

На правах рукописи



Серебряный Роман Александрович

**«ЗАЯВЛЕНИЕ СОЮЗА ЖУРНАЛИСТОВ РОССИИ (СЖР)
КАК ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА
(ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКОЕ СВОЕОБРАЗИЕ)»**

Специальность 10.01.10 — журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Москва

2020

Работа выполнена на кафедре массовых коммуникаций филологического факультета Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов».

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета РУДН **Трофимова Галина Николаевна**.

Официальные оппоненты:

Фролова Татьяна Ивановна, доктор филологических наук (10.01.10), профессор, профессор кафедры периодической печати Московского государственного университета им. Ломоносова;

Баранова Екатерина Андреевна, доктор филологических наук (10.01.10), профессор, профессор факультета коммуникативного менеджмента Российского Государственного социального университета

Ведущая организация:

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «**Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)**» ФГАОУ ВО «ЮУрГУ (НИУ)»

Защита состоится 25 декабря 2020 года в 15.00 на заседании диссертационного совета Д 212.203.23 при Российском университете дружбы народов по адресу: 117198 г. Москва, ул. Миклухо-Макляя, д. 6.

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научном информационном центре (Научной библиотеке) Российского университета дружбы народов по адресу: г. Москва, ул. Миклухо-Макляя, д. 6.

Объявление о защите и автореферат размещены на сайтах: <http://vak.ed.gov.ru/> и <http://dissovet.rudn.ru>.

Автореферат разослан 24 ноября 2020 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета ПДС 0500.003
кандидат филологических наук, доцент



А.Е. Базанова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Постоянный поиск адекватных форм коммуникации между журналистами, общественностью и государством обусловлен особым статусом журналистской профессии. Рост требований к журналистике и её роли в жизни общества связаны с возросшим значением информации в современном медиапространстве. В таких условиях актуализируется и развитие самоуправления и гражданского общества, что влечёт за собой потребность в пересмотре принципов взаимодействия как внутри корпоративного профессионального журналистского сообщества, так и на внешнем медиапространстве. Информационные технологии, приблизившие, благодаря выходу в онлайн сайта Союза журналистов России, журналистов к аудитории, одновременно сделали их общение более прозрачным и взаимозависимым. Понимание важности и многоплановости понятия медиаменеджмента в связи со спецификой и значимостью роли и места журналистики в жизни современного общества. Также привлекают внимание и требуют осмысления продолжающиеся процессы трансформации жанров массовой коммуникации, их конвергентных схождений и синтеза стилевых характеристик.

Актуальность исследования заключается в том, что современные информационные процессы стремительно выводят на первый план профессию журналиста как специалиста, который знает принципы не только информирования, но и воздействия на аудиторию. Поэтому всё острее встает вопрос объединения журналистского сообщества и организации его деятельности на основе принципов медиаменеджмента. Жанр заявления Союза журналистов России в силу своей гибридности и синкретичности обладает перспективным потенциалом как один из важных корпоративных инструментов управления медиасферой.

Цель исследования – выявить жанровые характеристики заявления СЖР в аспекте его влияния на общественное мнение, а также на профессиональную деятельность и корпоративную солидарность журналистов

Задачи исследования:

1. Обозначить специфическую природу деятельности СЖР в аспекте развития медиаменеджмента;
2. Определить роль и место СЖР в реализации современной информационной политики;
3. Уточнить стилевые доминанты жанра заявления в различных коммуникативных ситуациях;
4. Выявить воздействующий языковой потенциал заявления СЖР как инструмента медиаменеджмента.

Объект исследования – заявление Союза журналистов России в ряду всех разновидностей этого жанра, а именно 103 заявления, опубликованные на сайте СЖР в период с 2009 по 2016 гг. Временные рамки исследуемого материала обусловлены особенностями функционирования российской журналистики в этот период и активностью процессов развития саморегулирования через публикацию заявлений СЖР. Все тексты заявлений размещены на сайте Союза журналистов России (https://ruj.ru/news/ruj_statements).

Предмет исследования - жанровая природа и интегративные свойства языковых и стилевых единиц в текстах заявлений СЖР с точки зрения их воздействующего потенциала в контексте медиаменеджмента и всей современной коммуникации.

