

*Литература*

1. Дмитриев, Е. И. Журналисты региональных СМИ: социально-демографический портрет / Е. И. Дмитриев // Газета + радио. В помощь редакторам региональных СМИ. – Минск, 2004. – С. 27–49.

**Татьяна Назарова**

*Волгоградский государственный университет  
(Россия)*

## **ФУНКЦИИ ИНТЕРВЬЮ-МОНОЛОГОВ В ЖУРНАЛЕ «РУССКИЙ РЕПОРТЕР»**

Медиахолдингом «Эксперт» в дополнение к материнскому одноименному деловому журналу издается адресованный массовому читателю иллюстрированный журнал «Русский репортер». Цель этого издания можно обозначить как журналистское исследование социального самочувствия населения страны, переживающей идентификационный кризис. В начале 2017 г. после полугодичной приостановки задачи издания были сформулированы более определенно. В программном обращении к читателям главный редактор В. Лейбин сообщил, что редакция наблюдает бум городского активизма в регионах, перемену в общественных настроениях: «Теперь людям нужны не только хлеб и потребительское забвенье, но и интересные занятия, самореализация. И это – наши люди, для них мы работаем. Для вас то есть» [2, с. 1]. Так обозначен принцип отбора сообщений. Не менее определенно обозначена и коммуникативная стратегия издания: редакция обращается к читателю, которому «надоел шум и гвалт в медиа». «Осмысленная, содержательная коммуникация», по мнению В. Лейбина, возможна только в диалоге издания с теми, кто «занят реальным творческим делом». В каждом номере рассказывая о деятельности десятков людей, журнал выполняет ценностно-регулирующую и социально-креативную функции, формулируя и подтверждая фактами систему ценностей социально активной личности, представляя субкультуру волонтерства как массовое, охватившее всю страну движение.

Журнал использует различные механизмы ценностно-нормативного влияния. Основная тактика – демонстрация предпринятого редакцией исследования психологии социально активной личности. «Русский репортер» стремится к предельной достоверности и широко использует интервью как метод и жанр, экспериментируя с его видами. Убедительны циклы коротких интервью-монологов, рассказывающих о творческих

начинаниях разных людей, которые создают несколько авторов, находящихся в разных регионах. Такая форма была апробирована уже в первом номере журнала за 2017 г., использованные в ней приемы пропаганды социальной активности характерны для журнала в целом. Сюжеты цикла «10 героев нашего времени» с характерным подзаголовком «Кто и зачем меняет жизнь вокруг себя» демонстрируют основные тенденции современного активизма и включают несколько одинаковых элементов. Первый – максимально короткие сообщения корреспондентов: ответы на вопросы: кто? (имя автора идеи), где? (название города), что сделал? (в одном предложении изложена суть проекта). Второй – фотография участников проекта, отражающая их деятельность. Третий – монолог респондента-организатора проекта. Монологи строятся по единой схеме: герой (респондент) рассказывает об импульсах, благодаря которым возникла идея, о людях, которые откликнулись и помогли ее воплощению, о целях, об уже пройденном командой пути и о планах на будущее.

Единство циклу придает общая для всех выбранных журналом респондентов мотивация деятельности и оценка результатов. Имеющие разную языковую выраженность, но совпадающие по сути, повторяющиеся в каждом монологе схемы мышления создают у читателя представление о типичных чертах характера современника. И это именно те качества, которые в каждом из номеров «Русского репортера», вышедших в 2017 г., представлены как эталонные. Интерес представляет то, что в результате журнального исследования специфики ценностей субкультуры волонтеров выявлено, что поведение «прогрессоров» определяют традиционные ментальные ценности. Регулирует деятельность всех респондентов цикла интервью-монологов мета-ценность соборности (общинности), по мнению этнопсихологов, свойственная россиянам и заложенная на генетическом уровне как национальная доминанта [4, с. 196]. Индивидуальный успех для героев цикла недостаточен для обретения смысла жизни. Идея единения с другими с гуманитарной целью актуализируется в репликах персонажей. Каждый из авторов проектов оценивает свою работу по двум критериям: учитывается степень общественной полезности, число вовлеченных в деятельность, мера поддержки окружающих.

