленняў журналістыкі і масавай камунікацыі.

УДК 070: 378. 016 (082)

ББК 76.0р3я43

© Інстытут журналістыкі, 2013

© БДУ, 2013

## ПРАДМОВА

Дадатковая адукацыя дарослых, якой факультэт павышэння кваліфікацыі і перападрыхтоўкі Інстытута журналістыкі БДУ займаецца на працягу пяці гадоў, у свой час лічылася дапаможнай, дадатковай да атрыманай раней асноўнай адукацыі. На сёння гэтая адукацыя – адна з асноўных форм сацыяльнай актыўнасці чалавека і найважнейшая сфера дзейнасці грамадства. Пры гэтым асноўная адукацыя выступае галоўнай умовай і перадумовай далейшага развіцця асобы. У сістэме дадатковай адукацыі дарослых адбываюцца інтэнсіўныя працэсы распрацоўкі новых мадэляў навучання, фарміраванне інавацыйных педагагічных тэхналогій, якія пасля распаўсюджваюцца на іншыя ўзроўні адукацыйнай сістэмы. Важна і тое, што навучанне дарослых павінна быць практыка арыентаваным.

Доказам таго з’яўляецца і выпуск другога зборніка выбраных навуковых і метадычных прац выкладчыкаў Інстытута журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта з новай серыі метадычнай літаратуры “У дапамогу журналісту”, які адрасаваны слухачам факультэта павышэння кваліфікацыі і перападрыхтоўкі Інстытута журналістыкі БДУ (выпуск 1 “Журналісцкая адукацыя” выйшаў у 2009 годзе). За гэты час значна пашырылася як кола адукацыйных праграм, так і кола дысцыплін, што выкладаюцца на факультэце і патрабуюць навукова-метадычнага забеспячэння.

Спадзяемся, што працы, змешчаныя пад гэтай вокладкай, будуць карысныя і пазнаваўчыя як для слухачоў, так і для студэнтаў і выкладчыкаў спецыяльнасцей журналістыкі і масавай камунікацыі.

## **МОДЕЛИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

На современном этапе развития общества образование становится одной из важнейших и центральных сфер человеческой деятельности, теснейшим образом связанной со всеми другими сторонами общественной жизни. От способности системы образования удовлетворять потребности личности и общества в высококачественных образовательных услугах принципиально зависят перспективы экономического и духовного развития страны.

В настоящее время особую актуальность и значение приобретает эффективное кадровое сопровождение проводимых реформ и преобразований. Одной из важнейших задач становится задача организации целенаправленного дополнительного образования взрослых, обеспечивающего повышение квалификации и переподготовку взрослого населения. Социально-политическая ситуация в мире диктует необходимость готовить конкурентоспособных, образованных специалистов, способных уверенно и эффективно участвовать в профессионально-деловом, социокультурном и повседневном общении. Известно, что в системе белорусского образования общекультурное развитие обучающихся, повышение ранее приобретенного ими культурного уровня исторически рассматривается в качестве одного из приоритетных направлений. Готовность использовать общекультурный фонд знаний, его потребность в продолжении личностного культурного развития, понимание основных ценностно-смысловых доминант современного мира, страны, общества – все эти характеристики составляют единую социально-профессиональную компетентность специалиста. Однако этот идеально заданный уровень может не достигаться человеком. Система ценностей, норм, идеалов, которая характерна для социальной общности, зафиксирована и закреплена в текстах, обычаях, традициях, обеспечивающих смысл существования человека и общества, вместе с культурой саморегуляции, предметной деятельности, культурой поведения и общения составляет общую культуру человека. Культура социального и межкультурного взаимодействия в условиях развивающихся интеграционных и глобализационных процессов играет такую же важную роль, как и все остальные компоненты общей культуры специалиста в области журналистики и массовых коммуникаций, поскольку от нее зависит успешность его деятельности.

Вместе с тем, на каждом этапе развития общества система образования претерпевает определенные изменения в соответствии с его потребностями,

идеологией, ценностями. Важность развития дополнительного образования взрослых особенно ясна в контексте новых, утвердивших себя во всем мире педагогических идей – идей непрерывного образования и человекоцентризма (антропоцентризма), которые являются основой современной трактовки дополнительного образования взрослых.

Как известно, в последнее время происходят существенные изменения в дополнительном образовании взрослых в связи с развитием андрагогической концепции, которая исследует и определяет закономерности деятельности взрослых обучающихся и обучающихся по организации и реализации процесса обучения, сущность которого заключается в следующем:

1. Обучающемуся принадлежит ведущая роль в процессе обучения.
2. Взрослый обучающийся стремится к самореализации, к самостоятельности, к самоуправлению.
3. Взрослый обучающийся обладает жизненным (бытовым, социальным, профессиональным) опытом, который может быть использован в качестве важного источника обучения как его самого, так и его коллег.
4. Взрослый человек обучается для решения важной жизненной проблемы и достижения конкретной цели.
5. Взрослый обучающийся рассчитывает на безотлагательное применение полученных в ходе обучения умений, навыков, знаний и качеств.
6. Учебная деятельность взрослого обучающегося в значительной степени детерминирована временными, пространственными, бытовыми, профессиональными, социальными факторами, которые либо ограничивают процесс обучения, либо способствуют ему.
7. Процесс обучения взрослого обучающегося организован в виде совместной деятельности обучающегося и обучающего на всех его этапах: планирования, реализации, оценивания и, в определенной мере, коррекции [1, с. 76].

Исходя из перечисленных посылок, С. И. Змеёв сформулировал десять андрагогических принципов:

- 1) приоритет самостоятельного обучения;
- 2) совместная деятельность;
- 3) опора на опыт обучающегося;
- 4) индивидуализация обучения;
- 5) системность обучения;
- 6) контекстность обучения;
- 7) актуализация результатов обучения;
- 8) элективность обучения;
- 9) развитие образовательных потребностей;
- 10) осознанность обучения [2, с. 90-91].

Учреждения высшего образования, осуществляющие дополнительное образование взрослых, должны строить образовательный процесс как на основе этих принципов, так и на необходимости андрагогической компетентности преподавателей, отказе от жестко регламентированной и закрытой модели образовательного процесса и авторитарной педагогики.

Структура такого сложного психологического акта, каковым является обучение взрослых, предполагает учет личностных потребностей слушателя – интересов, желаний, стремлений, установок, определяемых его жизненными планами и внешними стимулами мотивации личности. По мнению С. Г. Вершловского, основными побудительными причинами продолжения учебы являются следующие:

1) диспропорция между необходимым для той или иной специальности и наличным уровнем знаний (основным мотивирующим фактором в этом случае выступает статусный фактор);

2) противоречие между реальным и необходимым для освоения социальных условий деятельности, социальных отношений, социально одобряемых норм поведения уровнем знаний (в этом случае человек ориентируется на более дальние перспективы своего профессионального, общекультурного и нравственного самоутверждения);

3) противоречия саморефлективного характера, неудовлетворенность собой, критическая переоценка себя;

4) противоречия между уровнем знаний человека и новыми проблемными познавательными задачами, выдвигаемыми не только потребностями практики, но и им самим, так что мотив и цель деятельности в этом случае совпадают [3, с. 52-53].

Понятно, что чем большее значение имеют для индивида не внешние, а внутренние факторы, тем устойчивее его желание учиться. Что касается специфики запросов личности, принимающей решение о повышении своего образовательного уровня, она как раз определяется особым соотношением внешних и внутренних мотивов.

Часто говорят, что образование – это инвестиции в будущее, но при этом имеются в виду школьное и высшее образование. Однако у общества постоянно возникают новые образовательные потребности. Дополнительное образование взрослых имеет большое значение в установлении гармоничных взаимоотношений между обществом и индивидом на протяжении всей жизни человека и является социальной необходимостью любого цивилизованного общества.

### *Литература*

1. Змеев, С.И. Андрагогика: основы теории и технологии обучения взрослых / С.И. Змеев. – М. : ПЕР СЭ, 2003. – С. 76.

2. Там же. – С. 90–91.

3. Вершловский, С.Г. Общее образование взрослых: Стимулы и мотивы / С.Г. Вершловский. – М. : Педагогика, 1987. – С. 52–53.

Басава Г. І., Салаўёў П. Л.

## **МЕСЦА ДЫСЦЫПЛІНЫ “МАЎЛЕНЧАЯ КАМУНІКАЦЫЯ” Ў СІСТЭМЕ ПАДРЫХОЎКІ СПЕЦЫЯЛІСТАЎ ПА СПЕЦЫЯЛЬНАСЦІ ПЕРАПАДРЫХОЎКІ “КАМУНІКАЦЫЯ Ў СФЕРЫ ГРАМАДСКІХ СУВЯЗЕЙ”**

Маўленчая камунікацыя ў наш час паўстае і як асобны навуковы накірунак, і як самастойная вучэбная дысцыпліна, якая валодае ўласным паняццёвым апаратам. Некаторыя даследчыкі ўключаюць маўленчую камунікацыю ў якасці аднаго з цэнтральных блокаў мадэлі тэорыі камунікацыі і прапануюць яе даследаванне ў межах камунікатывістыкі (камунікалогіі) (гл., напрыклад, [2]).

Сучаснае разуменне маўленчай камунікацыі не засяроджваецца выключна на “маўленчым” аспекце, а аперыруе такімі тэрмінамі, як камунікатыўнае ўздзеянне і ўзаемадзеянне, уключае не толькі вербальныя, але і невербальныя, паравербальныя і экстралінгвістычныя аспекты камунікацыі. Вывучэнне маўленчай камунікацыі ў якасці самастойнай дысцыпліны прадугледжвае таксама веданне і валоданне асноўнымі формамі і відамі маўленчай дзейнасці, засваенне норм літаратурнай мовы, веданне асноў маўленчага этыкету, магчымасць пабудаваць выказванне з улікам умоў сітуацыі маўлення, веданне псіхалагічных механізмаў чалавечага ўзаемадзеяння.

Пачатак трэцяга тысячагоддзя на парадак дня паставіў у якасці галоўнага паказчыку поспеху спецыяліста ў галіне кіравання, палітыкі, сродкаў масавай камунікацыі і іншых прафесій камунікабельнасць – уменне выступаць публічна, праводзіць перамовы і іншае. Веданне асаблівасцей публічнага маўлення, этапаў яго падрыхтоўкі і слоўнага афармлення, а таксама дэлеваго этыкету важна і для будучых спецыялістаў па камунікацыі ў сферы грамадскіх сувязей.

Усё гэта вызначае мэты праграмы па дысцыпліне “Маўленчая камунікацыя”, распрацаванай для слухачоў з няпрофільнай вышэйшай адукацыяй факультэта павышэння кваліфікацыі і перападрыхтоўкі, прадугледжанай вучэбным планам прафесійнай перападрыхтоўкі па спецыяльнасці “Камунікацыя ў сферы грамадскіх сувязей”, зацверджаным Міністэрствам адукацыі Рэспублікі Беларусь: навучыць спецыялістаў у сферы грамадскіх сувязей максімальна эфектыўна выкарыстоўваць асаблівасці маўленчай

камунікацыі з улікам псіхалагічнага, дзейнаснага, арталагічнага аспектаў, а таксама аспекту камунікатыўнага ўзаемадзеяння.

Таму, улічваючы вышэй адзначаныя факты, у межах вывучэння дысцыпліны слухачы знаёмяцца з асноўнымі паняццямі маўленчай камунікацыі, функцыямі мовы і маўлення, перцэптыўнымі (слуханне, чытанне) і рэцэптыўнымі (маўленне, пісьмо) відамі маўленчай дзейнасці. Акрамя таго, у навучальны працэс уводзяцца паняцці моўнай і маўленчай (камунікатыўнай) кампетэнцыі, разглядаюцца фактары паспяховасці камунікатыўнага працэсу, правілы паспяховай камунікацыі, праводзіцца тыпалогія камунікатыўных няўдач. Маўленчая камунікацыя разглядаецца як працэс, уводзіцца паняцце маўленчага акта, праводзіцца тыпалогія камунікатыўных актаў, разглядаюцца іх мадэлі.

Вывучэнне дысцыпліны “Маўленчая камунікацыя” прадугледжвае таксама разгляд камунікатыўных стратэгий і тактык маўленчых паводзін. Разглядаюцца стратэгіі інфармавання, пераканання, унушэння, пабуджэння, уводзіцца паняцце кааператыўных і некааператыўных стратэгий, канфлікт як вынік выбару няправільнай камунікатыўнай стратэгіі (тактыкі), разглядаюцца найбольш тыповыя стратэгіі і тактыкі маўленчых паводзін у сітуацыі канфлікту.

Маўленчае ўзаемадзеянне ў межах вывучэння дысцыпліны “Маўленчая камунікацыя” разглядаецца ў непарыўнай сувязі з фактарамі эфектыўнасці камунікацыі, праводзіцца тыпалогія мэт камунікацыі (інфармацыйная, прадметная, камунікатыўная), уводзіцца паняцце захавання “камунікатыўнай раўнавагі” [3].

Асаблівая ўвага надаецца вывучэнню маўленчай камунікацыі з гледжання этычных перспектываў камунікатыўнага ўздзеяння ў маркетынгу, рэкламе, сувязях з грамадскасцю. Уводзяцца паняцці этычных каштоўнасцей, абмяркоўваецца “этычнасць” прапаганды, нейралінгвістычнага праграмавання і іншае.

Каштоўнасць дысцыпліны “Маўленчая камунікацыя” ў сістэме падрыхтоўкі спецыялістаў па камунікацыі ў сферы грамадскіх сувязей тлумачыцца яе комплексным міждысцыплінарным характарам, разнастайнасцю метадалагічных падыходаў да вывучэння маўленчай камунікацыі, шырынёй кола разглядаемых пытанняў.

Пасля вывучэння дысцыпліны “Маўленчая камунікацыя” слухачы павінны ўмець размяжоўваць розныя віды маўленчай дзейнасці, выкарыстоўваць адпаведныя мэце і сітуацыі маўлення камунікатыўныя стратэгіі і тактыкі, выяўляць прычыны камунікатыўных няўдач у розных маўленчых сітуацыях, выкарыстоўваць карэктныя метады і прыёмы аргументацыі і пераканання, выконваць этычныя нормы маўленчай камунікацыі.



Эфектыўнаму засваенню дысцыпліны “Маўленчая камунікацыя” павінна спрыяць выкарыстанне элементаў сістэмы кіравання навучаннем (віртуальнага навучальнага асяроддзя) Moodle (больш падрабязна гл. [1]), што дазваляе значна паскорыць тэмп засваення вучэбнага матэрыялу, а таксама інтэнсіфікаваць і павысіць эфектыўнасць самастойнай работы слухачоў.

Прапанаваныя метады працы па гэтай дысцыпліне спрыяюць паляпшэнню маўленчай камунікацыі слухачоў, павышэнню яе выразнасці, правільнасці, умеламу і дакладнаму выкарыстанню сродкаў маўленчай камунікацыі ў адпаведнасці з мэтамі і задачамі камунікацыі.

### *Літаратура*

1. Басава, Г.І., Салаўёў, П.Л. Інтэнсіфікацыя вучэбнай камунікацыі з дапамогай элементаў «blended learning» у сістэме падрыхтоўкі спецыялістаў сродкаў масавай камунікацыі / Г.І. Басава, П.Л. Салаўёў // Журналістыка-2012: стан, праблемы і перспектывы : мат-лы 14-й Міжнар. навук.-практ. канф., 6–7 снежня 2012 г., Мінск. – Вып. 14. – Мінск : БДУ, 2012. – С. 112–114.
2. Гойхман, О.Я. Коммуникативистика в современном обществе / О.Я. Гойхман // НИР. Современная коммуникативистика. – 2012. – №1 (1). – С. 4–9.
3. Стернин, И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж : Кварта, 2001. – 252 с.

Бегункова М. Н.

## **ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА ФОТОКОРРЕСПОНДЕНТОВ**

Вопрос профессиональной этики и профессиональной честности в любой профессии всегда является актуальным. Тем более эта тема заслуживает особого внимания в современной фотожурналистике. Выбор, как поступить в той или иной ситуации, – это важная часть профессии фотокорреспондента. Безусловно, предугадать все ситуации невозможно, но всегда важно понимать, что может и должен сделать фотограф, а где черта, за которую нельзя переходить. Фотожурналисты постоянно контактируют с героями, поэтому всегда очень важно вести себя корректно. И здесь речь идет даже не о соблюдении общепринятых норм поведения в обществе (это, безусловно, прописные истины). Важно уважать мнение, культуру и обычаи других людей. Пожалуй, самый важный закон в профессии фотокорреспондента – не навредить. Это касается абсолютно всех рабочих моментов.

Важное правило в работе фотожурналиста – не придумывать (додумывать) и не улучшать информацию. На первый взгляд может показаться, что это касается только пишущих журналистов, которые могут приукрашивать

правду или «забывать» важные детали. Но это в том числе относится и к фотографиям, которые могут, как вариант, «разыграть» ситуацию. Хрестоматийным примером в мировой журналистике может служить действие нескольких фоторепортеров в Западной Европе, которые возили с собой «реквизит», чтобы использовать его при съемке. Это хорошо известная уловка (которая, кстати, стала избитым и, в первую очередь, недопустимым в современной фотожурналистике приемом) заключалась в том, чтобы, к примеру, всегда иметь под рукой детский ботиночек или плюшевого мишку. Если репортер снимал авиакатастрофу, он клал этот «реквизит» среди обломков, чтобы снимок выглядел особенно трагичным. Из-за этого уже произошел скандал, когда после обнародования списка пассажиров выяснилось, что детей на борту вообще не было.

Еще один ключевой момент в постулате «не додумывать и не улучшать информацию» – это вопрос подписей к фотографиям. Ведь фотожурналистика – это не только хорошие и качественные снимки, но еще и комментарии к ним. «Если снято и написано, значит, было!» – такому неписаному закону верят наши читатели, поэтому несоответствие подписи содержанию фотографии иногда приводит к подтасовке фактов. И главный смысл нашей работы – отображать реальную картину событий – теряется.

Ошибки современные фотокорреспонденты допускают тогда, когда не проверяют текстовки под фотографиями. В практике белорусских СМИ есть примеры, когда под снимком, на котором изображен Иванов, стоит подпись Петров. Теоретически, такая ошибка может произойти и не по вине фотожурналиста, но в первую очередь ему придется извиняться перед героем опубликованного снимка.

Никогда не стоит забывать интересоваться судьбой ранее сфотографированных персонажей при публикации снимков из архивов. Особенно это касается детей. Опять же хрестоматийным примером в белорусской журналистике может служить случай, когда редактор одной из минских газет дал задание срочно в номер поставить фотографию, посвященную Дню защиты детей. Фотокорреспондент достал фото малыша из архива. После выхода номера разгорелся скандал, так как изображенный на фотографии ребенок полгода назад погиб.