Степень изученности темы определяется тем, что в практической стилистике русского языка официально-деловые характеристики жанра заявления, его специфика

как заявления о миссии, а также заявления для СМИ изучены достаточно подробно. Исследованиями форм и жанров коммуникации в официально-деловом стиле занимаются О.П. Сологуб, Е.П. Буторина, Л.Ю. Иванов, Т.А. Ширяева Е.О. Клименко, С.П. Кушнерук и другие. Также научному исследованию подверглась деятельность региональных отделений Союза журналистов России и проблемы руководства медиа. На связь новых профессиональных стандартов и этических основ становления российской модели СМИ указывает профессор Е.Л. Вартанова. Об особенностях функционирования норм профессиональной этики журналиста идет речь в исследованиях Т.И. Фроловой, Е.А. Барановой, А.Г. Рихтера, А.И. Анненкова, А.С. Масловой, Г.М. Нуруллиной и др. Так, Е.А.Баранова подчёркивает, что под влиянием активных процессов медиаконференции происходит серьёзная эволюция этических принципов в СМИ.¹ А Т.И.Фролова считает, что «Проблема состоит в том, чтобы обеспечить журналиста и профессиональные сообщества такими ориентирами, одновременно поощряя атмосферу дискусионности и высокой требовательности к журналистам как со стороны потребителя (аудитории), так и корпоративную рефлексию».²

Проблемами медиаменеджмента и формирования новой медиакультуры занимаются зарубежные и отечественные ученые Л.И. Шестёркина, Л.К. Лободенко, А.В. Вырковский, Н.Б. Кириллова, В.Л. Иваницкий, Б.Шерман, Р.Гилес и др. Так, Л.И.Шестёркина и Л.К.Лободенко утверждают, что «три глобальные сферы массовой коммуникации, с одной стороны, имеют свои специфические характеристики, а с другой, испытывают трансформацию и взаимовлияние на различных уровнях».³

Однако за рамками научных интересов до сих пор остается вопрос роли и места Союза журналистов России в современном медиаменеджменте и организации деятельности профессионального журналистского сообщества с помощью заявления СЖР как особого конвергентного жанра.

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые на стыке нескольких гуманитарных научных областей – журналистики, медиаменеджмента и русского языкознания - рассмотрена межстилевая полифункциональность заявления СЖР с точки зрения эффективности его потенциала как действенного инструмента медиаменеджмента, а также дополнен перечень подвидов жанра заявления.

Гипотеза исследования предполагает, что заявление СЖР является гибридным жанром конвергентного характера, имеющим интегративный потенциал в качестве инструмента медиаменеджмента в условиях реализации деятельности профессионального творческого союза как организатора и инфлюенсера медиапроцессов.

Положения на защиту:

1. Межстилевая полифункциональность заявления СЖР обеспечивает степень эффективности его потенциала как действенного инструмента влияния на профессиональную деятельность и корпоративную солидарность журналистов, а также на общественное мнение;

¹ Баранова Е.А. Трансформация этических принципов журналистики в условиях медиаконвергенции // *Медиа альманах*. — 2016. — № 6. — С. 35.

² Фролова Т. И. Журналистская этика: особые ситуации и особые герои // *Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева*. — 2018. — Т. 1, № 1. — С. 169.

³ Шестёркина Л.П., Лободенко Л.К. От медиатекста к медиабренду: к вопросу о взаимодействии журналистики, рекламы и PR в конвергентных СМИ // *Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика*. 2014. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-mediateksta-k-mediabrendu-k-voprosu-o-vzaimodeystvii-zhurnalistiki-reklamy-i-pr-v-konvergentnyh-smi> (дата обращения: 15.11.2019).

2. Трансжанровые характеристики заявления в русскоязычной коммуникации, их отражение и трансформация в заявлении СЖР обусловлены жанровой природой и интегративными характеристиками других видов заявления как жанра современной коммуникации;

3. Синкретизм различных видов заявления, разнообразие и специфика синтеза их языковых и стилевых характеристик подготовили почву для формирования интегративного потенциала заявления Союза журналистов России;

4. Современному медиаменеджменту требуется расширение своих функциональных рамок, так как журналистское сообщество нуждается в объединении и самоорганизации на основе разъяснений общих ценностей, объединяющих журналистов, аудиторию и государство. Координатором, решающим эти важнейшие задачи, которые определяют эффективность медиаменеджмента, должен и может стать Союз журналистов России.

Методология и методика исследования опирается на верификацию теоретических положений и выдвинутых гипотез с помощью таких методов эмпирического исследования, как контент-анализ, дискурс-анализ, сравнительный лексико-семантический, морфолого-синтаксический, а также функционально-стилистический анализ текстов, что позволяет выявить оценочную организационно-побудительную природу заявления Союза журналистов России и определить роль этого жанра в актуальных процессах развития медиаменеджмента в России, а также отдельные методы медиалингвистики. Для формирования эмпирической базы применялся метод сплошной выборки.

Теоретическая значимость диссертации заключается в том, что исследование вносит вклад в междисциплинарные исследования в гуманитарной области знаний, обновляет парадигму теории медиаменеджмента и – через призму выявления жанровых языковых и стилистических доминант – обосновывает включение заявления Союза журналистов России как самостоятельного жанрового подвида в систему жанров массовой коммуникации.