Объективация константы «соборности» в текстах «Русского репортера» тесно сопряжена с концептом «труд». В монологах респондентов самохарактеристика героев выстраивается с помощью имплицитно выраженного их отношения к труду. Герои цикла – это люди, для которых найденное интересное дело стало главным содержанием жизни. Цен-

ность труда В. И. Карасик рассматривает как доминирующую в отечественной культуре [1, с. 250]. Но отношение к труду может быть разным. Слово «труд» произошло от латинского «трудо» – «принуждаю, заставляю» [5, с. 108]. Журнал акцентирует то, что труд, самостоятельно, свободно выбранный, не воспринимается героями как обязанность, никто не упоминает о напряжении, о потраченных силах, возможность принести добро удовлетворяет потребность в творчестве. Представление о труде связано в сознании героев с ментальной ценностью нестяжательства. В монологах каждого из героев возникает тема работы без оплаты. Труд и деньги в сознании героев чаще противопоставляются: «Вообще у меня такой принцип: если уж начал что-то делать, делай это хорошо. Но не ради денег» [3, с. 13].

Редакция, создавая в циклах интервью-монологов образ «прогрессора», дополняет характеристику с помощью своего объяснения бума социальной активности, эксплицитно выраженного в лиде, вставных комментариях или в своеобразном заключении с пометкой «от редакции». Обычно корреспондентами актуализируются концепты «свобода» и «патриотизм». Подчеркивается свободный характер деятельности авторов проектов: «спонтанно, на энтузиазме, люди сами реализуют свою свободу, а не бюрократический план». По мнению корреспондентов, социальных лидеров сближает желание «жить в России» и «опыт некоторой разочарованности в нашей политической и управленческой системе, в условиях заметной отчужденности государственной системы от общества, они решили не ждать более подходящих условий для обустройства жизни, а взять ситуацию в свои руки и сделать, что возможно, сами» [3, с. 11]. При этом позиция журналистов может оказаться спорной, может противоречить утверждениям героев материала или включенным в текст комментариям специалистов. Например, неорганичной для характеров героев цикла о волонтерах выглядит попытка редакции представить их активность как конфликтную по отношению к государству. Респонденты считают свою деятельность дополняющей государственную социальную политику: «Мы стараемся не переключивать на свои плечи то, что и так может сделать государство, а взять на себя пласт работы, которую не могут выполнить власти» [3, с. 14]. Способность жить и действовать, не рассчитывая на чью-либо поддержку, респонденты считают нормой, а патерналистские ожидания отклонением. Фронтальное изучение всех выпусков журнала за 2017 г. не позволяет сделать вывод о том, что журнал стремится любого мыслящего и деятельного человека представить в оппозиции государственной системе. Хотя в фокусе постоянного внимания редакции личность, отстаивающая свои права в борьбе

с представителями разных ветвей власти, преодолевающая несовершенство законов, позиция журнала представляется более сложной. «Русский репортер», скорее, наблюдает и изучает отношения общества и государства, стремясь объективно оценить деятельность власти и понять пути развития общества и государства в целом. Авторы называют свой метод «журналистским исследованием» и указывают на его рамочную ограниченность, обусловленную спецификой профессии, предупреждая о недостаточной репрезентативности выборок и невозможности однозначных доказательных выводов. Читателю предлагается материал для размышлений, и спорность выводов журналистов способна привлечь внимание общества к поискам новых схем мышления и поведения эффективнее, чем открытая пропаганда социального активизма.

#### *Літэратура*

1. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
2. Лейбин, В. Э. От редактора / В. Э. Лейбин // Русский репортер. – 2017. – № 1. – С. 1.
3. Рыжкова, А. 10 героев нашего времени / А. Рыжкова, Ю. Ахметова, А. Костюковский, Е. Яковлева // Русский репортер. – 2017. – № 1. – С. 10–17.
4. Стефаненко, Т. Г. Этнопсихология / Т. Г. Стефаненко. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 368 с.
5. Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка : в 4 т. / М. Фасмер ; пер с нем. – 2-е изд. – М. : Прогресс, 1986–1987. – Т. 4. – 1987. – 576 с.

**Дзмітрый Нікановіч**

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

## **КІРАВАННЕ КАНТЭНТАМ МЕДЫЯФРАНШЫЗЫ**

У «стагоддзе інфармацыйнай перагрузкі» няпроста стварыць уласнае СМІ «з нуля» – на медыярынку імкліва расце канкурэнцыя. Для станаўлення новага медыярэсурсу звычайна неабходна некалькі гадоў, пры гэтым няма гарантыі таго, што сфарміруецца аўдыторыя, здольная нестыійна звяртацца да яго кантэнту. Таму значна менш затратным і з большай верагоднасцю паспяховым спосабам стаць медыяпрадпрымальнікам можна праз пакупку франшызы ў вядомага брэнда. Рэкламадаўцы, аўтарытэтных журналісты, лідары меркаванняў, а значыць, і масавы чытач, хутчэй аддадуць перавагу не пачаткоўцу, а медыякампаніі, якую ведаюць не толькі ў краіне, але і за яе межамі (часопісы *Esquire*, *Cosmopolitan*, тэлеканал *MTV* і інш.). Часам разам з