Сейчас серьезно обсуждается вопрос этического контекста снимков чрезмерно натуралистического характера, например, последствия несчастных случаев и преступлений. Белорусское общество остро восприняло снимки теракта в минском метро, которые были опубликованы на первых полосах республиканских газет. Но именно эти фотографии демонстрировали не только стране, но и всему миру масштабы жестокости.

С приходом новых компьютерных технологий вмешательство в фотографию стало привычным делом. И улучшение (как и ухудшение) снимка

ведет к необратимым последствиям. Стоит убрать лужи или «покрасить» дом – и ваша фотография не отображает реальность. Именно вопрос о возможности и степени обработки документального изображения сейчас очень остро стоит перед современной фотожурналистикой. Международные информационные агентства отказались практически от любой, даже очень незначительной обработки – все вмешательства ограничиваются кадрированием и регулировкой «уровней». Любые нарушения этих правил пресекаются очень жестко, вплоть до увольнения фотокорреспондента, а для контроля используют специальные программы, которые отслеживают любые шаги при обработке.

Дорожить личной и профессиональной репутацией, которая зачастую основана на этических принципах, – также ключевой момент в нашей работе. И хотя конечной целью является получение высококачественных кадров, этический кодекс определяет дальнейшую карьеру фотокорреспондента. Проблема в том, что в отличие от других профессий, в журналистику намного легче попасть. И именно это, к сожалению, приводит к непрофессионализму, который дискредитирует профессию в целом.

Соблюдение этических норм в профессии фотокорреспондента – это право выбора. Поэтому всегда стоит помнить о том, что в журналистике ничего не останется незамеченным.

Вараб'ёў В. П.

## **СТРАТЭГІІ І НАВАЦЫЙ У КАНВЕРГЕНТНЫМ АСЯРОДКУ СМІ (метадычны матэрыял па раздзелу “Паліталогія журналістыкі” дысцыпліны “Тэорыя і метадалогія журналістыкі”)**

1. «Эфект узделу». З’яўляючыся істотным складнікам і якаснай канстантай грамадства і дзяржавы, журналістыка як палітычны і сацыяльны інстытут адлюстроўвае агульны стан і траекторыю соцыуму. Актуальныя тэндэнцыі фарміравання прынцыпова новага інфармацыйнага асяроддзя, яго глабалізацыі, трансфармацыі структуры і характару інфармацыйных патокаў, сцірання нацыянальных межаў, актыўнага развіцця інфармацыйных тэхналогій, індывідуалізацыі попыту і прапановы масавай інфармацыі яскрава характарызуюць феномен СМІ ў свеце. Гэтыя працэсы, з’явы фарміруюць і новыя вымярэнні алгарытмаў прафесійнай дзейнасці журналіста ў найноўшы перыяд развіцця сённяшняй Беларусі, знітаваны з капіталізацыяй СМІ, стварэннем медыйнага рынку з яго жорсткай канкурэнцыяй, актыўным выкарыстаннем журналістыкі ў якасці палітычнага рэсурсу і сродку палітычнага ўплыву.

У самых высокатыражных газетах, з цудоўным наборам кваліфікаваных журналістаў, пры адмысловым рэдакцыйным менеджменце, з высокім творчым патэнцыялам інфармацыйных і аналітычных складнікаў калектываў, амаль 5–8 працэнтаў газетнай плошчы займаюць публікацыі чытачоў. Вядучыя грамадска-палітычныя агульнанацыянальныя выданні «СБ. Беларусь сегодняя», «Звязда», «Рэспубліка», «Народная газета» маюць пастаянныя чытачоўскія рубрыкі, прычым разнастайныя. Рэгулярна з’яўляюцца на іх старонках агляды пісьмаў чытачоў, «паштоўкі» клічуць карэспандэнтаў у дарогу, падказваюць тэмы выступленняў, адрасы «перадавога» і «праблемнага» вопытаў, выкарыстоўваюцца допісы і ў неабсяжных інтэрв’ю журналістаў. Але ўсе гэтыя паказчыкі «супрацоўніцтва з чытачамі», «удзелу аўдыторыі» назапашваюць 2–3 працэнты газетнага аркуша. Зафіксаваны і адваротны рэкорд: на паласе выдання маецца 5 пацверджанняў аўтарства аднаго журналіста. Гэтая інтэграваная статыстыка – толькі частка вынікаў кантэнт-аналітычнага маніторынгу, праведзенага кафедрай сацыялогіі журналістыкі.

Суадносіны высылкаў рэдакцыйных калектываў відавочныя: 90 працэнтаў газетнай плошчы – на прамую сувязь, 10 працэнтаў – на зваротную. Дыскутаваць над гэтай прапарцыяй можна па лініі «шмат – мала», але будзе рацыянальным зварот у іншае метадалагічнае рэчышча.

Прынцып зваротнай сувязі ў журналістыцы імператыўна прадугледжвае, што прэса як суб’ект інфармавання грамадскасці ўлічвае і грамадскую думку аўдыторыі, і папярэднія інфармацыйна-камунікацыйныя дзеянні. Рэалізуецца прынцып з дапамогай сістэмы, якая забяспечвае рэгулярны абмен інфармацыяй паміж суб’ектам і аб’ектам, у выніку чаго ўзнікаюць суб’ект-суб’ектныя адносіны [1, с. 119].

Удзел аўдыторыі ў абмеркаванні ў прэсе надзённых праблем і хвалючых пытанняў, канструктыўная творчая дзейнасць па перадачы з дапамогай газеты сваіх ведаў, вопыту, жыццёвых перажыванняў і асобных пазіцый нясе ў сабе істотны, з высокім каэфіцыентам карыснага дзеяння палітычны эффект. Даследчыкамі СМІ дакладна заўважана, што верагоднасць засваення інфармацыі залежыць не толькі ад яе якасці, але і ад ступені знітаванасці чытачоў з працэсамі стварэння і распаўсюджвання гэтай інфармацыі. Адсюль безумоўна вынікае: эфектыўнасць журналісцкай творчасці і безупыннага інфармацыйна-масавога ўздзеяння прэсы вызначаецца тым, у якой меры самі чытачы ўдзельнічаюць у працэсах інфармавання.

Сёння, калі ў практыцы нават лепшых перыядычных выданняў зваротная сувязь з чытачом перажывае істотны крызіс ці характарызуецца вострай дэфіцытнасцю, гэта нараджае сур’ёзную грамадскую праблему палітычнага гучання. З’яўляюцца цэлыя катэгорыі соцыуму, што выпадаюць з інфармацыйнага поля. У сваю чаргу, дынамічна рэгіструецца зніжэнне запатрабаванасці тых ці іншых СМІ.

Катэгарычнае дамiнiраванне прамой сувязi з чытачом i анамальны «рахiтызм» зваротнай нясе яшчэ адзiн эфект – неканструктыўны – камунiкацыйную эмiграцыю аўдыторыi. Найбольш актыўная i «пра-сунутая» яе частка, жадаючая быць пачутай i задзейнiчанай у iнфармацыйна-камунiкацыйным дыялогу, знаходзiць выйсце ў сецiве. Аднак для друкаваных газет гэтая аўдыторыя ўжо згублена i як аўтар (суб’ект), i як аб’ект (чытач) з усімi сумнымi наступствамi.

Для параўнальнай аналогii ўяўляе ciкавасць замежнае даследаванне гэтых працэсаў. У ЗША праведзена агульнаацэньвальнае экспертнае апытанне 1200 журналістаў з розных друкаваных i сеткавых СМІ. Даследчыкi Калумбiйскага ўнiверсiтэта канстатуюць: больш за 51 % журналістаў рэгулярна чытаюць блогi, 28 % – спасылаюцца на iх як крынiцу iнфармацыi. Разам з тым рэгулярна звяртаюцца да блогаў 11 % амерыканцаў (не журналістаў па прафесійнай дзейнасцi). Атрымліваецца, што ў журналісцкiм асяродку блогамi карыстаюцца ў 5 разоў iнтэнсiўней, чым у сярэднiм па краiне. Аналітыкi лiчаць, што «блогi становяцца не толькi сродкам уздзеяння на масы, але i iнструментам уплыву на самiх журналістаў i СМІ». Журналісты выкарыстоўваюць блогi: каб знайсцi iдэю для чарговага матэрыялу (53 %); знайсцi i праверыць iнфармацыю (43 %); высветлiць крынiцу iнфармацыi (36 %); адшукаць «смажаныя факты» i падрабязнасцi скандалаў (33 %). Значная ўвага журналістаў да блогаў не забяспечвае давер да блогавай iнфармацыi (1 %), а амаль 70 % апытаных упэўнены, што «закiд тэмы» на сеткавы часопiс хутка стане прырытэтным для карпаратыўных навiн [2, с. 15].

У навуковым асяродку i прафесійным журналісцкiм ужытку з нядаўняй пары ўкаранiлася трывалая асацыяцыя аб журналістыцы як палiтычным iнстытуце [3, с. 108-118]. Але тэрміналагiчная неўпарадкаванасць яшчэ застаецца, калi блытаюць палiтычную iнстытуалiзацыю журналістыкi з партызанскай асобных выданняў ci ацясамліваюць так званае «чацвертаўладдзе» з iнфармацыйным манiпуляваннем. Палiтычная iнстытуалiзацыя журналістыкi не тоесна нi першай, нi другой, нi трэцяй з’явам i тэндэнцыям, пералiчаным намi, але бачыцца немагчымай без удзелу аўдыторыi ў дзейнасцi СМІ. Гэтая асаблівасць прадугледжвае як спецыфiчны змястоўны «твар» выданняў, так i разгалiваную сiстэму зваротных сувязей з чытачоўскай аўдыторыяй.

«Эфект удзелу» наблiжае iнфармацыйнае грамадства, а Беларусь крочыць у яго. На гэтым шляху непазбежна ўзнікаюць новыя праблемы i задачы ўдасканалення палiтычнага кiравання iнфармацыйнай галiной, што патрабуе адэкватнага навуковага асэнсавання. Адной з iх з’яўляецца палiтычны менеджмент iнфармацыйна-камунiкацыйнай дзейнасцю, якi распрацоўваецца палiталогiяй журналістыкi, што абумоўлена станаўленнем iнфармацыйнага грамадства як новага этапу сацыяльнай эвалюцыi. «Апошнiя

падзеі ў свеце цалкам падцвердзілі тэзіс пра тое, што інфармацыя сёння – стратэгічны фактар... Асноўная мэта, на якую скіравана інфармацыйная зброя – свядомасць народаў... Сёння аб’ектыўна можна канстатаваць, што вайна за розумы людзей фактычна ўжо вядзецца. У ... арсенале падмена духоўных і маральных каштоўнасцей, «сціранне» гістарычнай памяці народа...» – так характарызуе сітуацыю ў інфармацыйна-камунікацыйнай сферы кіраўнік Беларусі А.Р. Лукашэнка [4, с. 2]. Адпаведна выклікам часу і канцэптэуальныя ўяўленні кіраўнікоў беларускіх медыяканалаў: «...калі неабходна, заўтра мы арганізуем тысячу людзей, якія скажуць, што ім падабаецца рэклама...» (Ю. Казіятка, СТБ); «...калі рэкламны бюджэт вырасце ў два разы, тады... абмежаванні не паўздзейнічаюць на працу канала...» (Р. Кісель, АНТ) [5, с. 28].

Аktуалізуючы гэтымі выказваннямі неабходнасць станаўлення і развіцця палітычнай тэорыі функцыянавання СМІ [3, с. 115], палітычныя дзеячы і вядучыя журналісты Беларусі тым самым яшчэ раз ставяць пытанне аб прынцыпова новым змесце журналістыкі і падрыхтоўцы новага тыпу журналістаў: не проста майстар слова-рытар, а перш за ўсё – псіхалаг, палітолаг, сацыёлаг, эканаміст... Прафесіяналы такой спецыялізацыі і адпаведнай кваліфікацыі вымушаны будаць, усведамляючы сваю сацыяльную, палітычную і гуманістычную адказнасць, не толькі трансліраваць «бліскучыя» думкі, як паказвае наш маніторынг, а ўзаемадзейнічаць з аўдыторыяй, выкарыстоўваючы яе творчы патэнцыял.

Інфармацыйнае грамадства, развіццё новай якасці свядомасці людзей магчымы толькі пры ўсталяванні дыялогавай мадэлі камунікацыі, заснаванай на ўзаемадзейні і партнёрстве, развіцці суб’ект-суб’ектных адносін.

**2. Інфармацыйны менеджмент.** Стаўшы сведкам глабальнага фінансаванага, а потым і эканамічнага крызісаў у 2008-2009 гадах, грамадства ўслед за даследчыкамі пераканалася, што інфармацыйны рэсурс ператварыўся ў найважнейшы сінергетычны і базавы элемент дасягнення мэтаў. Эмпірычны эпікрыз асвятлення беларускімі і расійскімі СМІ зімовых перамоў па “газава-нафтавай праблеме”, кантэнтны аналіз тону публікацый і тэлерадыёсюжэтаў пра летнія “малочныя кактэйлі” не пакідаюць расчаравання ў моцы журналістыкі. Аднак прымушаюць рэдакцыйны менеджмент ад канстатацый “цяжкасцяў” пераходзіць не толькі да бягучага аналізу, але і прагнозу развіцця прафесійнай галіны, яе сацыяльных і тэхналагічных асаблівасцяў, распазнання і карэктныя формаў, метадаў, дзеянняў, сумніўна залічаных да прафесійна журналісцкіх (напрыклад, вядомае “грыпознае прадказанне” галоўнага санітара суседняй краіны ў СМІ), а таксама фарміравання механізмаў інфармацыйнай абароны. Агульная бяспека грамадства і дзяржавы зараз асацыіруюцца з якасным узроўнем палітычнай культуры журналістаў, трывалым прафесійным менталітэтам

супрацоўнікаў СМІ. Не выпадкова інфармацыйная ўстойлівасць палітычнай сістэмы грунтуецца на збалансаванасці масавай інфармацыі і механізмаў попыту і прапаноў журналісцкай прадукцыі.

Пералічаныя і іншыя катэгорыі навуковай рэфлексіі сучасных інфармацыйных працесаў у грамадстве распрацоўваюцца даследчыкамі ў рэчышчы адаптаваных да цэхавай журналісцкай рэчаіснасці і выпрабаваных часам сацыяльна-гуманітарных прадметна-аб'ектных комплексаў: сацыялогія кіравання, інфармацыйная палітыка, сацыяльная палітыка, і, нарэшце – сацыялогія інфармацыйнага менеджменту [гл. 6]. Сацыялогія інфармацыйнага менеджменту – адносна новы накірунак у тэорыі і практыцы асэнсавання журналісцкай дзейнасці. Гэты від менеджменту пакуль у рэдакцыях носіць флюсавы характар і гіпертрафіраваны па змесце толькі да спосабаў атрымання прыбытку ад рэкламнай дзейнасці. Ва ўмовах выжывання рэдакцыйных калектываў гэта часткова можа быць апраўданым. Ва ўмовах жа інфармацыйнай эпохі, фарміравання новага тыпу эканомікі – паводле М. Кастэльсу “інфармацыяналізму” – атрыманне рэкламных прыбыткаў – неабходная мера, але далёка недастатковая.

Нездарма сярод спецыялістаў па сацыялогіі інфармацыйнага менеджменту ўсё часцей ужываецца паняцце “мяккая сіла”. “Мяккая сіла” – гэта не грошы, не баявая магутнасць арміі, не памеры валавога прадукту, не газавы-нафтавыя рэсурсы і нават не адміністрацыйны рычаг. Гэта тое, што робіць установу, рэдакцыю, краіну прадказальнай і прымальнай, прыцягальнай для жыцця, а СМІ – цікавымі, патрэбнымі і карыснымі для грамадзян. Акцэнт грамадскіх чаканняў усё больш схіляецца да гэтай мяккай сілы. Прадметам сацыялогіі інфармацыйнага менеджменту якраз і з'яўляецца названы феномен.

Сацыялагічны маніторынг эфектыўнасці і дзейнасці інфармацыйнага менеджменту беларускіх СМІ сведчыць пра самабытны характар тэндэнцый: тыражы і рэйтынгі хоць і вагаюцца, але стабільна застаюцца на ўзроўні ватэрлініі; паказчыкі зваротнай сувязі адаптаваліся да рэчаіснасці; творчыя метады канстатацыі “ўзорнага” прэвалююць над метадамі крытыкі і дыскусіі ў кантэнтах друкаваных і эфірных СМІ і інш. Рэкламны складнік інфармацыйнага менеджменту за апошні перыяд крыху “пахудзеў”. Напрыклад, Нацыянальная дзяржтэлерадыёкампанія “актыўна разбіралася ў гаспадарчым судзе з нядобрасумленнымі рэкламадаўцамі, патрабуючы муку і мяса за рэкламу...” (Белгазета, 2009, 14 верасня). Сімптаматычна, што інфармацыйны менеджмент цудоўна валодае прававымі працэдурамі, але забываецца на наступствы вынаходніцтва віруснага маркетынгу.

**3. Матрыца інфармацыйных прапаноў.** Перыядычны сацыялагічны маніторынг рэгіянальнага друку, што праводзіць кафедра сацыялогіі журналістыкі, сведчыць пра пэўныя станоўчыя зрухі ў 6 абласных і 118 раённых газетах. Шматколёрнасць выпускаў большасці рэгіянальных



выданняў, разнастайнасць фотаілюстрацыйных матэрыялаў, палепшанае друкарскае выкананне, пэўны густ у рубрыкацыйна-загаловачным комплексе, сістэмнасць у звароце да тых ці іншых «скразных» тэмаў... Станоўчых індыкатараў прафесійнага прагрэсу ў журналісцкай вытворчасці больш пералічыць становіцца цяжкавата.

Кантэнт-аналіз тэматычных прыярытэтаў рэдакцыйных калектываў дыягназуе застарэлую «хваробу»: на палосах прэвалюе інфармацыйны «калейдаскоп» з пасяджэнняў, са штабоў, з рэйдаў, сустрэч, планёрак, лятучак, сезонных высылкаў, пастаноў, распараджэнняў, кірмашовых дасягненняў... Толькі ва «ўзорных» раённых газетах (прыкладна 25 %), кшталту Маладзечна, Дзяржынска, Бабруйска, Мядзела гэты «штабны вернісаж» больш-менш збалансаваны з іншай жыццёвай праблематыкай. Той праблематыкай, якой штодзённа дыхае ўрач, настаўнік, механізатар, даярка, інжынер, электрык, прадпрымальнік, пенсіянер, школьнік. Толькі пятая частка выданняў ведае свайго чытача ў «твар»: праводзіць тэлефонныя апытанні, «прамыя лініі», канферэнцыі чытачоў, падпісныя марш-кідкі ў поле, цэхі, «ад дзвярэй да дзвярэй». Толькі 20 % супрацоўнікаў раённага друку (рэдактары і карэспандэнты) ведаюць, што іх чытачы чакаюць інфармацыйнага суправаджэння праблем рамонтаў вуліц і дахаў, чэргаў у паліклініку, дастаўкі дроў пенсіянерам, працаўладкавання ўчарашніх школьнікаў, абмену прадукцыяй сельгасвытворчасці і інш. Кардынальная большасць рэдакцый раённых газет такі здадаж не праводзіць (паведамленні на старонках адсутнічаюць).