Результаты диссертационной работы имеют **практическую значимость**, как для производства, так и для учебного процесса. В частности, материал исследований может быть полезен при обновлении учебников и учебных пособий, написании спецкурсов по медиаменеджменту, журналистике, массовой коммуникации, языку и стилю СМИ, а также по стилистике современного русского языка. Практическая значимость исследования для журналистской деятельности заключается в разработке конкретных подходов к заявлению СЖР в качестве важного корпоративного инструмента общественного самоуправления.

Научная достоверность исследования обеспечивается опорой на труды авторитетных российских и зарубежных исследователей в области теории журналистики, медиаменеджмента, массовой коммуникации и языкознания, применением методов, адекватных цели и задачам работы, а также обширной эмпирической базой.

Самостоятельный вклад диссертанта заключается в обновлении парадигмы теории медиаменеджмента и - на основании выявления жанровых языковых и стилистических доминант – в теоретическом подтверждении правомерности включения заявления Союза журналистов России в систему жанров массовой коммуникации.

Апробация работы. Отдельные результаты исследования были представлены в рамках Всероссийских научно-практических конференций «Средства массовой

коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы» в 2016 и 2017 гг. Основные положения диссертации нашли отражение в трёх статьях, опубликованных в ведущих научных журналах, индексируемых в международной базе данных Web of Science и отечественной базе данных РИНЦ. В общей сложности по теме исследования опубликовано 5 работ общим объёмом 2,5 п.л.

Поставленные цели и задачи определили структуру исследования, которая состоит из семи параграфов, логически и последовательно распределённых между двумя главами, введения, заключения, списка литературы и приложения всего объёмом 201 страница.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** раскрыта актуальность темы, выявлена степень её научной разработанности, сформулированы цель, объект и предмет исследования, обоснованы задачи, выдвинута гипотеза, представлены основные положения, выносимые на защиту, определены теоретико-методологические основы исследования, раскрыты его научная новизна, теоретическая и практическая значимость, а также подтверждена научная достоверность, показана апробация работы и приведена её краткая структура.

В **первой главе «Особенности функционирования Союза журналистов России под призмой понятия медиаменеджмента»** рассматривается общая ситуация интенсивного перехода общества в цифровое информационное пространство, которая требует от журналистики как от особого социального института изменений в парадигме журналистской деятельности в аспекте корпоративного самоуправления. Об информации в разных её ипостасях размышляют, А.А. Грабельников⁴, И.С. Мелюхин⁵, С.Л. Уразова⁶, В.М. Хруль⁷ и др.

В **первом параграфе «Роль и место Союза журналистов России в процессах медиакратизации»** анализируются растущие тенденции медиатизации общества, которые не только определяют интенсивный рост значимости информационного производства, но и обостряют вопрос профессиональной идентичности журналиста, что, в свою очередь ведёт к необходимости переосмысления роли и места журналиста в современном обществе, а также возможностей организации журналистского сообщества в целях осуществления профессиональной деятельности.

Журналисту отводится в этом деле ключевая роль как профессионалу, который способен обеспечить соответствующий уровень и качество информационного оружия как «мягкой силы». Переход СМИ в цифровое информационное пространство, освоение ими той сферы, которая сегодня объединяет большую часть общества, способствует усилению медиакратизации политики. И ключевыми фигурами этой медиакратизации становятся журналисты как не только проводники, но и организаторы информационного управления через медиа, что делает их непосредственными инфлюенсерами медиакратии. «Эффективность «мягкой силы», или «гибкой власти», использующей механизмы формирования предпочтений и ожиданий других, особенно возрастает в тех

⁴ Грабельников А.А., Волкова И.И., Гегелова Н.С. Организация информационного производства на телевидении: учеб. пособие. М.: Изд-во РУДН, 2008.

⁵ Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. 308 с. (21 век: информация и общество). Библиогр.: С. 205-207

⁶ Уразова С. Л. Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический Аспект // Вестник ННГУ. 2011. №5-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konvergentsiya-kak-faktor-zhiznesposobnosti-mass-media-v-tsifrovoy-srede-teoreticheskiy-aspekt> (дата обращения: 04.11.2019).

⁷ Прохоров Е.П., Пшеничный Г.М., Хруль В.М. Правовые и этические нормы в журналистике. - М., 2004

случаях, когда давление и принуждение утрачивают свою действенность и на первый план выносятся стратегия «непрямых действий»⁸. Некоторые учёные приходят к выводу о том, что медиакратия является составляющей современной ноополитики⁹.

Работа журналиста, которая всегда заключалась в формировании образов и смыслов, а также в подтверждении общезначимых гуманитарных ценностей в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия, выходит на качественно новый уровень и требует от журналистского сообщества перестройки профессионального сознания и новых принципов самоорганизации, для которой немаловажное значение имеет соблюдение правовых и этических норм.