Патрэбы ў веданні «свайго» чытача не выказваюць абласныя выданні. Тром рэдакцыям было прапанавана правесці сацыялагічны маніторынг чытачоўскай аўдыторыі і інфармацыйных выклікаў патэнцыяльных падпісчыкаў. Жаданне «лепш не ведаць» тэматычныя прыярытэты рэгіянальнай аўдыторыі перамагло над памкненнямі «абы чаго не здарылася», «мы самі з вусамі», «лічбы могуць нас выставіць у не вельмі прывабным выглядзе».

У выніку рэдакцыйныя прапановы тэмаў, ракурсаў, праблем адсоўваюцца дастаткова далёка ад інфармацыйных запытаў чытачоў, што адбіваецца і на няўмольным балансе тыражоў, і на рэкламных прыбытках, і на эфектыўнасці безупыннага інфармацыйна-публіцыстычнага працэсу.

Код супраць асіметрычнасці знаходзіцца ў руках чытача. Статус газеты рэгіёну і асаблівасці раённых будняў дэтэрмінуюць не толькі форму зносін з чытачом, алгарытм камунікацыі, але і прадвызначаюць яе функцыянальныя рэсурсы. Яны звязаны з сацыяльнай патрэбай чытачоў у актуальнай мясцовай інфармацыі і адпаведным чытачоўскім інтарэсам да канкрэтнай газеты. Функцыянальныя рэсурсы забяспечаны шэрагам фактараў, якія стымулююць асобасны сэнс звароту чытачоў да дадзенага тыпу выданняў.



Вядучымі перавагамі рэгіянальнай газеты, якія абумоўліваюць яе пазіцыянаванне на інфармацыйным рынку, могуць служыць: а) пазнаванасць прапанаванай інфармацыі, якая стымулюе асобны сэнс; б) непасрэдны зварот да канкрэтнай аўдыторыі, уключанасць рэдакцыі ў сферу асноўных функцый раёна; в) блізкасць газеты з чытачамі і аўтарамі, што забяспечвае іх узаемадзеянне, штодзённая кантактнасць чытачоўскай і аўтарскай аўдыторыі, якая стварае ўмовы для асобнага ўспрыняцця тэкстаў; г) шчыльная і аператыўная зваротная сувязь, што дзейсна ўплывае на ўлік канкрэтнай сітуацыі, карэктроўку публікацый у залежнасці ад характару падзей; д) забяспечанасць асобным фактарам інфармацыйна-публіцыстычнага і арганізацыйна-масавага працэсаў.

**4. Матывацыйнае кіраванне ў СМІ.** Сістэматычны маніторынг праблем, якія турбуюць журналістаў рэгіянальных СМІ, высветліў невыпадковую заканамернасць. Паўтарэнне тэндэнцыі, з'явы – сапраўды заканамернасць. На працягу апошніх трох гадоў рэдактары, іх намеснікі, загадчыкі аддзелаў, карэспандэнты, рэдактары раённых радыё і тэхнічныя супрацоўнікі ў першую тройку «балючых» пытанняў, што патрабуюць неадкладнага абмеркавання і вырашэння, пастаянна ўносяць накірунак «стыль, метады ўнутрырэдакцыйных узаемаадносін і кіраванне па лініі «заснавальнік-рэдакцыя». Вечная праблема? Так! Але фінансава-гаспадарчыя, кадравыя, арганізацыйна-творчыя, афарміцельска-ілюстрацыйныя, рэкламныя, інтэрнет-сеткавыя турботы – гэтыя складнікі кола хвалюючых праблем займаюць у роздуме рэгіянальных журналістаў толькі 4–10 пазіцыі. «Адэкватнасць кіравання», «непаразумеўні з начальствам», «рэдакцыйны клімат», «камандны тон», «адсутнасць абмеркавальнага прынцыпу», «дэфіцыт дыялогу са старэйшымі», «рахітычнасць паразумеўня з кіраўніцтвам адміністрацыі раёна і рэдактарам» – гэтыя рэперы сігналізуюць пра моцную занепакоенасць станам спраў у галіне кіравання.

Зразумела, многія названыя рэдакцыйныя праблемы носяць асобны характар двухбаковых узаемазалежных вытокаў. Аднак тэндэнцыя вылучэння на першыя пазіцыі «праблемы кіраўніцтва рэгіянальнай рэдакцыяй» ад гэтага не страчвае сваёй актуальнасці, а набывае стратэгічны прыярытэт. Наяўнасць тэмпературы патрабуе адэкватнага дыягназу і вычарпальных лекваых сродкаў.

У адной з анкет рэспандэнт дакладна сфармуляваў сутнасць з'явы: журналістаў раённых газет клапоціць не адносна журналісцкі патэнцыял іх непасрэдных кіраўнікоў (загадчыкаў аддзелаў, намеснікаў рэдактараў, рэдактараў), а практыка прыняцця матываваных рашэнняў [7, с. 71].

Матывацыйнае кіраванне – гэта сістэма спецыфічных метадаў і спосабаў, якія забяспечваюць усведамленне і выбар дзеянняў на аснове ацэнкі

сітуацыі, мэтавых задач, прыняцця рашэння, чакаемых заахвочванняў супрацоўнікамі творчых калектываў з дапамогай задавальнення і ўзгаднення іх каштоўнасных арыентацый, патрэб, інтарэсаў [1, с. 93]. Адзінымі і ўнікальнымі носьбітамі матывацыйнага кіравання з'яўляюцца людзі і ствараемыя імі сацыяльныя сістэмы ў выглядзе рэдакцыйных калектываў. Толькі яны з'яўляюцца ўдзельнікамі, аб'ектамі і суб'ектамі матывацыйнага працэсу. Заканамернасці, прынцыпы, змест матывацыйнага працэсу, метады і механізмы яго аптымізацыі ў рэдакцыйным жыцці павінны стаць у цэнтры падрыхтоўкі і перападрыхтоўкі журналісцкіх кадраў. Такі вердыкт выносіць сама журналісцкая супольнасць.

### *Літаратура*

1. Социальная информациология. Словарь. – М. : РАГС, 2006.
2. Блоги и манипуляторы // Белгазета. – 2006. – 2 октября.
3. Вароб'ёў В.П. Не чацвёртая ўлада, а палітычны інстытут грамадства! // Беларуская думка. – 2003. – № 4.
4. Нужно искать новые формы сотрудничества // Рэспубліка. – 2006. – 29 верасня.
5. ОНТ и СТВ... // Белгазета. – 2006. – 9 кастрычніка.
6. Воробьёв, В. Менеджмент в социальной информациологии : монография. / В. Воробьёв – М. : РАГС, 2005; Информационная политика : учебник / под общ. ред. В. Попова. – М. : РАГС, 2003; Социальная политика : учебник / под общ. ред. Н. Волгина. – М. : РАГС, 2005.
7. Бягучы архіў кафедры сацыялогіі журналістыкі. Сацыялагічны маніторынг. – 2006–2012 гг.

Герасимович О. П.

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

Слушатели факультета повышения квалификации и переподготовки нередко просят преподавателей больше внимания уделять практике, чем теории. Теория (от греч. *theoria* рассмотрение, исследование) – «самая развитая форма научного знания, представляющая собой объяснительную модель определенной области действительности; модель, в которой фиксируются наиболее общие, устойчивые связи (закономерности), раскрывающие сущность объекта теории» [2, с. 325]. Под практикой (от греч. *praktikos* деятельный, активный) могут пониматься «приемы, навыки какой-либо работы» [3, с. 256].

В стремлении к практическим навыкам слушатели могут недооценивать важность теоретических знаний, их роль в решении практических проблем.

Поэтому актуально показывать во время занятий взаимосвязь теории и практики, объяснять, как и когда знание теории может пригодиться, решению каких практических проблем помогает. Несколько идей, как это сделать, можно рассмотреть на примере занятий по конфликтологии журналистики.

В начале целесообразно спросить у аудитории: как и когда знания по конфликтологии журналистики – науке о конфликтах в журналистике – могут пригодиться во время работы в средствах массовой информации? В каких случаях при подготовке материалов помогут знания о том, какие ситуации называются конфликтными, каковы закономерности их развития? Какими преимуществами перед своими коллегами будет обладать журналист, владеющий основами теории конфликта?

После того как у аудитории закончатся предположения о том, в каких случаях пригодятся знания по конфликтологии журналистики в целом, и теории предмета в частности, можно показать слайд презентации, где информация сгруппирована и представлена визуально. Например, могут быть выделены такие направления как улучшение качества материалов о конфликтах, повышение конфликтологической компетентности (конструктивное общение, как с коллегами, так и с источниками информации), уточнение стратегии развития издания (материалы о конфликтах как фактор привлечения аудитории) и др.

Для объяснения можно использовать и аналогии. В случае с конфликтологией журналистики это может быть сравнение с публикациями на медицинские темы. Для журналистов, пишущих о болезнях людей, важно обладать основами медицинских знаний, чтобы не допустить ошибок, которые могут навредить здоровью читателей. Точно так же и журналистам, пишущим о различных противостояниях, важно знать теорию конфликта – знать, что способствует эскалации конфликта, проявлениям насилия, какие есть способы «лечения» противостояний, какая информация помогает обществу решить проблемы.

Кроме того, конфликт в обществе можно сравнить с расстройством пищеварения у человека. Пациента осматривает врач (конфликтолог) и прописывает лечение (рекомендации по конструктивному регулированию). Врач, перед тем как прописать лечение, не один год учился, постигал теоретические знания. Точно так же и конфликтологу нужны теоретические знания, чтобы «выписать рецепт» для того или иного противостояния.

Каждый конфликт, как и каждый пациент, уникален – имеет свою «историю болезни». Теория помогает в каждом индивидуальном проявлении найти то общее, те закономерности, которые помогают подобрать верное лекарство. Теоретические знания позволяют журналистам лучше понимать разногласия, случись они в организме человека или же в системе общества,

а также говорить на одном языке со специалистами, будь то врачи или конфликтологи.

Еще одним приемом может быть показ проблемной ситуации на практике с последующим заданием предложить решение. После того как идеи у аудитории иссякнут, можно перейти к рассмотрению теории, которая подсказывает варианты решения задачи.

Интересно проходит обсуждение конфликта между дачными соседями. На территории одного из участков растет яблоня, но одна из ее веток с крупным яблоком свисает через забор на соседнюю территорию. Каждый из дачников считает, что плод принадлежит ему. Эта конфликтная ситуация – модель, которая помогает говорить о сложной теории при помощи обыденных понятий. На месте соседей могли бы быть враждующие из-за территории государства, профсоюзы и руководство предприятия и т.д.

На этом примере можно изучать многие теоретические наработки, формулируя конкретные практические задачи. Возможные варианты:

*А) Вы готовите материал о конфликте соседей. Описание каких основных элементов конфликта вы можете включить в материал?*

При описании основных составляющих противостояния могут помочь знания о разнообразии участников (главные противоборствующие стороны, группы поддержки, третьи лица), основных объектах (из-за ресурсов, ценностей, ролей), предмете противоборства, причинах, разнице между потребностями, интересами и заявляемыми позициями сторон и др.

*Б) Вы брали интервью, и ваши собеседники назвали возможные сценарии развития конфликтной ситуации: победит сосед, который вырастил яблоню, или стороны разделят яблоко. Однако интуиция вам говорит, что они рассмотрели далеко не все варианты. Вы пытаетесь при помощи логики вычислить возможные стратегии и размышляете, поможет ли углубить материал обращение к другим специалистам. Предположите, какие есть пути развития конфликтной ситуации?*

Решение подскажут разработки о трех основных формах реагирования человека на столкновение с проблемами («уход», «подавление», «диалог») [1, с. 221], а также о стратегиях поведения в конфликте К. Томаса (доминирование, сотрудничество, компромисс, уход, уступчивость) [1, с. 252]. За десятилетия накопленные конфликтологами теоретические знания помогают понять не только как могут повести себя стороны, но и как уже развивается противостояние.

*В) Какая информация могла бы быть полезна сторонам для урегулирования конфликта?*

Ответить на этот вопрос помогают различные техники урегулирования конфликтов, в которых уделяется внимание поиску точек соприкосновения

и новых идей для сотрудничества, вниманию к потребностям и интересам сторон, установлению диалога и др.

Другие вопросы аудитории могут быть связаны с позициями, которые занимают журналисты в конфликтах, рассмотрением теоретических положений миротворческой журналистики, внимательной коммуникации, журналистики присоединения. Вариантов много, но суть в том, что сначала показывается проблемная ситуация, затем аудитории предлагается найти решение проблемы без опоры на теоретическое знание, и только после этого рассматриваются теории, которые указывают на ответы.

Таким образом, важно рассказывать о значимости теоретического знания, о возможных связях теории и практики. Поиск аналогий, следование схеме «проблема – предложение решений аудиторией – изучение теории – формулирование ответов на основе теории» могли бы помочь слушателям курсов рассматривать практику как «применение и закрепление на деле знаний, полученных теоретическим путем» [3, с. 256].

### *Литература*

1. Гришина, Н.В. Психология конфликта / Н.В. Гришина – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 544 с.
2. Социологическая энциклопедия / А.Б. Александрова, Н.В. Александрович, Ю.А. Алексейченко и др.; Под общ. ред. А.Н. Данилова. – Минск : Белорусская энциклопедия, 2003. – 382 с.
3. Социологический энциклопедический словарь / ред.-координатор Г.В. Осипов. – М. : Издательство НОРМА, 2000. – 488 с.

Капцев Вл. А.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ КУРСА «СОВРЕМЕННЫЙ ЛИТЕРАТУРНЫЙ ПРОЦЕСС»**

Современный литературный процесс – наиболее подвижная и неустойчивая с точки зрения приоритетов часть литературы, положение которой усугубляется сложившейся в наше время социокультурной ситуацией.

За последние 10-15 лет в современной литературе произошел ряд необратимых процессов. Именно они вывели современную литературу из пространства классической и даже постклассической традиции. Новейшая литература – это литература информационного общества, где в культурном плане главную роль играет именно критерий массовой востребованности. Россия изменилась в социально-политическом плане. Сейчас – это пример прогрессирующего общества потребления. Появились новые социальные прослойки, которые хотят видеть своего героя в литературном произведении. Сформиро-

валось новое литературное пространство, где литература окончательно утратила свой учительский статус, все чаще уходит в индустрию развлечений. Ее составляющим становятся эпатажность, шоуцентризм, рейтинги продаж. Современный писатель и современный критик утрачивают устоявшийся за последние 150 лет статус «владельца дум» и «учителя жизни».

*Современный литературный процесс – это проблемное поле, в котором можно выделить следующие тенденции:*

**1. Размытость нравственных ориентиров в современных художественных текстах.** Данная тенденция касается непосредственно утраты современной русской литературой своего духовно-нравственного статуса. Данная проблема ценностная и идеологическая, поскольку касается дидактического момента, непосредственного влияния литературы на общественное мнение и сознание отдельного читателя, воспитание идеалов на литературных примерах.

**2. Подвижность, динамичность, стилевая разнородность.** При том, что в целом русская литература XX века отличается своей сложной целостностью, взаимодействием художественных систем и творческих методов (которые могут проявлять себя в рамках одного произведения), дихотомией литературного процесса (литература метрополии и литература зарубежья, соцреализм и контр-литература, подцензурная литература и сам-тамиздат), отсутствует поступательность в развитии, а на рубеже веков основное смысловое значение обретает приставка «пост-» (постреализм, постпостмодернизм и др.). Проблема единства художественного стиля, которая относится как к автору, который может писать в различной стилевой манере, так и осмыслению ситуации стиля в целом. Также выделим проблему постмодернизма, которая связана с пониманием завершения данной эпохи как переходного периода. Культуролог М. Эпштейн определяет состояние современной культуры как «прото-».

**3. Жанровая эклектика, размытость представлений о современных жанрах.** Пройдя очередной цикл, русская литература вступила в период господства «малых» форм. Однако смысловая эклектика «провоцирует» эклектику жанра. К примеру, появляются субъективные единичные модификации жанра романа: роман-квест, роман-экскурсия, роман-газета и т.п. Данная жанровая размытость является еще одним наглядным подтверждением доминирования принципа эссеизма в современной литературе. Причем, не только исходя из критерия свободы жанра и авторской субъективной оценки. Происходит также трансформация на стыке жанров, сочетание в одном тексте поэзии и прозы, визуализация художественного текста, когда книгу сопровождают фотоиллюстрации или по книге выходит документальный цикл (П. Вайль как ведущий цикла по своей книге «Гений места», или проект «Уральский хребет» А. Иванова – Л. Парфенова).

**4. Развитие литературного рынка.** Существование современной литературы в рыночных отношениях позволяет нам говорить о литературных проектах и литературных продуктах, литературном маркетинге и деятельности литературных агентов. Творческая деятельность писателя чаще всего проходит в медийном пространстве. Таким образом, современный миф о писателе – это миф информационный, где мифотворчеством занимаются профессиональные PR-менеджеры и рекламные агенты. Большинство из писателей стремятся быть на виду, причем для каждого вырабатывается своя стратегия узнаваемости: участие в ток-шоу, блог в интернете, скандальные или эпатазирующие читателей подробности жизни и т.п. Как правило, новый виток интереса к писателю напрямую связан с выходом новой книги.

Литературный рынок проводит своеобразное разделение на «писателей» и «авторов». В этом один из главных парадоксов современной литературы, который оказывает свое определяющее влияние на статус современной литературной критики. «Писатель» «измеряется» художественной ценностью произведения, «автор» – посредством рейтингов и тиражей. Последний в критике, как правило, не нуждается. Все чаще миф о писателе в утрированном варианте приобретает черты коммерческого «литературного проекта».

**5. Изменение статуса писателя и критика в условиях современной социокультурной ситуации.** «Медийный» статус современного общества способствует изменению места и роли писателя в нем, его перевоплощению из монументального классика в живого человека, который дает интервью, выступает на телевидении, ведет свой блог в Интернете, «пиарит» собственные книги, может быть героем скандальной хроники. Писатель уже не является «лидером мнений», а занимает определенную нишу в современном информационном пространстве, где публичность повышает рейтинг литературных произведений конкретного автора.

Одновременно литературная критика чаще всего выполняет информационно-развлекательную и рекламную функции. «Серьезная» критика оказалась на периферии читательской востребованности. В лучшем случае это литературные обзоры, мини-рецензии или авторские колонки. Слушатель знакомится с оборотной стороной современного литературного процесса, тем, как СМИ выдвигают на первые места произведения, которые «на слуху», широко востребованы массовым читателем, а современная критика выполняет определенный коммерческий заказ.

**6. Проблема современного читателя.** Для слушателя важным представляется сформировать представление об особенностях «живого» литературного процесса. Ощутить себя участником данного процесса в качестве читателя и современника писателя. Все это меняет вектор восприятия художественного текста, поскольку эпоха, которую описывает и изображает

автор, одновременно является эпохой, в которой живет непосредственно сам читатель. Литература отражает темы современной действительности, и можно сравнить, насколько реальные факты и люди «преображаются» в художественном произведении.

Вместе с этим, возникает вопрос: насколько читатель в современном «информационном обществе» и условиях литературного рынка заинтересован именно в «серьезной» литературе, а не ее утрированном суррогате или легком массовом «чтиве».

**7. Современная литература и Интернет.** Во многом изменилась ситуация как с точки зрения стратегий продвижения литературного текста, так и непосредственного общения автора с читателями. Блогосфера определяет новые перспективы и возможности в создании «медийного» образа современного писателя. Начинающий автор предлагает свое произведение издателям, создает «сайт книги».

*Темы практических занятий варианты художественных текстов, их краткая характеристика.*

**Тема 1.** Традиция психологического реализма в современной русской прозе: «Рождение» А. Варламова, «Рыба» П. Алешковского.

А. Варламов – прозаик, автор жизнеописаний М. Пришвина, М. Булгакова, А. Толстого, А. Грина. Его считают одним из современных продолжателей традиционных тем в русской литературе, представителем психологической прозы. На примере повседневного существования обычного человека раскрывается его внутренняя духовность, которая восходит к христианским ценностям. Повесть «Рождение» – это произведение о человеке, который в зрелом возрасте меняет свои жизненные ценности, о терпении, материнской вере и божьем промысле, который превращает непреодолимость внешних обстоятельств в маленькое чудо. В романе П. Алешковского «Рыба» центральным становится образ главной героини, которая наделена особым даром сострадания ближнему. Ее судьба представлена как своеобразная «миграция». Свою жизнь она посвящает людям, лишая себя личного счастья. В христианской традиции таких людей называли «блаженными». Вследствие этого, название романа можно трактовать многозначно, в том числе, в контексте христианской символики.

**Тема 2.** Духовные поиски в современной литературе: человек и природа, духовное самоопределение человека, человек и ноосфера. Как варианты можно предложить произведения следующих авторов.

В своих романах «Тавро Кассандры» и «Когда падают горы» Ч. Айтматов раскрывает тему взаимоотношений человека и природы сквозь призму научно технического прогресса и «потребительства» современного общества, которое порождает духовное одиночество. В своем позднем творчестве



автор расширяет тему взаимоотношений человека и природы в контексте взаимоотношений человека и ноосферы, его произведения приобретают прогностический характер.

Роман «Чапаев и Пустота» – один из лучших постмодернистских романов русской литературы. Для романа характерно не только вольное обращение с историческими фактами и образами (к примеру, поэт-модернист Петр Пустота становится комиссаром у красного командира В. Чапаева, который по совместительству выступает в роли буддийского гуру), но и «виртуальность» как «неразличение настоящей и выдуманной реальности» (определение Н. Шром), подмена действительности иллюзией и сном, поскольку Петр является пациентом психиатрической больницы. В свете этого главной в романе становится тема поиска истины в экзистенциальном образе «пустоты» как абсолютной свободы и духовного одиночества, обретение «внутренней Монголии». Вторым доминирующим принципом становится «интерактивность» прочтения текста самим читателем. Так, что в своей монографии И. Скоропанова предлагает 18 интерпретаций романа.

**Тема 3.** Трансформация жанра исторического романа: «Степные боги» А. Геласимова.

Обращает на себя внимание неожиданное решение и новый ракурс в раскрытии военной темы, можно сказать, глазами ребенка, живущего на окраине монгольской степи. Ограниченность места действия и локализация конфликта, когда большая война оказывается на периферии, а на руднике работают японские военнопленные. Между мальчиком-отщепенцем Петькой и врачом Хиротаро возникает странная дружба. В романе происходит в чем-то парадоксальное схождение основных тем русской литературной традиции: человек и природа, взаимоотношения отцов и детей, диалог культур.

**Тема 4.** Традиции модернизма и постмодернизма в современной литературе: «Быть Босхом» А. Королева, «Кысь» Т. Толстой.

В романе А. Королева продолжается довлатовская традиция «лагерной прозы». Главный герой – филолог оправлен на зону дознавателем в качестве наказания за инакомыслие. Чтобы не обезуметь от бессмысленной жестокости окружающих он по ночам представляет себя нидерландским художником И. Босхом. Рассказанные истории – это постмодернистский коллаж, стопка дел, которые расследует дознаватель Королев: от комических до трагикомических и даже гротескных ситуаций, но всегда произошедших в реальности.

Роман «Кысь» получил одну из самых неоднозначных оценок в литературной критике 90-х. При этом тираж менее чем за два года достиг 80.000 экземпляром. Данное произведение выделяется принципом постмодернистской коллажности (оглавление воспроизводит старославянскую азбуку),

ощущением одновременности прошлого и настоящего в истории, культуре и литературе, элементами сказочной игры, квазиисторизма и антиутопии, постмодернистской моделью культуры (классификация книг в библиотеке), рецепцией русской литературной классики, культурным героем-интеллигентом, экзистенциальным образом «Кыси» как метафоры судьбы России.

**Тема 5.** «Герой времени» в романе З. Прилепина «Санька».

Данное произведение вызвало одну из самых больших общественных полемик. В многочисленных интервью З. Прилепин говорит, что изобразил определенный тип молодого человека, взросление которого происходило в 90-е годы. Автор ни разу не идеализирует своего героя. Поэтому вопрос: способно ли время рождать иных героев, герой или антигерой Санька – остается для читателя открытым.

Роман написан «мобильным» языком. Сам З. Прилепин отмечает, что глаголы «действия» у него доминируют над глаголами «описания».

Большинство критиков считают, что глава «Похороны отца» с точки зрения раскрытия метафизики русского человека – одна из самых больших художественных удач русской литературы последнего десятилетия.

**Тема 6.** Литература «нон-фикшн».

Соотношение факта и литературного «компонента»: В. Голованов «Остров», И. Стогов «Мертвые могут танцевать» или «Апокалипсис вчера». Данная тема предлагается с учетом журналистского профиля слушателей, которым будет интересно рассмотреть общее и различное в литературе «факта» с журналистским творчеством.

Человек как очевидец и участник своей эпохи. Трансформация жанра «путевых заметок» в произведениях И. Стогова. Смысловое единство визуального ряда (фотоколлажи) и литературного текста. «Остров» как книга невыдуманных путешествий и непосредственных впечатлений от людей, картин природы, событий.

**Тема 7.** Тема «кавказской войны» в современной литературе: Вл. Маканин «Кавказский пленный».

В последние 15 лет данная тема в изображении и осмыслении войны становится наиболее актуальной и востребованной. Повесть Вл. Маканина – один из наиболее ярких примеров: толстовская тема и антивоенный пафос, психологическая прорисовка образов, противоестественность красоты на войне, «раздвоенность» человека (во время боя и в мирных условиях), трагический финал.

**Тема 8.** Массовая литература. Наиболее удачные литературные проекты: Б. Акунин и Х. Ван Зайчик.

*Проект Б. Акунина «фандоринский цикл», в частности, роман «Азазель» как вариант масскультового текста, детективная интрига, традиционный об-*

раз героя-сыщика, черты современного и хорошо продуманного «литературного проекта».

*Проект Х. Ван Зайчик* «Плохих людей нет», в частности, «роман «Дело жадного варвара»: элементы альтернативной истории и образ идеального государства Ордусь, интертекстуальная игра с читателем, дуэт сыщиков-детективов, гуманистическая направленности произведения.

Именно в данной теме уместно провести градации «высокой» и «массовой» литературы, поговорить о, так называемых, «низких» жанрах: детективе, приключенческом романе, фантастике. Это важно, поскольку слушатели узнают, что востребованные у массового читателя жанры, имеют свои традиции, занимают определенное место в истории литературы.

*Приложение. Основные современные литературные премии в России:* «Большая книга», «Русский Букер», «Национальный бестселлер», «Премия Андрея Белого», «Белкинская премия», «Ясная поляна», «Бунинская премия», «Горьковская премия», «Премия имени Ю. Казакова», «Аэлита», «Бронзовая улитка», «Дебют», «Премия фонда А. Солженицына», «Новая Пушкинская».

Лук'янюк Ю. М., Шасцярнёва Л. Г.

## **СІСТЭМНЫЯ АДНОСІНЫ Ў БЕЛАРУСКАЙ КАМП'ЮТАРНАЙ ЛЕКСІЦЫ**

Сучаснае мовазнаўства разглядае мову як адзіную знакавую сістэму. Пад сістэмай разумеюць “сукупнасць узаемазвязаных або пэўным чынам упарадкаваных элементаў, якія ўтвараюць некаторае адзінства. Важнейшай часткай сістэмы служыць структура, якая ўяўляе сабой сукупнасць устойлівых узаемаадносін паміж элементамі сістэмы або спосаб упарадкавання элементаў у сістэме...” [9, с. 227].

Структуру лексікі можна разглядаць у двух аспектах: сістэмныя адносіны паміж лексічнымі адзінкамі і стратыфікацыя слоўнікавага складу мовы. Мінімальныя групы камп'ютарных лексічных адзінак, што заснаваны на падабенстве формы, утвараюць амонімы ці паронімы; пры апоры на змест вылучаюць групы слоў, якія асноўваюцца на паняццёвых лагічных адносінах ці парадыгматычнага тыпу – раўназначнасці (сінонімы), процілегласці (антонімы), уключэння (гіпа-гіперанімічныя адносіны), ці сінтагматычнага тыпу (прадмет – прыкмета, частка – цэлае і да г.п.)

Семантычнае адзінства камп'ютарнай лексікі дакладна можна разгледзець у працэсе вывучэння яе семантычных працэсаў (полісеміі, аманіміі, сінаніміі, антаніміі, гіпаніміі). У сваіх працах мы ўжо разглядалі асаблівасці

фарміравання лексічнага пласта камп’ютарнай падсістэмы, у якой вылучаюцца стандартная (літаратурная) і субстандартная (нелітаратурная) часткі [8; 10]. Гэтае даследаванне прысвечана пытанню сістэмных адносін у камп’ютарнай тэрміналогіі і камп’ютарным жаргоне.

Камп’ютарная тэрміналогія як сукупнасць тэрмінаў інфарматыкі і вылічальнай тэхнікі, уключае агульнакамп’ютарныя найменні, тэрміны інтэрнэта, праграмавання і інш. Да камп’ютарных тэрмінаў мы адносім простыя, вытворныя і складаныя тэрміны, тэрміналагічныя словазлучэнні і літарна-лічбавыя скарачэнні. Адносіны паміж паняццем і яго назвай павінны быць – па магчымасці – адназначнымі. Сінанімія ж перашкаджае яснай арганізацыі плана зместу і плана выражэння тэрміна. Неабходна адзначыць, што гэта датычыцца толькі сфарміраваных тэрмінасістэм, дзе прыметамі тэрміна з’яўляюцца адназначнасць, адсутнасць сінонімаў і амонімаў. Аднак камп’ютарнай тэрмінасістэме беларускай мовы ўласцівы спецыфічныя асаблівасці: полісемія, аманімія [8; 10], сінанімія, што характарызуе гэтую тэрмінасістэму як тэрміналогію на стадыі развіцця, якая не да канца сфарміравана.

Тэрміназнаўства не мае несупярэчлівай тэорыі тэрміналагічнай сінаніміі: па-рознаму вызначаецца яе прырода, ступень наяўнасці ў тэрмінасістэмах, віды сінонімаў, іх адрозненне ад варыянтаў, сутнасць дублетаў. Пад сінаніміяй мы будзем разумець з’яву, пры якой для абазначэння аднаго і таго ж паняцця выкарыстоўваецца два і больш тэрміны.

З пункту гледжання розных даследчыкаў на сутнасць і характар семантычных адносін паміж тэрміналагічнымі адзінкамі, суаднесенымі з адным і тым жа навуковым паняццем, можна заключыць, што тэрміназнаўства пакуль што не мае адзінай несупярэчлівай класіфікацыі. Тым не менш можна канстатаваць наступнае: большасць тэрміналагаў схіляецца да таго, што варта размяжоўваць тэрміны-дублеты, тэрміны-сінонімы і сінанімічныя варыянты тэрмінаў. Мы падзяляем менавіта такія падыход і сярод камп’ютарных тэрмінаў сучаснай беларускай літаратурнай мовы, суадносных з адным і тым жа паняццем, выдзелілі тры групы.

Да першай групы адносяцца тэрміны-дублеты, якія не маюць ніякіх семантычных адценняў у паняццёвым змесце. У асноўным гэта тэрміны-дублеты, прадстаўленыя беларускімі ці беларускімі і запазычанымі намінацыямі ў камп’ютарнай тэрміналогіі, іх большасць:

*Мікрасхема – чып; blog – блог, дзённік; comment – каментар, выказванне, заўвага выказвацца; connection – злучэнне, падлучэнне, падключэнне; cookie – кукі, бірка; ідэнтыфікацыя – спраўджванне (асобы карыстальніка), апазнаванне; абвестка – аб’ява; інтэрнэт – сеціва; email – пошта, с-пошта («сеціўная пошта»), імэйл; дысплэй – манітор; ахоўны фільтр – ахоўны экран [2] і інш.*

Другую групу складаюць тэрміны, якія сваім унутраным зместам адлюстроўваюць розныя класіфікацыйныя прыметы аднаго і таго ж паняцця. У якасці прыкладаў можна прывесці наступныя пары (іх няшмат):

*Электронны* ('у 2-м значэнні = сеціўны: *электроннае* выдавецтва' [15, с. 1096]) – *сеткавы, сеціўны* (1. 'Той, што адносіцца да камп'ютарнага сеціва: *сеціўны* прынтар, *сеціўная* аперацыйная сістэма'; 2. 'які здзяйсняецца праз глабальнае камп'ютарнае сеціва; электронны ў 2-м значэнні: *сеціўны* магазін, *сеціўная* рэклама' [15, с. 909]). Тэрміны *электронны* і *сеціўны* – сінонімы, аднак тэрмін *сеціўны* валодае больш шырокім значэннем у камп'ютарнай тэрміналогіі.

*Сеціва* ('1. = Камп'ютарнае *сеціва* – гэта сеціва, якое звязвае камп'ютары і лакальныя вылічальныя сецівы на вялікай адлегласці, якое прадстаўляе доступ да міжнародных інфармацыйных рэсурсаў: карыстальнік *сеціва*; 2. Разм. інтэрнэт: актыўнае развіццё *сеціва*' [15, с. 249]) – *інтэрнэт* ('су светнае інфармацыйнае камп'ютарнае сеціва, што аб'ядноўвае мноства некамерцыйных камп'ютарных сеціваў і камп'ютараў, якія абменьваюцца інфармацыяй адзін з адным' [15, с. 411]). Неабходна адзначыць, што інтэрнэт хоць і самае распаўсюджанае і агульнавядомае інфармацыйнае сеціва, аднак яно не адзінае. Існуюць, у прыватнасці, Агульнарасійскі тэхнічны інфармацыйны канал, сеціва "ТВ-Інформ", сеціва "Інфострім" [18]. Гэта значыць, што тэрмін *сеціва* мае больш шырокае значэнне, чым тэрмін *інтэрнэт*.

Трэцяя група – сінанімічныя варыянты тэрмінаў. Характэрнай рысай працэсу станаўлення любой тэрмінасістэмы з'яўляецца пошук найбольш аптымальнай намінацыі, і як вынік, наяўнасці варыянтных канструкцый [17, с. 12].

Словаўтваральны тып тэрміналагічнай варыянтнасці ў камп'ютарнай тэрмінасістэме прадстаўлены адзінкавымі прыкладамі: *адміністратар* – *адмін*; *адміністраванне* – *адміністрацыя* [2].

Што тычыцца лексічных варыянтаў, у прыватнасці поўных і кароткіх форм тэрмінаў, то такія прыклады сустракаюцца даволі часта і ў сферы фіксацыі, і ў сферы функцыянавання. Кароткія тэрміны-варыянты ўжываюцца для эканоміі моўных сродкаў. Прычым у сферы фіксацыі замацоўваецца, як правіла, толькі кароткі варыянт. Часцей назіраецца ўзнікненне варыянтаў у выніку семантычнай кампрэсіі, пры якой адно са слоў, якое ўваходзіць у словазлучэнне, убірае ў сябе значэнне словазлучэння: *адрес электроннай пошты* – *электронны адрес* – *адрес*; *электронная пошта* – *эпошта* (*пошта*); *камп'ютарнае сеціва* – *сеціва*; *вадкакрышталічны манітор* (*ВК-манітор*, *ВКМ*) – *манітор*; *вадкакрышталічны дысплей* [2] і інш.

Такім чынам, можна адзначыць:

1. Дублеты – тэрміны, якія не маюць ні эмацыянальна-экспрэсіўных, ні стылістычных адрозненняў.

2. Сінонімы – тэрміны, якія называюць адно і тое ж паняцце, але па розных прыметах.

3. Асноўная функцыя тэрмінаў-дублетаў і тэрмінаў-сінонімаў – функцыя замяшчэння.

4. Ад дублетаў і сінонімаў неабходна адрозніваць сінанімічныя варыянты.

5. Большасць прааналізаваных намі камп'ютарных тэрмінаў утвараюць варыянтныя сінанімічныя рады, гэта сведчыць аб тым, што даследуемая намі тэрмінасістэма знаходзіцца ў стане развіцця.

Асобнага аналізу патрабуюць сістэмныя адносіны жаргоннай камп'ютарнай лексікі. Як новая і выключна дынамічная з'ява, камп'ютарны жаргон “з'яўляецца ўнікальным матэрыялам для даследавання, у якім выяўляецца шэраг характэрных і для агульнанароднай мовы тэндэнцый, і які заслугоўвае пільнай увагі лінгвістаў” [5]. Камп'ютарны жаргон дастаткова шырока прадстаўлены як ў інтэрнэце, так і ў спецыялізаваных выданнях («Компьютерной газете», газеце «Компьютерра», часопісах «Хакер», «Game.EXE»), слоўніках і даведніках [4; 7; 19].

Камп'ютарны жаргон хутка папаўняецца новай лексікай, тэхніцызмамі англійскага паходжання, спецыфічнымі словамі і аказіянізмамі. Як адзначае даследчыца А.М. Рудэнка, «подобные перлы чрезвычайно многочисленны на страницах Nomenet и Интернета. Они свидетельствуют о специфическом чувстве юмора у «работников компьютера и модема». Пожалуй, из всех «технарей» именно те, кто работает в сфере информационных технологий, максимально склонны к языковому творчеству и языковой игре» [11, с. 243].