Специфика Союза журналистов России как организации заключается в том, что она объединяет специалистов особой профессии, соединяющей в себе творческое и технологическое начала, имеющей особую значимость в обществе. Журналистов, которые должны не только глубоко быть в курсе правовой сферы жизни общества, но и активно участвовать в поддержании системы сообщений, оценок, знаний о политико-правовых идеях, институтах, нормах и фактах, а также совокупности сведений о праве и всех процессах и явлениях, с ним связанных. Эта поддержка крайне важна для нормального функционирования общества, и укрепления фундамента его экономической и политической жизни. СМИ дают аудитории не только знание правовой нормы, но и ее оценку, одобряющую или не одобряющую требование этой нормы, а также отношение к действиям людей, поступающих в соответствии или вопреки требованию правовой нормы. Результативность этой работы напрямую зависит от знаний, умений и навыков журналиста, его корпоративного единства со всем журналистским сообществом.

Сила воздействия и управления зиждется на добровольном и сознательном выполнении установленных правил корпоративного характера. Причём в связи с особым социальным статусом журналиста в обществе корпоративная солидарность в журналистике имеет непосредственное отношение к профессионализму в работе со всей массовой аудиторией. Важнейшим критерием работы журналиста является его согласие с принятыми в конкретных СМИ нормами и правилами, регламентирующими профессиональное поведение журналиста. Конвергентный журналист неизбежно наделяется возможностями большей самодетерминации и независимости. Однако при этом профессиональная идентичность журналиста требует от него сохранить приверженность ключевым целям и задачам журналистики и её социально значимым функциям.

Распространение посредством СМИ идеалов толерантности, демократии, уважения прав человека в контексте предотвращения опасностей, связанных с предрассудками и дискриминацией, ксенофобией, экстремизмом и терроризмом – это задача, которая определяет идеологию отечественного медиаменеджмента, соответствующую требованиям социальной ответственности журналистики. В задачи и функции профессионально-творческого союза журналистов входит:

- участие в создании необходимых условий функционирования средств массовой информации Российской Федерации, укрепление и развитие материально-финансовой базы, обеспечение профессионально-творческой независимости СМИ;

⁸ Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. М., 2003. С. 76.

⁹ Никонов С.Б. Генезис трансформации медиакратии в ноополитику // Власть. 2014. №7. С. 41.

- защита прав и свобод журналистов, их экономических и профессионально-творческих интересов, авторских и смежных прав, чести, достоинства и деловой репутации;

- сотрудничество с профессиональными союзами, объединяющими журналистов, с отечественными и зарубежными средствами массовой информации;

- развитие системы журналистского образования и повышения профессионально-творческого уровня российских журналистов в современных условиях, содействие внедрению международно признанных профессиональных стандартов журналистики и журналистского образования в российскую практику;

- выработка отечественных профессиональных стандартов и контроль над их соблюдением;

- разработка концепций развития организационно-массовых форм сотрудничества журналистов, средств массовой информации, изучение и распространение практического опыта.

С помощью новых способов саморегулирования Союз журналистов России может повысить роль профессионального сообщества в медиасфере, найдя возможность присоединения к нему многочисленных представителей гражданской журналистики, повысить качество работы журналистов.

Специфика Союза журналистов России как организации заключается в том, что она объединяет специалистов особой профессии, соединяющей в себе творческое и технологическое начала, имеющей особую значимость в обществе. Журналисты должны не только глубоко быть в курсе правовой сферы жизни общества, но и активно участвовать в поддержании системы сообщений, оценок, знаний о политико-правовых идеях, институтах, нормах и фактах, а также совокупности сведений о праве и всех процессах и явлениях, с ним связанных. Эта поддержка крайне важна для нормального функционирования общества, и укрепления фундамента его экономической и политической жизни.

Перспектива деятельности Союза журналистов России как особого медиапредприятия, состоит в том, что, являясь координатором всего профессионального журналистского сообщества, вырабатывает общие профессиональные ценности и положения медиакультуры, способствует укреплению доверия как внутри корпоративного цеха, так и между журналистами и аудиторией – от высших государственных структур до популярных блогеров. Союз журналистов России призван помочь этим создателям журналистского контента в том, чтобы сформировать их профессиональное журналистское самосознание, ввести в суть комплекса эталонных характеристик современного журналиста.

Во *втором параграфе «Медиакоммуникационная природа творческого профессионального союза»* рассматривается производственно-творческий характер журналистского труда в аспекте корпоративной солидарности представителей профессионального цеха журналистов. Автор согласен с мнением Е.Л. Вартановой¹⁰, которая считает, что «учитывая сложность представлений об экономической природе и социальных функциях СМИ, мы предлагаем рассматривать менеджмент СМИ как комплексную сферу, включающую в себя процесс принятия решений на макро- и микроэкономическом уровне для обеспечения эффективного функционирования СМИ

¹⁰ Вартанова Е.Л. Чем управляют менеджеры СМИ? О природе современного медиаменеджмента // Медиаскоп. 2007. Вып. 1. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/чем-управляют-менеджеры-сми-о-природе-современного-медиаменеджмента> (дата обращения: 20.04.2018)

одновременно и как экономического, и как социального институтов».