Характэрнымі рысамі камп'ютарнай лексікі, у тым ліку жаргоннай, з'яўляецца полісемія [10]: *Блины* – 1. Кампакт-дыскі. 2. Дыскі ў вінчэсера. 3. Флопі-дыскі. 4. Любыя іншыя дыскі [12, с. 61]; унутраная і знешняя аманімія (паміж камп'ютарнымі жарганізмамі і словамі агульнанароднай мовы і іншымі сацыялектамі). Напрыклад, у крымінальным жаргоне *мокрушник* – ‘чалавек, які ідзе на забойства’ [16, с. 108], у камп'ютарным *макрушник* – ‘праграміст-сістэмшчык, які працуе на Макра Асэблеры’, у агульным жаргоне *мыло* – ‘мыльная опера, шматсерыйны тэлевізійны серыял’, у камп'ютарным – ‘электронная пошта’.

Сістэмныя адносіны ў камп'ютарнай лексіцы можна прасачыць і на ўзроўні сінаніміі, дзе можна вылучыць некалькі тэматычных груп:

1) назвы камп'ютарных дэталей, прыналежнасцей: ‘камп'ютар’ – *комп, кампуцер, кампостар, кракадзіл, пісюк, пісюха, пісішнік*; ‘камп'ютарная мышка’ – *мыша, крыса, хвастатая, хома, звер*; ‘клавіятура’ – *клава, раяль, стукалка, кебарда, кейборда, кнопкі*; ‘манітор, дысплей’ – *мон, монік, моня, морда, тэлевізар, дысплюй*; ‘вінчэстар’ – *вінт, вінч, венік, блін, вентылятар*; ‘мацярынская плата’ – *мама, мамка*; ‘дыванок для мышы’ – *крысадром, мышадром, танцпляцоўка*; ‘вентылятар працэсара’ – *Карлсан, ветрадуі*;

2) назвы праграм, каманд, сімвалаў: ‘электронная пошта’ – *мыла, Ямеля*; сімвал @ – *сабака, сабачка, хвост, жаба, краказябла, масямба*;

3) назвы адзінак вымярэння: ‘мегабайт’ – *метр, тона*; ‘кілабайт’ – *кіло, ка*; ‘гігабайт’ – *гіг*;

4) назвы дзеянняў, аперацый, працэсаў: ‘капіраваць інфармацыю з сервера’ – *пампаваць, зліваць, скачваць*; ‘архівіраваць’ – *жаць, таптаць*;

5) назвы асоб: *ламер* (англ. *lame* ‘слабы, кульгавы’), *чайнік* – ‘няўмелы карыстальнік’; *хакер, кракер* (ад англ. *hack*) – ‘чалавек, які выдатна валодае камп’ютарнымі тэхналогіямі і можа ўзломваць праграмы’; *юзер* – ‘чалавек, які ўмее карыстацца камп’ютарам (англ. *user* ‘карыстальнік’), *насільнік, сіяніст* – ‘праграміст, які працуе на мове C++’.

Як адзначае В. Вінаградава, “кожная створаная адзінка павінна служыць уласна “слэнгвай” функцыі і быць сродкам зносін носьбітаў гэтага жаргону, але з другога боку, яна выступае як прафесіяналізм. Акрамя таго, у многіх выпадках яна прэтэндуе ў перспектыве свайго выкарыстання на тое, каб стаць элементам лексічнай сістэмы агульналітаратурнай мовы. Сёння некаторыя з такіх адзінак успрымаюцца як неалагізмы, а не жарганізмы, паколькі літаратурная мова не мае сінонімаў для абазначэння адпаведных рэалій, валодаючы толькі іх дэскрыптыўнымі характарыстыкамі” [3, с. 204]. Так дзеясловы *віснуць, завісаць, глючыць* у сувязі з камп’ютарызацыяй грамадскага мыслення хутка трапілі ў СМІ, у прыватнасці, на старонкі газет: *Удалось ли еще «зависать» в Минске на день-два после концерта?* (СБ. 09.02.2011). *Электронные весы могут «глючить», когда, например, садятся батарейки* (СБ. 19.02.2011).

Асноўныя крыніцы папаўнення сінанімічных радоў:

- семантычная дэрывацыя, калі працэс намінацыі адбываецца шляхам скажэння ці іранічнага пераасэнсавання свайго слова па сугучнасці з чужым, або па семантычнай блізкасці з чужым, якое адносіцца да камп’ютарных тэхналогій (*клава* ‘клавіятура’, *батоны* ‘кнопкі’, *Айбаліт* ‘антывірусная праграма’, *лапша* ‘мноства кам’ютарных правадоў’);

- запазычанні: *юзер* англ. *user*, *друкер* ням. *der Drucker*;

- каламбурная транслітарацыя англійскіх тэрмінаў, звязаная з ужо існуючымі моўнымі адзінкамі (Ямеля ад англ. *e-mail*, філе ад англ. *file*);

- метафарычны ці метанімічны перанос, калі агульнаўжывальныя словы ў маўленні камп’ютаршчыкаў ужываюцца ў незвычайным кантэксце: інфармацыю качаюць (скачваюць), камп’ютар завісае, задумваецца. Як адзначаюць вучоныя, многім прафесійным жаргонам, у тым ліку і камп’ютарнаму, уласцівы антрапамарфізм. Так, многія назоўнікі ці дзеясловы, якія называюць органы, дзеянні чалавека, у жаргоне праграмістаў выкарыстоўваюцца адносна камп’ютара: кішкі ‘ўнутранае ўтройства аперацыйнай сістэмы’, магзі ‘аператыўная памяць’, морда ‘манітор’;



• словаўтварэнне: напрыклад, усячэнне асновы – комп, вінт, гіг. Характэрна з’ява сінанімічнай атракцыі на аснове адносін гіпаніміі і гіпераніміі (‘мышка’ – *жук, бляха, клоп*).

Такім чынам, камп’ютарная лексіка з’яўляецца выключна дынамічнай сістэмай. Гэта вызначаецца як экстралінгвістычнымі, так і ўнутрымоўнымі фактарамі. Таму бесперапынна ўзнікаюць новыя намінацыі (у тым ліку і жаргонныя), афармляюцца новыя сінанімічныя рады. Прадметна-тэматычнае размежаванне абумоўлена перавагай назоўнікавых і дзеяслоўных сінанімічных радоў.

Супастаўленне кадыфікаванай і некадыфікаванай лексікі выяўляе таксама адрозненні паміж кадыфікаванай і некадыфікаванай падсістэмай, у прыватнасці большая разнастайнасць спосабаў семантычнага пераносу прадстаўлена ў некадыфікаванай частцы камп’ютарнай падсістэмы. Так, метафарычнае пераасэнсаванне, каламбур, запазычанне, фанетычныя скажэнні – асноўныя спосабы ўзнікнення сінонімаў у камп’ютарным жаргоне.

Што датычыцца камп’ютарнай тэрміналогіі, то такія прыкметы, як кароткасць, адсутнасць сінаніміі прысутнічаюць не ва ўсіх тэрмінах. Большасць камп’ютарных тэрмінаў утвараюць варыянтныя сінанімічныя рады, гэта сведчыць пра тое, што вывучаемая тэрмінасістэма знаходзіцца ў стане актыўнага развіцця.

### *Літаратура*

1. Arntz, R. Einführung in die Terminologiearbeit / R. Arntz, H. Picht, – Hildesheim u.a. : Olms, 1995. – 347 s.
2. Беларускі камп’ютэрны слоўнік. Нататкі перакладчыкам [Электронны рэсурс] – Рэжым доступу : <http://kamputerm.org/index.php>.
3. Виноградова, В. Компьютерный сленг и литературный язык / В. Виноградова. // Исследования по славянским языкам. – № 6. – 2001. – С. 203-216.
4. Голованов, Н.А. Современный англо-русский словарь компьютерных технологий / Н.А. Голованов. – М. : Просвещение, 2005. – 276 с.
5. Ермакова, О.И. Особенности компьютерного жаргона как специфической подсистемы языка / О.И. Ермакова // Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru>.
6. Котелова, Н.З. К вопросу о специфике термина / Н.З. Котелова // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. – М. : Наука, 1970. – С. 122-138.
7. Левикова, С.И. Большой словарь молодежного сленга / С.И. Левикова. – М. : Гранд. Фаир-пресс, 2003. – 923 с.
8. Лук’янюк, Ю.М. Асаблівасці фарміравання лексічнага пласта камп’ютэрнай падсістэмы (на матэрыяле кадыфікаванай і некадыфікаванай лексікі) / Ю.М. Лук’янюк, Л.Г. Шасцярнёва // Міжнародная навукова-практычная канферэнцыя, прысвечанай 80-годдзю доктара філаланічных навук, прафесара Арка-



дзя Іосіфавіча Наркевіча (10 сакавіка 2009 г.) / пад агульн. рэд. В.І. Іўчанкава. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2009. – С. 252–263.

9. Плотнікаў, Б.А. Агульнае мовазнаўства / Б.А. Плотнікаў. – Мінск, 1994. – С. 227.

10. Лук'янюк, Ю.М. Полісемія і аманімія ў лексіцы камп'ютэрнай падсістэмы / Ю.М. Лук'янюк, Л.Г. Шасцярнёва. // Журналістыка – 2009: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 11-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі / рэдкал. С.В. Дубовік і інш. – Выпуск 11. – Мінск: БДУ, 2009. – С. 283–286.

11. Руденко, Е.Н. Вот вам и драг с дропом, или компьютерный жаргон глазами лингвиста / Е.Н. Руденко // Славянский мир на пороге III тысячелетия: материалы Междунар. науч. конф., Гомель, 15 – 16 мая 2001 г. / Бел гос. ун-т транспорта, Гомел. обл. обществ. об-ние “О-во Кирилла Туровского”; редкол.: В.И. Коваль [и др.]. – Гомель, 2001. – С. 241 – 243.

12. Словарь молодежного и интернет-сленга. Толкование более 10 000 слов и выражений / Автор-составитель Н.В. Белов. – Минск : Харвест, 2007. – 256 с.

13. Глумачальны слоўнік беларускай літаратурнай мовы / Пад рэд. М.Р. Судніка, М.Н. Крыўко. – Мінск, 1996. – 784 с.

14. Толикина, Е.Н. Некоторые лингвистические проблемы изучения термина / Е.Н. Толикина // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. – М. : Наука, 1970. – С. 53-67.

15. Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г.Н. Складчиковой. – М. : Эксмо, 2008. – 1136 с.

16. Толковый словарь уголовных жаргонов / под ред. Ю.П. Дубягина и А.Г. Бронникова. – М., 1991. – 721 с.

17. Тэорыя і практыка беларускай тэрміналогіі / Аарашонкава Г.У., Булыка А.М., Люшцік У.В., Падлужны А.І. – Мінск : Беларуская навука, 1999. – 175 с.

18. [www.gramota.ru](http://www.gramota.ru)

19. [www.slang.ru](http://www.slang.ru)

Саенкова Л. П.

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ «КУЛЬТУРОЛОГИИ» КАК ИНТЕГРАТИВНОЙ СОЦИОГУМАНИТАРНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Начиная с последней трети XX века, в жизни общества и человека произошли те объективные изменения, которые, надо полагать, будут определяющими для перспектив XXI столетия. Имеется в виду процесс, получивший название культурного перехода, обусловивший значимость и необходимость повышения уровня духовной культуры, а значит, и присущих ей смыслов, норм, целей и ценностей в развитии человека.

Истоки этого процесса изучены гораздо лучше, чем его многообразные последствия. Общеизвестно, что они коренятся в кардинальном повышении технологического могущества современного общества, расширении свободы выбора человеческими сообществами наиболее привлекательных в культурном отношении экономических, политических и социальных способов устройства коллективной и индивидуальной жизни. Именно процесс культурного перехода стал движущей силой далеко неоднозначной, противоречивой, подчас драматичной технико-экономической и социально-политической модернизации XX века. Одной из знаковых тенденций этого перехода явился отход от позитивистского дробления гуманитарных знаний, от тех или иных форм технологического, экономического, социального и политического детерминизма. Одновременно началось становление новой более универсальной и основательной в научном отношении культурно-исторической картины развития человека и общества. Конкретно-дисциплинарным воплощением новых подходов в освещении культурно-исторического становления социокультурных сообществ явился предмет “Культурология”.

“Культурология” как интегративная социогуманитарная научная дисциплина является необходимой составляющей профессиональной подготовки специалистов практически во всех областях человеческой деятельности, поскольку поиск и принятие адекватных решений, их оптимальная реализация настоятельно требуют сегодня анализа и учета всего комплекса социокультурных факторов с необходимой рефлексией на историю их становления и развития. Разработка стратегии деятельности в любой области должна базироваться на симбиозе гуманитарно ориентированного знания. Культурология как научная дисциплина, дающая целостное и принципиально новое видение проблем взаимоотношения человека с миром, является методологической основой такого знания. Сама жизнь настоятельно требует от специалистов решения не изолированных познавательных и практических задач, а комплексных, находящихся на пересечении различных областей научного знания и сфер человеческой деятельности. Задача целостного системного понимания социокультурных процессов в настоящее время становится все более многомерной в связи с разрастанием объема знаний, интенсивным развитием различных социогуманитарных дисциплин. Попытки же сведения всех составляющих многомерной социокультурной жизни к единому детерминирующему началу проявляют себя как ограниченные. Целостное знание о системных свойствах культуры и её структурных элементах в полной мере отвечает современным потребностям в качественно новым задачам гармонизации технологий социальной практики.

Курс “Культурологии” в контексте учебной программы для слушателей специальности “Литературно-художественное творчество” имеет осо-

бренный образовательный и воспитательный смысл. Культурологическое знание, представленное в рамках этой дисциплины, носит теоретический характер не только по своему содержанию, но и по функции, то есть объясняя генезис развития культурных явлений и прогнозируя, насколько это возможно, появление новых. Это знание, отражающее общие основы разнообразных фактов культуры, определяет порядок их системообразования и взаимодействия как формы существования, составляет содержание ориентировочной основы решения жизненных задач, определяет способы поведения в различных ситуациях социокультурной сферы. Вследствие этого “Культурология” приобретает сегодня подлинно мировоззренческий и воспитывающий характер.

Целью данной дисциплины является выработка у слушателей мировоззренческих предпосылок для понимания как своей, так и иных культур, осознания себя субъектом культурного творчества. Предметом курса выступает содержание социокультурной жизни и деятельности людей, те смыслы, которыми наполнен для человека мир. Материал структурирован по двум теоретическим модулям: онтология и феноменология культуры. Первый раскрывает фундаментальные принципы и концепцию бытия культуры, ее сущность и внутренние определяющие основания, проблемы генезиса, динамики, типологии культуры. Наряду с определением сущности понятия “культура” рассматриваются такие важные темы как “Структура культуры”, “Символ в культуре”, “Функции культуры”. Теоретическое наполнение данного раздела вскрывает глубинную динамичную сущность культуры в ее целостности, отличие культуры от других элементов мира. Именно поэтому в первом разделе важно познакомить слушателей с работами ведущих представителей разнообразных школ и направлений культурологической мысли, призванных помочь получить более полное представление об онтологии культуры, преломленной через призму ее неисчерпаемых феноменов. В этой же части представляется целесообразным подробнее остановиться на сущностных различиях в понятиях “культура” и “цивилизация”, раскрывая это различие сквозь призму концепций известных философов, культурологов: Ж.Ж. Руссо, В.Р. Мирабо, О. Шпенглера, Н.Я. Данилевского, А.Дж. Тойнби, К. Ясперса, Н. Бердяева, Х.О. и Гассета, Л. Гумилева.

Второй модуль посвящен описанию и систематизации отдельных культурных форм, анализу культуры как системы культурных феноменов, выявлению типов связей между элементами культуры. В этом разделе фиксируется неисчерпаемое богатство форм и оттенков культуры, ее мозаичность, многослойность, безбрежное пространство проявлений человеческого бытия. Историческая динамика культуры раскрывается через начальные культурные формы периода первобытности, определение

Востока как культурной целостности, обозначение самоценности культуры античности, выявление культурных доминант эпохи Средневековья, Возрождения, Нового времени, периода XIX века. Представление генезиса общечеловеческой культуры совершенно естественно дополняется такими темами, как «Развитие русской культуры» и «Особенности белорусской культуры». Многообразием культурных форм, художественных стилей, активной сменой культурных парадигм характеризуется эпоха XX века, начавшаяся с модерна и закончившаяся постмодернизмом. В контексте этих тем представляется важным определить не только сущность эстетических возможностей, но и вектор развития социокультурного пространства. Одним из направлений такого развития является наращивание информационно-технологических мощностей. Как известно, постиндустриальное общество отличается трансформацией потребностей, ценностных доминант и иного уровня коммуникативных отношений. В этой связи представляется логичным обращение к теме «Культура современного информационного общества», в которой раскрываются особенности вживания новых культурных тенденций и явлений в прежнюю культурную парадигму.

Вопрос о существовании единой культурологической теории является дискуссионным. Тем не менее можно констатировать множество культурологических концепций, направлений и школ, каждая из которых отличается своеобразием и оригинальностью. Методологический плюрализм современного культурологического знания, а также сложность и многомерность самого явления культуры, дает основания предположить, что бытие культурологии и в дальнейшем будет характеризоваться широким спектром разнообразных подходов. Исходя из этого, проблемный метод изложения материала всегда представляется через анализ уже ставших классическими и новейших концепций культуры.

Сидорская И. В.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ДИПЛОМНЫХ РАБОТ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ ПЕРЕПОДГОТОВКИ «КОММУНИКАЦИЯ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ»**

Написать качественную дипломную работу в установленный срок и успешно защитить ее перед авторитетной комиссией, в состав которой входят представители и академического, и профессионального сообществ, – всегда непросто. Если сдача выпускного экзамена (как, впрочем, и любого другого) – немного лотерея, успех в которой зависит, в том числе, от до-

ставшегося экзаменационного билета, то основное впечатление от защиты дипломной работы – полностью на совести выпускника. Объясняется это тем, что, во-первых, тема дипломного сочинения избирается свободно: она не может быть навязана ни кафедрой, ни деканатом, а значит, позволяет слушателям выбрать ту проблемную область, которая представляется им наиболее актуальной и перспективной. Во-вторых, выбранная тема раскрывает мотивацию слушателей как в научно-исследовательском, так и практико-ориентированном и, главное, ценностно-смысловом поле. Широкий спектр тематических областей, могущих претендовать на статус предмета дипломной работы, детерминирован не только объемом объекта исследования и многогранностью мест практического приложения сил нынешних и будущих профессионалов в сфере общественных связей, но и их аксиологическими приоритетами. Что считать важным и что неважным в работе PR-специалиста, что маркировать как новейший тренд, а что как исключение из правил, определять ли то или иное явление как имманентно присущее PR-деятельности либо рассматривать его как технологический феномен, имеющий отношение исключительно к процедурной части данной деятельности – такие вопросы, а, точнее, ответы на них и определяют конкретный выбор темы дипломной работы. Уже сама тема дипломного сочинения во многом задает и угол рассмотрения проблематики, и отношение к ней (и к данному слушателю как ее автору) других участников процесса, и ожидания научного руководителя. Поэтому крайне важно подойти к выбору темы максимально ответственно: не просто выбрать из предложенного списка ту, что представляется более или менее перспективной, а обсудить с предполагаемым научным руководителем либо куратором специальности свои представления о содержании темы и ее корреляции с собственными исследовательскими и профессиональными предпочтениями. Нередки ситуации, когда из разговора со слушателем становится ясно, что выбранная тема достаточно далека от «идеальной» и требуются значительные корректировки первоначального варианта.