Коммуникативная деятельность сайта Союза журналистов России (СЖР) реализуется в трех формах: общение (диалог) равноправных партнеров - субъектно-субъектное взаимодействие; управление реципиентом - субъектно-объектные отношения; или подражания - объектно-субъектные отношения, где активный реципиент копирует поведение источника коммуникативного взаимодействия, часто без ведома последнего. Союз журналистов, объединяющий огромное количество творческих личностей также приобретает особую значимость в качестве творческой профессиональной общественной организации, которая формирует необходимые качества личности журналиста. Хранителем и проводником этих ценностей, на базе которых и должна быть организована профессиональная журналистская деятельность в масштабах всех России, становится профессиональный творческий союз. В журналистике основополагающими ценностями являются такие этические и нравственные принципы, как правдивость, объективность, общественная польза, суть которых распространяется на всё общество. «Бескомпромиссные императивы медиаэтики»¹¹, по образному выражению Е.И. Пронина, одинаково важны для всех деятелей в журналистской среде.

Так, журналист становится социальным экспертом, журналистика еще увереннее присваивает себе статус особого социального института, а Союз журналистов как некоммерческая общественная организация приобретает роль главного координатора и медиаменеджера. В условиях активизации деятельности российского гражданского общества саморегулирование становится важнейшей составляющей медиакультуры, на формирование которой Союза журналистов России должен оказывать решающее воздействие.

Процесс изучения журналистского мастерства по своей сути и есть обучение креативному, то есть творческому началу в журналистике. Такой тип профессиональной деятельности основан, по мнению А.А. Грабельникова, И.И. Волковой и Н.С. Гегеловой¹², на производственно-творческом характере журналистского труда. Именно Союз журналистов России способен организовать журналистов для участия в самых различных творческих конкурсах для выявления креативного потенциала.

СЖР может способствовать выработке общих и единых для всего журналистского сообщества норм, правил и регулятивных рекомендаций по управлению деятельностью СМИ, их редакционных коллективов, журналистов как творческих личностей и их профессиональной подготовкой.

Совершенствуя и развивая механизмы саморегулирования, необходимые для осуществления своей миссии, Союз журналистов России (СЖР) становится важным звеном в развитии современного гражданского общества на основе информатизации и цифровизации, а также в обеспечении реализации информационного права, которое становится в России определяющим.

Внутрикорпоративная коммуникация журналистов является необходимым условием частью их профессиональной деятельности. Определяющим в ней является умение налаживать и корректировать взаимосвязь развития профессионально значимых

¹¹Пронин Е. И. «Не утай!» и «Не навреди!» (Императивы медиа-этики и ресурсы медиапсихологии) //Проблемы медиапсихологии-2. М., РИП-холдинг, 2003. – С. 21.

¹² Грабельников А.А., Волкова И.И., Гегелова Н.С. Организация информационного производства на телевидении: учеб. пособие. М.: Изд-во РУДН, 2008.С.79

качеств журналиста и различных видов его деятельности, чему прежде всего и способствует сайт СЖР.

В третьем параграфе «Статус Союза журналистов России в аспекте становления современного медиаменеджмента» деятельность СЖР органично вписывается в теорию медиаменеджмента через всестороннее рассмотрение и обобщение мнений отечественных и зарубежных исследователей, выявление подобий и сходств в функционале медиаменеджмента и такой некоммерческой общественной организацией, которой является Союз журналистов России.

В условиях нарастающей значимости информации в решении неотложных проблем СЖР как неформальная общественная организация может взять на себя коррекцию движения информационных потоков, информационное сопровождение деятельности СМИ, разработку и создание определённых текстов, направленных на преодоление кризисной ситуации. Одним из таких инструментов антикризисного медиаменеджмента является Заявление СЖР. Особой проблемой в деятельности СМИ становится публичность работы журналистов, недостатки которой мгновенно оказываются известны обществу и моментально снижают репутацию СМИ.

Развивая идеи о значении медиаменеджмента, Н.Б. Кириллова определяет предмет медиаменеджмента как систему управления информационной и коммуникационной сферой, влияющей на процесс формирования медиакультуры общества¹³. Еще более существенным становится мнение А.В. Вырковского о том, что «именно сейчас журналистская профессия переживает невиданную ранее гуманизацию, личность журналиста выходит если не на первый план, то уж точно становится одной из ключевых элементов успеха медиа»¹⁴. Не менее определяющими для понимания медиаменеджмента становятся замечания В.Л. Иваницкого об институциональных ценностях как об основе саморегулирования рабочей среды¹⁵. Р. Гилес подтверждает, что: «... медиаменеджмент включает работу с индивидами и группами индивидов для того, чтобы добиться целей газеты. Роли менеджмента включают планирование, организацию, работу с расписанием, распоряжение, контроль – и каждая из этих ролей использует человеческие, финансовые и материальные ресурсы»¹⁶. Наконец, некоторые ученые приходят к пониманию того, что менеджмент не может быть успешным без работы с самими журналистами: А. Альбарран подчеркивает, что медиаменеджмент – «это процесс, с помощью которого индивиды работают с другими людьми и между ними для того, чтобы достичь организационных целей»¹⁷. А.Л. Кюнг обращает внимание на креативность как один из самых важных компонентов управления в медиаменеджменте¹⁸.