Важно помнить, что тема дипломной работы задает границы научного поиска: в ее формулировке уже заложены объект и предмет исследования, и отойти куда-то в сторону от их анализа будет проблематично: это, безусловно, отрицательно повлияет на конечный результат и итоговую оценку. Не менее важно раскрыть все термины и понятия, фигурирующие в заголовке, – а это те термины и понятия, с содержанием, историей, точками зрения различных научных школ на которые слушатель наиболее знаком. Ошибкой стало бы «удвоение сущностей» – подмена заявленных в теме исследования понятий сходными, например, «корпоративная культура» – «корпоративной идентичностью», «PR-технологии» – «PR-стратегиями», «технологии формирования имиджа» – «технологиями позиционирования» и др. Поэтому

крайне важно уже на этапе формулировки темы определиться с основными понятиями, в ней фигурирующими, и отказаться от терминов мало применимых, мало разработанных или сложных именно для данного слушателя. Для этого необходимо составить план дипломной работы, в котором по каждой главе прописать основные понятия.

Непростой задачей для слушателей является обычно выбор между «теоретической» и «практической» дипломными работами. Сразу необходимо четко оговорить, что по проблемам социальной коммуникации, одним из видов которой является коммуникация в сфере общественных связей, чисто «теоретических» исследований и быть не может хотя бы потому, что коммуникация – это практическая дисциплина. Нельзя рассуждать о коммуникации, не претворяя свои рассуждения в реальность либо не основываясь в своих рассуждениях на реальных коммуникативных взаимодействиях. Поэтому более корректно говорить о дипломной работе слушателей по специальности «Коммуникация в сфере общественных связей» как о законченной самостоятельной научно-практической разработке, в которой *на основе профессиональных теоретических знаний решаются конкретные практические задачи*, предусмотренные квалификацией и профессиональным предназначением данного специалиста. Такая научно-практическая дипломная работа может быть двух видов: научно-исследовательского характера, когда слушатель изучает преимущественно чужой практический опыт, анализирует его с точки зрения разработанных теоретико-методологических оснований и дает рекомендации по его оптимизации<sup>1</sup>, а также практико-ориентированного характера, где слушатель в качестве предмета исследования анализирует собственный практический опыт в сфере паблик рилейшнз<sup>2</sup>. Во втором случае дипломная работа имеет право претендовать на статус творческого дипломного сочинения. Такой выбор оправдан, если слушатель уже работает по специальности, имеет немалый практический опыт и в качестве основной задачи дипломного сочинения ставит цель обоб-

---

<sup>1</sup> В качестве примеров приведем темы слушателей программы переподготовки «Коммуникация в сфере общественных связей» 2012 и 2013 гг. выпуска. К первому виду относятся темы «PR-технологии ребрендинга Гродненского государственного университета имени Янки Купалы», «Имидж личности: формирование и восприятие (на примере украинского музыканта Святослава Вагарчука)», «PR-коммуникация в Интернете: особенности организации и оценки эффективности».

<sup>2</sup> Ко второму виду относится тематика, непосредственно связанная с профессиональным опытом слушателей: «Создание успешного бренда в Республике Беларусь и его восприятие потребителями (на примере СЗАО «БЕЛДЖИ»)», «Организация деятельности по связям с общественностью в системе хозяйственных судов Республики Беларусь: особенности, тенденции», Трансформация пресс-службы в отдел по связям с общественностью: особенности, проблемы (на примере Министерства экономики Республики Беларусь)».

щения, систематизации и легитимизации своей профессиональной деятельности как соответствующей необходимым критериям.

Таким образом, и первая, и вторая модели дипломной работы выпускника специальности переподготовки «Коммуникация в сфере общественных связей» являются научно-практическими разработками, что означает требование соблюдения в них нескольких основных правил.

Первая глава дипломной работы, как правило, носит наиболее теоретический характер по сравнению с другими ее разделами. Это означает, что в первой главе слушатель анализирует основные понятия и термины дипломного сочинения, а также обосновывает свою концепцию, выдвигая те или иные гипотезы. Следовательно, первая глава исследования отнюдь не является реферативной либо компилятивной – она обосновывает и формулирует основную проблему дипломной работы, решению которой будут посвящены все остальные ее разделы. Данная глава дает представление о научно-исследовательских навыках слушателя, о его понятийном и фактологическом тезаурусе, о его склонности к научному мышлению. Эта глава «выдает» серьезность намерений, объем и глубину бэкграундера своего автора, позволяет прогнозировать степень решения поставленных проблем.

Вторая глава дипломного сочинения, как правило, носит прикладной характер. В ней обычно анализируется конкретный практический опыт в области связей с общественностью как самого слушателя (отдела, департамента, управления и т.д., в которых слушатель работает), так и других участников PR-рынка, причем речь идет о глобальном PR-рынке. Так, тема, связанная, например, с формированием имиджа известного украинского исполнителя С. Вагарчука, вполне может быть актуальной и для белорусских выпускников, однако автору данного сочинения обязательно нужно обратить внимание на вопросы, приближающие данную тематику к специфике отечественного шоу-бизнеса (например, что в имидже украинского музыканта может быть использовано отечественными имиджмейкерами для разработки имиджей белорусских исполнителей, а какие особенности имиджа Вагарчука, с точки зрения отечественного слушателя, не могут расцениваться как позитивные). Поэтому любая тематика, анализирующая международный опыт PR-деятельности, должна вносить свой вклад в копилку отечественной PR-практики и только в таком качестве может признаваться актуальной и своевременной.

Еще одно правило касается методологической основы дипломного сочинения. Обычно в дипломных работах выпускников специальности «Коммуникация в сфере общественных связей» преобладают социологические методы анализа, прежде всего такие как контент-анализ, анкетный опрос, фокус-групповое исследование, экспертное интервью и др. При использовании социологического инструментария важно обратить внимание на

выполнение ряда рекомендаций. Во-первых, программа социологического исследования должна быть оформлена по всем правилам, принятым при выполнении такого рода работ, и размещаться в приложении. В текстовой части дипломной работы следует использовать только выдержки из полученных данных и приводить сделанные на основе этих данных выводы. Во-вторых, слушателю, самостоятельно проводящему исследование, лучше обратиться к качественным социологическим методам, так как они менее трудоемки и затратны по времени. В-третьих, выполнение социологического исследования в дипломных работах не является самоцелью – социологическое исследование используется как метод сбора информации, необходимой для решения поставленных в дипломе PR-задач, и не подменяет собой самого дипломного исследования. В понимании несводимости пиарологии как науки о связях с общественностью к традиционной социологии и заключается одно из проявлений зрелости и профессиональной самодостаточности специалиста в области PR-коммуникации.

Таким образом, в дипломной работе проявляется степень овладения слушателями необходимыми знаниями и навыками для выполнения функций специалиста по связям с общественностью, пресс-секретаря, менеджера коммуникационной структуры, эксперта, консультанта, референта в государственных, коммерческих и общественных организациях и учреждениях.

Скорбенко О. Н.

## **СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ В ЖУРНАЛИСТСКОЙ ПРАКТИКЕ (методический материал по разделу «Социология журналистики»**

### **дисциплины «Теория и методология журналистики»)**

Раздел «Социология журналистики» предполагает формирование у слушателей отделения переподготовки высокой социологической культуры и социологического мышления, освоение слушателями социологии журналистики как необходимого компонента квалификации современного журналиста.

#### **Задачи раздела.**

1. Ознакомление с социологией журналистики как специальной социологической теорией.
2. Обучение слушателей практике использования данных социологических исследований в профессиональной деятельности, получение ими навыков социологического анализа.



3. Ознакомление с организацией сбора и анализа социологической информации о СМИ в деятельности научных организаций и редакций.

#### **Содержание раздела.**

**Тема 1. Журналистика и социология в методологии научного познания социальной реальности. Объект, предмет и функции социологии журналистики.** Журналистика как социальный институт. Социология журналистики как специальная социологическая теория. Объект, предмет, задачи и функции социологии журналистики.

**Тема 2. Аудитория СМИ как объект социологического исследования. Социологические исследования аудитории.** Современное развитие социологических исследований аудитории СМИ. Социологические методы исследования аудитории печатных СМИ. Собственные редакционные исследования. Социологические исследования аудитории СМИ в Беларуси.

**Тема 3. Особенности рейтинговых измерений в социологии журналистики. Интерактивные СМИ и интерактивные социологические исследования.** Рейтинговые измерения аудитории СМИ. Медиатрические рейтинговые исследования. Интерактивность в социологических исследованиях. Особенности интерактивных опросов в СМИ.

**Тема 4. Культура социологического мышления журналиста.** Сущность культуры социологического мышления. Формы и содержание социологических материалов в СМИ.

#### **Формы проведения занятий.**

Лекционные и практические занятия проходят в интерактивной форме. Так, в рамках первой темы со слушателями обсуждается общее и особенное в социологии и журналистике, точки соприкосновения и взаимопроникновения данных дисциплин и сфер деятельности, закономерность и необходимость возникновения социологии журналистики как специальной социологической теории.

На втором лекционном занятии слушателям предлагается высказать свои суждения о необходимости проведения социологического изучения аудитории различных средств массовой информации. В частности, обсуждаются формы собственных редакционных исследований печатных и электронных СМИ, их специфика, а также актуальность и достоверность полученных результатов, экономический эффект такого рода деятельности редакции. Слушателям предлагается разработать примерные варианты опросных листов как для размещения на страницах издания, так и для анкетирования в общественных местах.

На практических занятиях слушателям предлагается выступить по заранее озвученным темам. При обсуждении докладов акцентируется внимание на добросовестности и независимости социологических служб при проведении рейтинговых замеров, обсуждаются критерии качества рейтингового

инструментария, эффективность различных методик рейтинговых измерений аудитории СМИ.

Четвертая тема предполагает обсуждение основных каналов поступления социологической информации в СМИ, формы и содержание социологических материалов в средствах массовой информации. Слушателям предлагается на основе пресс-релиза от социологической службы составить собственный комментарий для СМИ с соблюдением всех требований, предъявляемых к такого рода публикациям.

Кроме того, на практических занятиях слушателям предлагается два письменных теста, при выполнении которых разрешается обращаться как к конспекту лекций, так и к дополнительным источникам. Задания в тестах сформулированы в форме открытых и закрытых вопросов и ориентированы не только на контроль изложенного ранее лекционного материала, но и на развернутое изложение своего видения необходимости применения социологических знаний в повседневной журналистской деятельности.

Предполагается, что в результате усвоения материалов в ходе лекционных и практических занятий, предлагаемой литературы слушатели отделения переподготовки окажутся способными:

- понимать природу журналистики как социального института, ее место в общественном развитии, а также права и обязанности журналиста;
- понимать социальную природу аудитории СМИ, ее особенности и характеристики;
- участвовать в проведении рейтинговых и медиатрических измерений СМИ, уметь интерпретировать, анализировать и комментировать полученные результаты;
- уметь сформулировать заказ для организаций, выполняющих социологические исследования СМИ;
- учитывать в своей работе тенденции в функционировании СМИ, выявленные в социологических исследованиях.

**Примерный тематический план  
раздела «Социология журналистики»  
для слушателей отделения переподготовки**

№	Наименование раздела курса и темы занятия	Кол-во часов
1.	Журналистика и социология в методологии научного познания социальной реальности. Объект, предмет и функции социологии журналистики (лекция)	2
2.	Аудитория СМИ как объект социологического исследования. Социологические исследования аудитории (лекция)	2

3.	Особенности рейтинговых измерений в социологии журналистики. Интерактивные СМИ и интерактивные социологические исследования (практическое занятие)	2
4.	Тема 1 – 2. Тест № 1	2
5.	Культура социологического мышления журналиста (практическое занятие)	2
6.	Тема 3 – 4. Тест № 2	2
Итого: 4 темы, 12 часов		

***Основная литература, рекомендуемая слушателям:***

1. Дмитриев, Е.И. Социология журналистики : конспект лекций / Е.И. Дмитриев. – Минск : БГУ, 2001.
2. Свитич, Л.Г. Социология журналистики : учеб. пособие. – М. : ИМПЭ им. А. С. Грибоедова, 2005. – 119 с.
3. Социология журналистики : учебное пособие для студентов ВУЗов / Под ред. С.Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2004.

Федотова Н. А.

**ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ  
ЭЛЕМЕНТОВ ДИЗАЙНА В ПЕЧАТНЫХ СМИ  
(методический материал по разделу  
“Психология журналистики”  
дисциплины “Теория и методология журналистики”)**

Тенденции развития медиасферы, доминирование визуальной мультимедийной культуры вынуждают печатные СМИ использовать различные способы, чтобы привлечь внимание искушенного медиапользователя, остановить его взгляд, «зацепить» логотипом, анонсом, заголовком первой полосы. Более тридцати лет назад Эмиль Рудер в книге «Типографика» написал: «Сегодня мы завалены столь огромным объемом печатной продукции, что в нем тонут отдельные издания, так как усталый современник уже не в силах охватить всего, что выходит в свет. Задача типографа так расчленить, упорядочить и подать эту массу изданий, чтобы читатель мог отличить то, что его интересует. Газету редко читают насквозь, с первой до последней полосы. Отбивки, линейки, краски, крупный и жирный шрифт – все служит выделению важнейших текстов, которые к тому же сведены в подборки под особыми рубриками или помещены на определенных полосах» [4].

Работы других исследователей [например, см. 1, 2, 3] доказывают, что цвет, шрифт, графика, принцип верстки влияют на читательское восприятие, способны вызывать определенные ассоциации и формировать позитивное либо негативное отношение к изданию. Известно, что более 80% информации человек воспринимает зрительно, поэтому зачастую дизайнерские приемы оформления периодики являются уловкой, продуманным маркетинговым ходом, построенным на манипулировании читательским восприятием. В частности, возможно создание **иллюзии достоверности** информации, оформленной в традициях качественной прессы. Возникает психологический **эффект проекции**, когда за счет применения узнаваемых элементов дизайна и принципов верстки характерные черты «серьезных» изданий – достоверность, объективность, престижность – читатель переносит на газеты и журналы, которые лишь подражают качественным СМИ, копируя их внешний вид. Подобная мимикрия касается только «наружности», а начинают издания-копии, как правило, сомнительным содержанием.

Практика некоторых белорусских и российских СМИ показала, что выбор элементов дизайна печатных СМИ обращает внимание на приоритеты издания ничуть не меньше, чем журналистские тексты. В этом контексте показательно преобразование российской газеты «Известия», которое произошло в 2011 году, и ребрендинг белорусского издания «Обозреватель». «Обновленные «Известия» выбрали» другой макет, другую верстку, узкий формат А2 и превратились в точную копию *The Wall Street Journal*. Издатели долго отбивались от обвинений в плагиате и заявляли, что всего лишь заимствуют дизайн больших западных газет с хорошей репутацией.

В 2009 году еженедельник «Обозреватель» по такому же принципу уподобился знаменитой британской газете *The Guardian*. Можно предположить, что подобные «превращения» не были случайными и работали на общий замысел: присвоить чужой авторитет, используя видимые элементы сходства (формат, логотип, шрифт, цвет, верстку). Вместе с тем такого рода «заимствования» способны вызвать нежелательный эффект (потеря традиций издания, утрата собственной уникальности и т.п.). Диссонанс восприятия, который влекут за собой такие эксперименты, может усугубить кризис доверия к печатному слову.

Подготовка к практическим занятиям по теме «Психологическое значение элементов дизайна в печатных СМИ» заключается в том, что слушатели получают задание подобрать пример оформления газеты или журнала, который, по их мнению, неудачен. Допустим, когда фон и шрифт сливаются, усложняя восприятие текста и уменьшая его удобочитаемость. И наоборот, найти издание, которое учитывает закономерности восприятия и грамотно расставляет акценты, формирует собственный стиль. На занятии слушатели демонстрируют издания, которые выбрали для анализа, отмечают психоло-

гическое значение цветовых решений, шрифтовых предпочтений, иллюстраций, которые создают либо не создают единый, цельный образ.

При выполнении задания следует ориентироваться на следующие вопросы:

1. Как влияет использование шрифта, цвета, фотографий в рассматриваемом издании на восприятие текста читателем и на восприятие издания в целом?

2. Насколько гармонично используется цветовая палитра на газетной/журнальной полосе?

3. Какого психологического эффекта стремятся достичь журналисты и/или издатели, обращаясь к тому или иному оформительскому дизайну?

4. Достигают ли они своих целей? Обоснуйте ответ.

5. Какой читательской аудитории адресовано издание, если учесть элементы дизайна, которые в нем использованы?

Возможны и другие варианты подготовки к практическим занятиям по этой теме – подбор изданий для анализа и выполнение заданий, направленных на выявление рефлексии. Например:

1. Какие ассоциации у вас возникают от цветовой палитры выбранного для анализа издания?

2. Опросите своих знакомых и выявите, какие ассоциации появились у них от элементов оформления тех или иных изданий?

3. За счет использования каких элементов дизайна может возникнуть иллюзия достоверности информации и психологический эффект проекции?

Опыт аудиторной работы по теме «Психологическое значение элементов дизайна в печатных СМИ» позволяет слушателям акцентировать внимание на психологических особенностях восприятия информации, узнать закономерности восприятия цвета и шрифта, выявить ассоциации, которые могут возникать при их использовании.

Анализ оформления журналов «Сноб», «Большой» и «Esquire» позволил сделать вывод, что эти журналы придерживаются так называемого «строгого стиля», адресованы не массовому читателю, а интеллектуально развитому, образованному, требовательному. Каким средствами достигается эта оформительская «строгость»? Во-первых, это ограниченное количество выразительных средств (как шрифтовых, так и иллюстративных), сознательное уменьшение кегля шрифта, выбор холодной цветовой гаммы и градации от черного к белому через оттенки серого при создании общего стиля издания, значительное количество «воздуха» или белого пространства.

Во-вторых, использование приемов верстки, близкой книжной и верстке качественных газет воспринимается читателем как показатель качества, высокого интеллектуального уровня издания. В-третьих, обращение к опыту зарубежных изданий. Прямое повторение элементов «Esquire» на страницах «Большого» можно рассматривать не как плагиат, но как прием подозна-

тельных ассоциаций: общие элементы в оформлении влияют на восприятие читателя за счет бессознательного приписывания качеств одного издания другому.

### *Литература*

1. Вайнштейн, Л.А. Психология восприятия / Л.А. Вайнштейн. – Минск : Тесей, 2007. – 224 с.
2. Сомова, Н.Л. Основные психологические закономерности восприятия информации, цвета и шрифтов / Н.Л. Сомова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://lib3.podelise.ru/docs/136/index-19853.html/> Дата доступа: 15.08.2013.
3. Степанов, С. Психология в дизайне / С. Степанов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wm-help.net/articles/article/18.04.20056970-97.html>. – Дата доступа : 18.06.2013.
4. Рудер, Э. Типографика / Э. Рудер [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://avatars.ru/userfiles/file/ruder.pdf> – Дата доступа : 03.07.2013.

Харитоновна С. В.

## **ИСТОРИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ БЕЛОРУССКИХ ГАЗЕТ И ЖУРНАЛОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ**

Печатная журналистика для детей на различных этапах своего развития подвергалась воздействию социально-экономических, культурных и технологических факторов, влияющих на содержательное и композиционно-графическое моделирование (СТМ и КГМ) детской прессы.

С началом деятельности Всесоюзной пионерской организации, которая к 1925 году образовала разветвленную систему периодических изданий для детей, связан **первый этап** формирования структуры содержания и оформления белорусских газет и журналов для детской аудитории. 25 февраля 1921 года под редакцией З. Бядули вышел в свет белорусскоязычный журнал «Зоркі». Издание ориентировалось на различные возрастные категории читателя, размещая на страницах детские игры, песни, загадки, сказки, стихи, рассказы, колыханки, пьесы белорусских писателей Я. Купалы, Я. Коласа, З. Бядули, Я. Журбы. Вместе с тем отсутствие иллюстраций на внутренних страницах журнала и системы гарнитур, начертаний и кеглей шрифтов свидетельствовало о нестабильности графических средств оформления издания.

Наиболее сформированное визуальное и содержательное решение нашли создатели журнала «Беларускі піянер» («Беларускі піонэр») 1924 г. (с 1929 г. – «Іскры Ільіча», с 1945 г. – «Бязрозка»). На его страницах освещалась

жизнь пионерских организаций, опыт их работы, политическая, хозяйственная и культурная жизнь страны. Журнал знакомил с героической историей белорусского народа, богатством национальной культуры в произведениях прозаиков и поэтов Я. Купалы, Я. Коласа, К. Чорного, Я. Мавра. Характерной особенностью художественно-технического оформления являлось сочетание газетных способов верстки текстового и титульного комплексов (двухколонный набор, строгие заголовки) с живописными графическими рисунками и черно-белыми фотоснимками, типичными для журнальной печати. Иллюстрации титульной страницы издания раскрывали тематику номера, отражая непосредственную связь формы и содержания.

Одна из популярнейших среди детей еженедельная газета «Искра Ильича» (1924 г.) публиковала увлекательные для читателя материалы о деятельности пионеров, здоровом образе жизни, книжных новинках, бережном отношении к природе. Материалы декорировались многочисленными линейками и рамками, шрифтовыми гарнитурами и начертаниями. Несмотря на то, что применение всевозможных средств выделения нарушало единство стиля газеты, ее плакатное графическое решение точно отражало социалистический, призывный характер содержания.

Тематика детской прессы этого периода выражала марксистскую идеологию и побуждала читателей к строительству социализма. Газеты и журналы постепенно переходили на белорусский язык, их содержательные и композиционно-графические модели содействовали, как подчеркивает историк белорусской журналистики, исследователь комсомольской печати О. Слука, «открытию источника национального искусства, проявлению способностей нового поколения создателей детской прессы, ускоряя формирование белорусской нации» [1, с. 145].

**Второй этап** развития СТМ и КГМ связан с появлением в 1927 г. иллюстрированного журнала «Заранка». Рассказы, поучительные сказки и лирические стихотворения издания иллюстрировались реалистично выполненными динамичными рисунками с цельной композицией и линейной перспективой, необычными титульными шрифтами и живописными виньетками. Образно-выразительные средства издания формировали гармоничный визуально-семантический образ, который отражал основную тематику журнала, стабильность ее организации и привлекал к себе взгляд читателя.

Решающее влияние на дальнейшее развитие детской печати в республике и формирование индивидуального «лица» периодического издания для детей оказало постановление ЦК ВКП (б) «О мероприятиях по улучшению юношеской и детской печати» 1928 г. Через год после его принятия был выпущен первый номер газеты для детей «Піонер Беларусі» («Піонер Беларусі») (1994 г. – «Раніца»). Заслуга газеты состояла в том, что она способствовала культурному просвещению, идеологическому воспитанию и

пропаганде среди читателей социально-экономической политики республики. Идеино-тематическому содержанию газеты отвечало графическое оформление. «Піянер Беларусі» издавался с использованием нескольких дополнительных цветов – красного, зеленого и синего, которые применялись для выделения наиболее значимых публикаций и элементов полос (логотипа, рамок, линеек и подложек). Необычные заголовочные гарнитуры и множество рисованных и фотографических иллюстраций приносили декоративность и нарядность в оформление публикаций и издания в целом.

Белорусские периодические издания для детей 20–30-х гг. XX века создали развитую жанровую структуру и содержание, продиктованное требованием времени. Но им не удалось разработать целостную и четкую систему выбора текстового и заголовочного шрифта, линеек и рамок, иллюстраций и других графических элементов. Этот тезис подтверждает автор книги «Становление советской журналистики для детей» М. Холмов, подчеркивая, что на первый план выдвигалась не форма, а содержание издания [2, с. 13]. Тем не менее, история развития композиционно-графической модели детской периодики Беларуси началась именно с изданий «Зоркі», «Беларускі піянер», «Заранка», «Піянер Беларусі». Несмотря на слабую техническую базу и скромные материальные возможности, первые газеты и журналы для детей положили начало гармонизации визуального образа издания и его семантики, подготовили основу для возникновения периодики более высокого содержательно-графического уровня.

Развиваясь в тесной связи со всей советской литературой, белорусская детская периодика в 50-е годы XX столетия создала собственные идеологические и эстетические ценности, основанные на историческом опыте народа, традициях национальной культуры, и ознаменовала начало **третьего этапа** формирования визуально-семантического образа издания для детей.

В числе белорусских периодических изданий для детей появилась газета на русском языке «Пионер Белоруссии» (с 1945 г. – «Зорька»). Вместе с «Піянерам Беларусі» «Зорька» освещала темы успеваемости учеников, трудового воспитания пионеров; публиковала произведения Я. Купалы, К. Крапивы, А. Кулешова, П. Панченко, раскрывая патриотическую тематику мужества и героизма юных партизан в годы Великой Отечественной войны.

Небольшие материалы изданий распределялись по страницам в соответствии с композиционными принципами гармонии и равновесия. Оригинальные графические решения, среди которых применение дополнительного цвета, волнистых линеек, рисованных шрифтов, ломаной верстки, использовались создателями газет для выделения «шапок», рубрик, заголовков. Во второй половине пятидесятых годов шел активный процесс обновления художественного языка изданий для детей, что выражалось «...в органичном соединении идейно-тематической основы произведений со стремлением



белорусских художников пластически отразить его художественно-стилистические особенности» [3, с. 12–13].

Значительный вклад в нравственно-эстетическое воспитание подрастающего поколения внесли журналы ЦК ЛКСМБ «Бярозка» (1945 г.) и «Вясёлка» (1957 г.). В детских изданиях публиковались выдающиеся литераторы республики Я. Мавр, И. Гурский, С. Граховский, А. Вольский, В. Хомченко и др. «В произведениях поэтов, прозаиков, – отмечает О. Слука, – ощущался пульс времени, которое было наполнено небывалыми свершениями советского человека: космическими полетами, строительством гигантских заводов, освоением новых просторов нашей Родины» [4, с. 110]. Создатели изданий стремились представить юным читателям величие того мира, в который они вступали, публикуя работы художников П. Драчева, А. Замай, Ю. Пучинского, Р. Дубелира, Е. Змитровича, С. Филиппова со свойственной им декоративностью художественного языка, графическим переосмыслением этнографического материала, «подчеркнутой колористической эффективностью исполнения и попыткой переработки традиций народного искусства» [5, с. 45].

Постановление ЦК КПСС «О мерах по дальнейшему развитию советской детской литературы» 1969 г. содействовало началу **четвертого этапа** развития содержательно-тематических и композиционно-графических моделей детских периодических изданий. Популярными среди белорусских детей и подростков «Зорька», «Вясёлка», «Піянер Беларусі», «Бярозка» вместе с центральными детскими изданиями «Веселые картинки», «Пионер», «Мурзилка», «Костер» в 70-80-е гг. XX века сумели повысить художественный уровень публикуемых произведений, направленных на воспитание у детской аудитории преданности коммунистическим идеалам, высоких морально-этических качеств. Этому способствовала система содержательных, композиционных и графических приемов, которая отражала типологические параметры издания, его замысел и жанрово-тематическую структуру, позволяла достичь соответствия визуально-семантических средств запросам читателя и требованиям времени.

Качественно **новый этап** моделирования детской печати начинается в 90-е гг. XX века. Осуществляется демократизация советского общества, союзные республики приобретают независимость. Происходит распад Советского Союза, социалистической системы и всей монопартийной идеологии. События политических преобразований отражаются на специфике функционирования прессы, которая отказывается от однопартийной тематики и расширяет спектр общественной информации, что приводит к качественной трансформации содержательных и композиционно-графических моделей белорусских газет и журналов для детской аудитории.

### *Литература*

1. Слука, А.Г. Беларуская журналістыка : падруч. для студэнтаў устаноў выш. адукацыі / А.Г. Слука. – Мінск : Беларус. дзярж. ун-т, 2011. – 447 с.
2. Холмов, М.И. Становление советской журналистики для детей / М.И. Холмов. – Л. : Ленингр. гос. ун-т, 1983. – 209 с.
3. Гугнин, Н.А. Художественное оформление детской книги в советской Белоруссии (1945 – вторая половина 70-х гг.) : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.04 / Н.А. Гугнин ; Науч.-исслед. ин-т теории и истории изобраз. искусств акад. художеств СССР. – М., 1982. – 23 с.
4. Слука, О.Г. Комсомольская строка: проблемы идейно-политического воспитания в молодежной печати Белоруссии / О.Г. Слука. – Минск : Университетское, 1984. – 125 с.
5. Баразна, М.Р. Беларуская кніжная графіка 1960–1990-х гадоў / М.Р. Баразна. – Мінск : Беларуская энцыклапедыя, 2001. – 207 с.

Шимолін В. І.

## **ФОТОЖУРНАЛІСТЫКА ХХІ ВЕКА: ОТ КАКОГО НАСЛЕДСТВА МЫ ОТКАЗЫВАЕМСЯ?**

*Іскусства художественного документализма в контексте вузовского образования.* Методика освоения науки фотожурналистики включает изучение жанров фотожурналистики, наиболее характерные тенденции и перспективы их развития. От основ следует переходить к глубокому и долговременному постижению профессионального мастерства.

Вузовское образование – фундамент будущей профессии фотожурналиста. В стенах вуза студент получает солидную методологическую базу, на которой он может развить себя как личность. Сергей Эйзенштейн в свое время, отдавая дань господствующей коммунистической идеологии, отмечал необходимость «собирать и суммировать весь опыт пройденных и проходимых эпох, чтобы во всеоружии этого опыта встречаться с этапами новыми и бесконечно увлекательными, и победоносно покорять» [4, с. 43].

*Основной причиной* рождения фотографии следует признать научно-техническую и культурную революцию XIX века. Фотография, породила новую отрасль журналистики – фотожурналистику. Считается, что она ведет летоисчисление со времен Крымской войны 1853–1856 гг. Фотографии с полей сражений, сделанные расторопными английскими фотографами, размещались в печатных изданиях «Владычицы морей» в виде репортажей. Полиграфическая техника не знала тогда цинкографии и изображения попадали на газетные полосы, пройдя гравировку на металлических пластинах.

Дагерротип отправил в музей камеру-обскуру, как в конце XX в. цифровая фотокамера – аналоговую.

Посмотрите на пожелтевшие паспарту, вышедшие из фотографических салонов. На их лицевой стороне можно увидеть фамилию мастера, владельца салона. Обычно фамилия оформлялась тесненными буквами в обрамлении золотых и серебряных медалей, завоеванных владельцем фотоателье на международных фотовыставках. Подобные знаки качества гарантировали клиенту удовлетворение его душевных потребностей. Но и стоили, разумеется, не дорого. А то, что ничего не стоит, не ценится вовсе.

*Модернизация процесса фотографирования и обработки пленки нанесла удар по салонному мастерству старой школы, хотя и не разрушила ее.*

Массовое производство фотоаппаратов, например германской лейки, американского кодака, снижение их себестоимости и цены, массовая лабораторная проявка пленки и фирменная печать фотографий стимулировали рождение фотолюбительства. Прославленный белорусско-литовско-польский фотограф Ян Булгак, наш земляк Антон Прушинский и многие другие, осваивали новый вид искусства как фотолюбители.

*Оглянемся в прошлое. Черно-белая фотография остается исторически первым видом фотографии.* Спустя семнадцать десятилетий она не стала падчерицей. Даже с рождением цветного изображения черно-белые снимки сохранили свою привлекательность и популярность.

Первая причина этого феномена кроется в личности фотографов, которые обессмертили свое имя в этом виде искусства.

Второй причиной назовем секреты научной сферы. Успехи химии позволили получать отпечатки с множеством переходных цветовых градаций, оттенков от чисто черного к чисто белому. Сложилась парадоксальная ситуация: лишь по этой причине большинство классических фотографий при длительном рассмотрении кажутся цветными.

Московский фотограф Наталья Елисеева в семейном архиве отыскала четыре тонких стеклянных негатива с прабабушкиными портретами. В самом факте обнаружения артефакта мало сенсационного. Подобные сюрпризы случались уже не раз и во многих странах, доставляя радость поклонникам фотографической музыки. Нас же поразили чувства, охватившие правнучку: «Свет, падавший на лицо женщины сто лет назад, наконец-то дошел до меня...». Но особенно впечатляет вырвавшееся из души фотомастера признание в ностальгической любви к ушедшей тональности: «Я остаюсь поклонницей черно-белого, хотя цвет давно утвердил себя в окружающем мире. Просто для меня в черно-белом всегда остается недосказанность, тайна, приглашение чувствовать. Черно-белый – это своего рода объединенный цвет памяти, цвет прошлого, он стал классикой художественного портрета и почти синонимом слова «особенный». За время своей эволюции фотография

в цвете так и не вытеснила черно-белую, хотя это пророчили ей давно. Более того, полным ходом идет настоящее возрождение черно-белого фото».

*У черно-белой фотографии повсюду немало приверженцев.* Уставшие от пестрой гаммы ярких красок глаза находят покой в черно-белом изображении с переливами серых оттенков.

Возвращение в прошлое возможно двумя путями: приобретением черно-белой пленки и реставрацией забытых процессов ее обработки; а также применением компьютерных программ, которые позволяют получить примерно аналогичный результат при помощи определенных манипуляций.

*Парадокс нашего времени – возрождение интереса к фотографии черно-белой.* Под прессом фотографии цветной она, казалось, на веки утратила завоеванные позиции, но, к счастью, не растеряла традиций и своих приверженцев. Сколько прелести находим мы, пресыщенные буйством цвета на гляцевых обложках гламурных журналов и рекламных проспектах, в старинных паспарту-визитках, потемневших от времени кабинетных, салонных портретах с классическими позами персонажей и тяжелыми бумажными цветами и коринфскими колоннами на задних планах.

В интернете можно встретить множество объявлений о наборе на курсы, в школы аналоговой фотографии. Интерес к прошлому позволяет сохранить уникальное искусство получения изображения пленочным фотоаппаратом, технологию обработки фотопленки и получения изображения в соответствующих растворах. Эти процессы необходимо сохранить наравне с возрождающимися технологиями гончарного искусства, ковроткачества, хлебопечения, уникального производства стекла, смальты, ганча (резьбы), домостроения.

*Черно-белая фотография должна вдохновлять и передавать важнейшие чувства и эмоции.* Текстура в черно-белой фотографии, играет одну из основных ролей и является способом передачи образа. Очень часто, бывают ситуации, когда автор изображения хочет выразить сюжет в монохромном виде, но при этом подчеркнуть некоторые объекты в цвете, сохраняя при этом внешний вид текстуры так же, как и в черно-белой фотографии. В таких случаях, часть изображения остается в своем первоначальном свете, который может быть немного изменен. Частично цветные фотографии, также известны как селективно-окрашенные изображения.

В новом тысячелетии цифровая фототехника совершила новый революционный скачок и стала мировым явлением. И вот уже количество фотолюбителей благодаря волшебным функциям цифровой техники переваливает за допустимые пределы. Однако количество не отразилось на качестве полученной иллюстрации. Сложилась парадоксальная ситуация: великое множество сайтов переполнено иллюстрациями быстрого приготовления, а фотографический Макдональдс продолжает штамповать фотографии любителей

лишь потому, что они случайно оказались в нужном месте в нужный момент и зафиксировали на «мыльницу» или мобильный телефон действительно уникальное событие или явление.

Еще один парадокс: многократный рост фотолюбителей не изменил численности профессионалов. Практика подтвердила: фотокамера мертва в руках дилетанта. Видеть мир в образах – и дар Божий, и самоотверженная учеба, и напряженный труд.

Таким даром должны обладать профессиональные фоторепортеры. Должны, но обладают им не все. Фоторепортер вырастает из целой армии фотолюбителей, как яркая бабочка из среды множества одинаковых бесцветных капустниц. Можно ли научить фоторепортерской профессии? Ответ на этот вопрос практически не бывает однозначным. Один из вариантов: научиться фотографировать и грамотно излагать впечатления в письменном виде – можно только на практике. Однако и практика в редакциях газет и других печатных изданий не приносит ощутимого прогресса, поскольку зачастую руководят люди, далекие от фотографии и фотожурналистики.

Специалистов с высшим фотографическим образованием выпускают в разных странах Старого и Нового Света. Только в США этим занимаются около 70 университетов, а также немалое количество колледжей и школ. Одна из форм фотографического образования в Америке – творческие мастер-классы, рассчитанные на разные уровни подготовленности слушателей. Тренинги профессионалов охватывают такие виды фотографической деятельности: художественную, рекламную и журналистскую. К услугам желающих множество краткосрочных семинаров и школ высшего профессионального мастерства.