Подходы к отечественному медиаменеджменту должны формироваться и разрабатываться с учетом потребностей общества и пониманием важности и значимости роли и места журналиста в обществе. Крайне важно иметь единую консолидированную позицию по многим вопросам и открыто ее заявлять и демонстрировать. Эту миссию и

¹³ Кириллова Н.Б. Медиаменеджмент как феномен управленческой культуры информационной эпохи // Известия Уральск. федерального ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 4 (119). С. 66–74. с.66

¹⁴ Вырковский А.В. Теоретические представления о медиаменеджменте: основные подходы и проблемные зоны [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-predstavleniya-o-mediamedzhmente-osnovnye-podhody-i-problemnye-zony> (Дата обращения - 10.02.18) DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(1). С.29-44.

¹⁵ Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: учеб. пособие. М.: Аспект-Пресс, 2010. с.58

¹⁶ Giles R.H. (1987) Newsroom management: A guide to theory and practice. Indianapolis: R.J. Berg & Company, Inc. P.2

¹⁷ Albarran A. B. Management of electronic media. 4th Edition. -Wadsworth, 2009. P.2

¹⁸ Küng L. (2008) Strategic Management in the Media: Theory to Practice. London: SAGE. P. 144

берет на себя Союз журналистов, действуя от имени и по поручению всех его членов в соответствии с Уставом и другими учредительными документами. Распространение посредством СМИ идеалов толерантности, демократии, уважения прав человека в контексте предотвращения опасностей, связанных с предрассудками и дискриминацией, ксенофобией, экстремизмом и терроризмом – это задача, которая определяет идеологию отечественного медиаменеджмента, соответствующую требованиям социальной ответственности журналистики.

Особый статус Союза журналистов России в современной ситуации определяется возможностью объединения и выработки единой корпоративной позиции внутри журналистского сообщества с целью повышения качества его деятельности и развития самоуправления. Таким образом, творческое профессиональное объединение, коим является Союз журналистов России, в условиях современного развития общества становится необходимым субъектом медиаменеджмента, объединяющим журналистов общими установками и пониманием управленческих решений.

Если регулирование деятельности различных медиаструктур и всего медиарынка в целом, должно остаться за государством, то в части профессиональной подготовки журналистов, поддержки и развития их творческого потенциала, организации широкого медиаобразования именно Союз журналистов может стать той «мягкой силой» медиаменеджмента, которая способна на добровольной основе использовать свой корпоративный ресурс для организации всех профессиональных и самодеятельных журналистов в контексте выработанных журналистским сообществом профессионально-этических ценностей и установок.

В структуре современного медиаменеджмента Союз журналистов Российской Федерации обладает особым статусом, который состоит в объединении и выработке единой позиции внутри журналистского сообщества с целью повышения качества его деятельности и развития самоуправления. Очевидно, что успешность управленческих мероприятий в сфере медиа существенно зависит и от общего настроения в корпоративной идентичности всего журналистского сообщества, и от эффективного взаимодействия журналистов с государством. Отражение принципов медиаменеджмента в текстах заявлений СЖР связано с тем, что в языке и стиле заявлений СЖР ярко проявляются те его характеристики, которые могут способствовать успешной реализации роли Союза журналистов России в осуществлении задач медиаменеджмента.

Вторая глава «Язык и стиль Заявления Союза журналистов России как средства реализации его потенциала в медиаменеджменте» посвящена исследованию

В первом параграфе «Основания и предпосылки для жанровой интегративности заявления в современной коммуникации» рассматриваются основания для различных разновидностей жанра заявления в различных коммуникативных ситуациях

В стандартной официально-деловой коммуникативной ситуации заявление становится шаблонным документом, содержащим обращение какого-либо лица, адресованное организации или должностному лицу.