Но это в Америке. А как обстоят дела с подготовкой фотожурналистов в Беларуси? Ответ следует давать обнадеживающий с поправкой на территорию, численность населения и уровень технической грамотности.

Учеба в престижном вузе, а таковым базовым и авторитетным в Беларуси, бесспорно, является Институт журналистики БГУ, строится на симбиозе теории и практики, а также на научных исследованиях, которые помогают преодолевать барьеры между ними. В число теоретических предметов, объединенных фотожурналистикой, следует включать ее историю, знание которой позволят видеть причинно-следственные связи явлений и процессов, основные закономерности развития, перенимать творческое наследие выдающихся мастеров фотографического олимпа как пример или образец для подражания. Далее, на наш взгляд, следует назвать жанры фотожурналистики, законы композиции, основы фототехники.

Эти дисциплины преподаются в вузовских стенах как необходимый элемент основ фотографии и фотожурналистики и усиливаются мастер-клас-

сами, проводимыми ведущими фотожурналистами. Дальнейшее изучение этих предметов диктует необходимость выделения их в самостоятельные разделы и курсы.

К концу семестра, отведенного под изучение основ фотожурналистики, приходит время подведения итогов, приходится оценивать результаты собственного труда через творческую отдачу юных коллег. Из множества представленных фотографий, фотопрезентаций и сюжетов, выстроенных по законам фоторепортажа, высокой оценки заслуживает немного работ. Этот факт лишь подтверждает вывод об уникальности профессии фотожурналиста.

*Фотожурналистика как наука.* Изучение фотожурналистики в вузе предусматривает усвоение студентами теоретических знаний и приобретение практических навыков в избранной специальности. Практические навыки не могут заменить опыт, который приобретается годами работы. Поэтому главная цель высшего образования – научить выпускника без серьезных проблем перейти от теории к практике, успешно применять полученные знания. Иными словами, задача вузовской науки – подготовить юную поросль журналистики к взрослой жизни. Профессор В. И. Ивченко рассматривает эту задачу в широком, государственном аспекте: «Сегодня перед теоретиками и практиками журналистики встает ряд чрезвычайно важных вопросов, которые суммируются в практико-ориентированном рассмотрении сущности журналистского процесса и решение которых будет определять дальнейшее существование и функционирование средств массовой информации» [1, с. 22].

Предмет «Основы фотожурналистики» в настоящее время изучают в Институте журналистики БГУ студенты специальностей «Печатные СМИ», «Аудиовизуальные СМИ», «Литературная работа», «Информация и коммуникация». К сожалению, без «Основ фотожурналистики» остались студенты специальности «Международная журналистика».

*Освоение теории фотографии, фотожурналистики, в целом газетного дела, невозможно без приобретения практических навыков.* В учебных курсах преобладает изучение теории, большого объема филологических дисциплин, практика газетного дела отодвигается на второй план. В результате из ежегодных практик студенты привозят малострочные заметки и поверхностные интервью с явно слабыми фотографиями. В их творческом багаже практически до выпускного курса отсутствуют публикации в художественно-публицистических и аналитических жанрах фотожурналистики. То есть те публикации, которые привлекают внимание читателей и обеспечивают рост тиража.

*Изучение фотожурналистики должно быть всеохватывающим.* Между тем, еще на заре фотографической эры светопись называли не только видом

изобразительного искусства, но и видом «бессловесной литературы», видом образного творчества и особой эстетической речи. Высокая эмоциональность снимков, построенная на строгой документальности, делает их образцами высокого искусства. Подобное утверждение не требует доказательств, поскольку прошло испытание временем и строгой критикой.

Дисциплина «Основы фотожурналистики» преподается лишь на втором курсе, да и то на протяжении третьего семестра. Отведенного времени хватает только на освоение теоретического курса. Видимо, предполагается, что полученные знания студенты могут закрепить в ходе производственной практики в редакциях газет.

Как показало время, только в отдельных редакциях практикантам удастся сопровождать написанные материалы собственными иллюстрациями. Инициатива сдерживается наличием штатных фотокорреспондентов («есть кому снимать из своих»), отсутствием фотоаппаратуры, редакционной текучкой. Фактически – сказывается отсутствие в ряде редакций традиций творческого поиска, трафаретная система жанров, в основном информационных, традиционно слабая иллюстрированность издания.

*Формат фотожурналистики выходит за рамки учебных программ.* Как правило, второкурсники, изучающие «Основы фотожурналистики», а это, в среднем, сто человек, могут уже на первых занятиях продемонстрировать свои фотографические способности. Кому-то удалось «пощелкать» фотоаппаратом во время учебно-ознакомительной практики, кто-то занимался фотографией ради процесса, для пополнения семейного альбома, в лучшем случае для иллюстрирования стенной газеты в школьные или гимназические годы.

Поскольку демонстрация фоторабот проводится в группе, авторы трудятся охотно, азартно, ощущая творческое соперничество. Судейство однокурсников наиболее демократично и воспринимается безболезненно, так как не задевает трепетных чувств будущего фоторепортера, не унижает, щадит оголенный нерв самолюбия. К тому же и сам виновник торжества через несколько минут поменяется местом с одним из членов жюри. Так создается благожелательная обстановка, рождается культура общения, вырабатываются навыки отстаивания собственного мнения и уважительного отношения к чужому.

В фотографическом творчестве студентов сказывается влияние научно-технического прогресса. Однако, как правило, художественный уровень работ студентов младших курсов невысок и соответствует жанру семейного альбома. Причина тому домашнее воспитание в тепличных условиях, и даже на начальных курсах вуза окружающая жизнь лишь кажется легкой и приятной прогулкой. Мировые проблемы слишком далеки от юного сознания, а личные или семейные кажутся легко преодолимыми, второстепенными.



Среди демонстрируемых студентами фоторабот преобладает жанр пейзажа. Именно он среди фотолюбителей считается наиболее легким. Хотя это и поверхностное суждение. Перед зрителями мелькают бесчисленные восходы и закаты. Реже – дорожки в лесу или парке, как правило, безлюдные и пустынные. Приходится уговаривать демонстраторов перейти к съемке портрета.

На втором месте по объектам съемки после пейзажа следуют домашние любимцы: кошки, собаки, попугайчики. В бесчисленном количестве. Домашние животные из городских квартир – всего лишь жалкое подобие их деревенских родственников, пушистых и здоровых.

*Художественное отражение объективной реальности достигается непосредственным знакомством фотожурналиста с объектами съемки.* Мировоззрение будущего профессионала на первых курсах вуза еще только складывается, но именно оно способствует его становлению. Задача преподавателя, научить видеть существенное в жизни, отделять главное от второстепенного, раскрывать тему в сюжетном снимке. И еще – знакомить молодежь со сложными проблемами бытия. Жизнь порой преподносит горькие сюрпризы, ведь и в бочке меда может оказаться ложка дегтя.

*Жанр портрета широко представлен снимками родных и близких.* Чаще всего, малолетних племянников или братьев. И это понятно: их нет необходимости уговаривать позировать, никто не упрекнет за неудачный кадр. Аудитория – большинство студентов журфака – представители слабого, но прекрасного пола, – воспринимает подобные кадры с пониманием и с ностальгией по домашнему теплу.

Уже к концу третьего семестра ситуация меняется. Будущие журналисты начинают ощущать себя публицистами, обращают внимание на проблемы социума. В этом феномене – заслуга преподавателей всех кафедр, расширяющих кругозор и мировоззрение. Возможно, «открытие», это и преувеличение. Количество посредственных работ довольно велико: в общей массе, примерно до 80 %. И с каждым годом их становится все больше. Сказывается влияние Интернета, мощного потока глянцевого «гламурных» журналов. Они ведь тоже выполняют определенную обучающую функцию, только с приставкой «анти».

*Будущих фотожурналистов, фоторепортеров следует готовить еще на школьной скамье.* Отбирать абитуриентов-фотожурналистов следует уже на стадии их учебы в средней школе. Не оставлять их вниманием и после поступления в вуз. Такова, кстати, практика факультета журналистики Московского государственного университета.

*Можно ли говорить об исключительности белорусской фотографии?* Вопрос может показаться спорным, но, тем не менее, отечественная фотография, как впрочем, и восточно-европейская в целом, отличается тонкой



передачей настроения изображаемых героев, включает в себе национальные особенности, характеризуется гуманизмом, умеет сопереживать чужому горю. Подобного феномена мы не найдем в творчестве большинства современных западных фотожурналистов. Этот тезис подтверждают номинации ежегодных вернисажей международного фотоконкурса World Press Photo. Его организаторы и в 2013 году остались верны собственным принципам отбора изопродукции. Так, например, в номинацию «Основные новости (*General News*)» внесли серию или фотографии из таких сфер как «Политика, конфликты, экономика, *социальная напряженность, оказание помощи или преступления*» (выделено автором). Не менее напряженной выглядит номинация «Современные проблемы (*Contemporary Issues*)», включающая «отображение проблем людей и общества в наше время (экологических, экономических, социальных и медицинских проблем)».

Благородная цель подразумевает и благородные средства для ее достижения: что снимать или как снимать? Постараемся понять организаторов популярного фотоконкурса. Визуальное отражение отрицательных проблем, кризисов и эпидемий, катастроф, рождает в подсознании маленького человека чувство страха, неуверенности в завтрашнем дне, заставляет искать спасения в религии, в сектантстве. Более того, побуждает желание поддержать любого диктатора, который сможет навести порядок силой, а не убеждением, наиболее долгим и не всегда быстрым и эффективным способом.

Сенсация любой ценой и самого низменного качества создала целое направление в современной фотожурналистике. Его апологетов привлекают лишь снятые на пленку или на цифру сцены насилия, ужасы войны (вспомним современные трагедии Египта, Ирака, Ливии, Афганистана, Пакистана, Югославии).

В качестве примера можно привести работы победителей World Press Photo. Победителем конкурса 2011 г. стал портрет афганской девушки Биби Айши, которой муж-талиб отрезал уши и нос за попытку сбежать от него. Второе место в категории «Современные проблемы» на World Press Photo 2011 – девятилетняя девочка – жертва дефолиантов и гербицидов. Первое место в категории «Новости с места событий» завоевал Петр Лакатош (Венгерское агентство новостей) со снимком прыжка самоубийцы 22 мая 2010 года. Список можно продолжить.

Эта всемирная демонстрация горя людского зиждется на традициях устремления определенной части общества компенсировать собственную неполноценность лицемерием страданий себе подобных. Еще в прошлом веке американский фотограф Ансел Адамс после посещения фотовыставки современного искусства в Нью-Йорке так оценил творчество коллег: «На фотографиях, которые я видел, не было печати вдохновения и творческого

порыва» [2, с. 20]. Это утверждение вовсе не означает, что современная восточноевропейская фотожурналистика превосходит западную. В споре формализма и реализма всегда побеждают истина, гуманизм и духовность. Но профессионализм и высокие организаторские способности западных фоторепортеров могут служить новому поколению фоторепортеров всего мира наглядным примером находчивости, личного мужества.

*Фотожурналистика – элитная профессия.* Современные фотожурналисты пользуются без всякого пиетета новейшими достижениями современной науки и электронной техники. Имеют возможность брать интервью по интернету, могут получать необходимую информацию со всего света, входить в архивные хранилища в поисках нужного документа. Используют и новинки фототехники: цифровые фотокамеры, средства оперативной передачи визуальной информации на практически любые расстояния, широкие возможности компьютерных программ для обработки полученных изображений. Одно неизменным осталось в нашей профессии с момента ее появления: развитое мышление, организаторские способности, духовные и физические силы.

*Фотография и фототехника неразделимы.* Изучение теории и практики развивает интеллектуальные способности студентов, учит видеть взаимосвязи в необычных явлениях окружающей жизни. Прошлое фотографии включает черно-белый и цветной периоды. Фототехника шагнула от примитивных устройств, от громоздкой камеры-обскуры до сравнительно небольшого цифрового устройства, размером с ладонь, способного получать изображение-фотографию высокого технического качества. Этот путь измеряется не одним десятилетием. Дорога в мир светописы нынче открыта миллионам.

Высокого художественного, эстетического уровня изображения могут достичь лишь немногие фотографы. И только потому, что фотография представляет собой один из видов искусства, стоит в одном ряду с живописью и графикой. Легкость получения изображения с помощью фотоаппарата вселяет в сознание новичка обманчивую уверенность в скором покорении высот изобразительного искусства. Возможно, лишь по этой причине при поступлении на факультет журналистики абитуриенты не проходят творческого испытания по фотографии.

*Освоение техники фотографирования требует духовности, внутренней культуры, образования, владения сложной фотоаппаратурой.* Фотоаппараты лейка и кодак на заре своей молодости стоили немалых денег и, в сравнении, превосходили по цене современные электронные игрушки.

*Внутреннее содержание изображения выходит за рамки законов фотокомпозиции.* Наиболее удачные черно-белые снимки отмечены наличием

четко выраженных композиции и сюжета. Наше воображение не задерживается на анализе цветовой гаммы, а глаз пытается разобраться в элементах композиции, сознание – выделить главное, остановиться на эмоциях, чувствах персонажей в портрете.

С фотографическим видением, с природным чувством композиции и умением видеть в серых буднях прекрасное, в этот мир приходят единицы. Массовое увлечение фотографией не рождает таланты. Хотя имеются способы получать изображения довольно приличного среднего уровня. Избежать ошибок можно постоянным образованием, общением с мастерами фотографии, повышение собственного культурного уровня. Следует помнить – успех приносит упорство и постоянный труд.

*Ложная версия цифровой фотографии: «Получить карточку сегодня легко и просто».* Фотограф не задумывается о происхождении изображения. Фотоаппарат, легкий и послушный, выполняет любой каприз заказчика. Количество кадров, вмещающихся в его элегантный корпус, практически не ограничено. Увы, количество не переходит в качество.

Получение изображений на пленочной, аналоговой камере, требовало немалых затрат: материальных и физических, а также знания химии, свойства которой раскрывались во множестве реакций приготовленных растворов. Но более всего препятствий и проблем возникало при съемке. Удачные, казалось бы, моментальные сценки и композиции после проявления пленки оказывались смазанными, не резкими. Исправить их можно было лишь при новых съемках. Набивший шишек фотограф умел то, что нынче выполняет за него автоматика: наводить на резкость без дальномера, определять выдержку с максимальной точностью, а диафрагму выставлять с учетом оптимальной освещенности объекта. Между показаниями выдержки и диафрагмы также существовала особая диалектическая и таинственная взаимосвязь, некая зыбкая пропорция, нарушения которой приводили к плачевному результату. Понятно, речь идет не о любителях, а о профессионалах-фотожурналистах, которые не могли вернуться в редакцию с невыполненным заданием.

Многие отечественные и зарубежные фирмы в рекламных и корпоративных целях вкладывают значительные средства в оборудование собственных фотоподразделений самой современной техникой. Для этой аппаратуры нужны знающие специалисты. Так что спрос на профессионалов, умеющих ловить мгновения в кадр, будет только увеличиваться.

### *Литература*

1. Іўчанкаў, В.І. Медыярыторыка : рытарычныя асновы журналістыкі, лінгвістыка публіцыстычнага тэксту, дыскурсны аналіз сродкаў масавай

інфармацыі : курс лекцый / В. І. Іўчанкаў. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2009. – 280 с.

2. Коваленко, Г.Я. Фотоискусство и жизнь / Г. Я. Коваленко. – М. : Искусство, 1987. – 112 с.

3. Шимолін, В.І. Фотожурналистика будучага: тэндэнцыі і перспектывы/ В. І. Шимолін // Наўка і аўразаванне ў ўмоўях сацыяльна-эканамічнай трансфармацыі аўбшчэства : матэрыялы Х Междунар. наўч.-метод. канф., Мінск, 17 маў 2007 г. / ред. саўет : В.А. Мищенко (председатель) [и др.]. – Мінск, 2007. С. 241-246.

4. Эйзенштейн, С.М. Избранные статьи / С.М. Эйзенштейн. – М. : Искусство. – 1956. – 456 с.

## З М Е С Т

### *Прадмова*

#### ***Басова А. И.***

Моделирование системы дополнительного образования  
взрослых в учреждениях Высшего образования . . . . . 4

#### ***Басава Г. І., Салаўёў П. Л.***

Месца дысцыпліны “Маўленчая камунікацыя” ў сістэме падрыхтоўкі  
спецыялістаў па спецыяльнасці перападрыхтоўкі  
“Камунікацыя ў сферы грамадскіх сувязей” . . . . . 7

#### ***Бегункова М. Н.***

Профессиональная этика фотокорреспондентов . . . . . 9

#### ***Вараб’ёў В. П.***

Стратэгіі інавацый у канвергентным асяродку СМІ  
(метадычны матэрыял па раздзелу “Паліталогія журналістыкі”  
дысцыпліны “Тэорыя і метадалогія журналістыкі”) . . . . . 11

#### ***Герасимович О. П.***

Взаимосвязь теории и практики . . . . . 18

#### ***Капцев Вл. А.***

Методические рекомендации по изучению курса  
«Современный литературный процесс» . . . . . 21

#### ***Лук’янюк Ю. М., Шасцярнёва Л. Г.***

Сістэмныя адносіны ў беларускай камп’ютарнай лексіцы . . . . . 27

#### ***Саенкова Л. П.***

Образовательный потенциал «Культурологии»  
как интегративной социогуманитарной дисциплины . . . . . 33

#### ***Сидорская И. В.***

Методические указания к выполнению дипломных работ  
по специальности переподготовки  
«коммуникация в сфере общественных связей» . . . . . 36

#### ***Скорбенко О. Н.***

Социологический компонент в журналистской практике  
(методический материал по разделу «Социология журналистики»  
дисциплины «Теория и методология журналистики») . . . . . 40

***Федотова Н. А.***

Психологическое значение элементов дизайна в печатных СМИ  
(методический материал по разделу “Психология журналистики”  
дисциплины “Теория и методология журналистики”) . . . . . 43

***Харитонова С. В.***

Исторические этапы моделирования  
белорусских газет и журналов для детей . . . . . 46

***Шимолин В. И.***

Фотожурналистика XXI века:  
от какого наследства мы отказываемся? . . . . . 50

Навукова-метадычнае выданне

**МЕТАДАЛАГІЧНЫЯ АСПЕКТЫ  
МАСАВАЙ КАМУНІКАЦЫІ**

*Выпуск 2*

Рэдактар *С.В. Зелянко*

Адказы за выпуск  
*Н.А. Фядотава*

Камп'ютарная вёрстка *І.І. Расюкевіч*

Падпісана да друку 09.10.2013 г. Фармат 60x84/16.  
Ум. друк. арк. 3,47. Ул.-выд. арк. 3,49. Тыраж 100.

---

Звярстана і надрукавана ў вучэбна-выдавецкай лабараторыі  
Інстытута журналістыкі БДУ  
220004, г. Мінск, ул. Кальварыйская, 9.