Согласно концепции жанров М.М.Бахтина каждая сфера использования языка вырабатывает свои относительно устойчивые типы высказываний, сходных по своему тематическому содержанию, стилю и композиционному построению. Каждый такой тип высказываний представляет собой жанр – «типологически устойчивую форму целого

высказывания, устойчивый тип построения целого, кодифицированную форму действия».¹⁹

Исследования форм и жанров коммуникации в официально-деловом стиле демонстрируют широкую многоаспектность. Г.Г. Буркитбаева, Е.В. Каблуков, А.Ю. Попов и О.С. Сыщиков рассматривают официальный дискурс; В. Анисимова, И.А. Гусейнова, Л.Ю. Иванов, И.Б. Лобанов, И.В. Палашевская, Л.В. Рехтин, Фэн Хунмэй занимаются выявлением жанров и типов официальной речи; О.А. Безнаева, М.М. Исупова, Т.А. Ширяева развивают когнитивные исследования официальной коммуникации; коммуникативно-прагматическому изучению речевых произведений посвящают свои труды А.В. Алексеева, Т.Н. Астафурова, З.И. Гурьева, И.С. Лобашевская; исследование деловых и официальных текстов с позиций концептуального анализа интересует Е.О. Клименко; описанию культуры речи и ортологии официальной коммуникации уделяют внимание Л.Ю. Иванов, Т.А. Петрова, Е.Б. Яковлева, П.А. Волошин; С.П. Кушнерук, О.П. Сологуб, Б. С. Шварцкопф выявляют особенности лингвистики делового текста; Н.К. Гарбовский, Т.Р. Канева, В.В. Кузнецова, А.А. Мойсеенко, М.В. Прищепенко, В.В. Радченко, Т.С. Самохина, Г.Н. Смирнов, Е.Д. Степанова, Н.Н. Трошина анализируют межкультурную коммуникацию в деловой и официальной сферах; Н.В. Баско, Л.Ю. Иванов, С.Ю. Федорко исследуют стилистику деловой и официальной коммуникации; М.Н. Панова изучает языковую личность участников официальной коммуникации.

Несмотря на все свои особенности и разновидности, жанр заявления традиционно относится к официально-деловому стилю, хотя, мы склонны согласиться с предложением В. Г. Костомарова выделять не функционально-коммуникативные стили, а конкретные коммуникативные ситуации, в которых конструктивно-стилевые векторы определяют направление и принципы выбора и сочетания языковых единиц²⁰. В продолжение этой идеи О.П. Сологуб и Е.П. Буторина считают назревшим разделение сфер деловой и официальной коммуникации²¹.

PR-потенциал заявления для СМИ подробно рассматривает в своих публикациях Л.В. Балахонская. Она считает, что заявление для СМИ занимает важное место в системе внешних коммуникаций²². В целях сохранения публичного капитала и минимизации репутационных рисков в заявлении для СМИ необходимо раскрыть суть произошедшего, подробно изложить собственную версию инцидента, отразить позицию организации в отношении кризисной ситуации, опровергнуть или подтвердить основные факты и предложить решение возникшей проблемы.

Функционируя в определённой коммуникативной ситуации, речевой жанр заявления о миссии определяется наличием отправителя, получателя, взаимоотношениями между ними, функциями текста, темой и предметом речи, а также представлением и выражением. Дж. М. Свейлз и П.С. Роджерс выделяют его

¹⁹ Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Бахтин М.М. Собр. соч. – М.: Русские словари, 1996. – т.5: Работы 1940-1960 гг. - С.180.

²⁰ См. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: очерки соврем. рус. стилистики /В.Г. Костомаров. - М.: Гардарики, 2005. - 287 с.

²¹ См. Сологуб О. П. Официально-деловой текст в системно-структурном аспекте [Текст] / О. П. Сологуб // Стереотипность и творчество в тексте: сб. науч. тр. - Пермь: Перм. гос. ун-т, 2009. - Вып. 13. - С. 54-63

²² Балахонская Л.В. Жанровое своеобразие заявления для СМИ как PR-текста // Человек в информационном пространстве: сборник научных трудов / Под общ. ред. Н.В.Аниськиной. Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2014. С. 176.

«нерутинность»²³, Т. ван Дейк предлагает причислить его к «элитному дискурсу»²⁴, а другие исследователи считают, что заявление о миссии является главным документом в деятельности организации²⁵, то есть обладает большим организационным эффектом корпоративного характера внутри коллектива и социально значимым эффектом организации общественного мнения для массовой аудитории.

Заявление СЖР, безусловно, можно рассматривать как инструмент корпоративной коммуникации, который организует и формирует систему смыслов, объединённых вокруг медиаинформационного представления Союза журналистов России в общественном восприятии. На формирование его медиаинформационного образа с целью воздействия на массовую аудиторию в целом и на отдельные сегменты этой аудитории направлен и весь арсенал языковых и стилистических средств, свойственных как официально-деловому, так и экспрессивно-публицистическому стилям.

Особую значимость для реализации общественных контактов с помощью заявления пресс-службы приобретает эмоциональный пафос текста, который должен соответствовать настроению целевой аудитории, воспринимающей данный текст. В заявлении речь говорящего обращена не к определенной целевой аудитории, а ко всем группам общественности. Это связано с тем, что не определенная группа людей, а все общество ожидает постоянной ответственности от власти и реакцию на любой значительный процесс или событие, тем или иным образом имеющих отношение к стране.

Заявление СЖР капитализирует не только корпоративную солидарность, но и поддержку журналистов со стороны массовой аудитории, формируя в её представлении высоко этический образ журналиста. В заявлении СЖР соединяются черты его различных жанровых разновидностей, что подтверждает конвергентность заявления СЖР как особого жанра, объединяющего в себе характеристики официально-делового и публицистического стилей, заявления для прессы, заявления МИД и программного заявления.

Выступая по важным поводам преследований журналистов в ситуациях осуществления ими профессиональной деятельности, СЖР капитализирует тем самым не только корпоративную солидарность, но и поддержку журналистов со стороны массовой аудитории, формируя в её представлении высоко этический образ журналиста.

Во *втором параграфе «Жанрово-тематическое своеобразие заявлений Союза журналистов России»* рассматривается

С 1999 по 2016 годы Союза журналистов России опубликовал 103 заявления от имени СЖР за подписью секретариата или председателя. Общее количество заявлений распределилось по годам следующим образом: 1999 – 1, 2000 – 8, 2001 – 12, 2002 – 3, 2003 – 4, 2004 – 2, 2005 – 3, 2006 – 3, 2007 – 4, 2008 – 4, 2009 – 4, 2010 – 9, 2011 – 4, 2012 – 5, 2013 – 11, 2014 – 11, 2015 – 7, 2016 – 8. То есть пики активности выступлений СЖР с откликами на те или иные события пришлись на 2001 (12) и 2014 (11) годы. Все заявления можно разделить на несколько групп: нелегитимное ограничение профессиональной деятельности журналистов, проблемы препятствования работе журналистов в мировом масштабе, юридический аспект журналистской деятельности и законодательная практика, проблемы модернизации экономики СМИ, внутрицеховые

²³ Swales J. M., Rodgers P. S. Discourse and the Projection of Corporate Culture: The Mission Statement // Discourse & Society 1995. № 6. P. 223.

²⁴ Dijk T. A. van 'Editorial: The Discourses of "Bosnia"' // Discourse & Society. 1994. № 5. P. 6.

²⁵ Drohan W. Writing a mission statement // Association Management. 1999. № 51. P. 117.

проблемы корпоративного журналистского сообщества, а также ограничения работы СМИ со стороны государственных органов власти.

Если проанализировать тематику заявлений СЖР за 15 лет, то можно выявить иерархию коммуникативных целей. Больше всего заявлений посвящены нелегитимному ограничению профессиональной деятельности журналистов (51 из 100), то есть заявление СЖР как текст определённого жанра чаще всего направлено на сплочение журналистов и декларацию необходимости свободы их профессиональной деятельности. В 2000, 2001, 2009, 2011 и 2012 гг. таких заявлений было по 3; в 2002, 2004, 2005, 2008 гг. – по 1; в 2003, 2006, 2007 и 2015 гг. – по 2; в 2010 г. – 7; в 2013 г. – 5; в 2014 г. – 4; в 2016 г. – 8. Пик активности приходится на 2010-2011, 2012, 2013 и 2016 гг.

Половина заявлений касается именно проблем свободы слова, прав журналиста на свободное освещение событий и неправомерное притеснение журналистов при выполнении ими своих профессиональных обязанностей. Это полностью соответствует целям и задачам Союза журналистов как профессионально-творческой организации, призванной защищать права и интересы журналистов в выполнении ими профессиональных обязанностей в соответствии с Конституцией Российской Федерации, Закона о СМИ, других законодательных актов и Кодекса профессиональной этики журналиста.

подавляющее большинство из них посвящены осуждению препятствования свободной профессиональной деятельности журналистов, их преследований за их профессиональную деятельность (*«21.12.2004 ... заявляем решительный протест против попыток лиц, якобы тесно связанных с высшими чиновниками исполнительной власти, оказать беспрецедентное давление на местные СМИ»*).

Следующей по частотности темой являются проблемы в деятельности журналистов за пределами России, что говорит о международном масштабе заинтересованности СЖР в том, чтобы права журналистов, связанные с их гражданской миссией, соблюдались во всём мире. В целом этому вопросу были посвящены 16 заявлений (2001 - 3, 2003 - 2, 2004 - 1, 2009 - 1, 2013 - 1, 2014 - 6, 2015 - 2, 2016 - 4), пик активности приходится на 2014 г.

Проблемы юридических оснований работы журналиста в законодательных документах сформулированы в 10 заявлениях СЖР (2000 - 3, 2006 - 1, 2013 - 3, 2014 - 1, 2015 - 2). Пик активности обсуждения этих важнейших вопросов в деятельности журналиста приходится на 2000 и 2014 гг. Например, Союз журналистов активно высказывает свою позицию по поводу законодательной политики, поддерживая деятельность депутатов (*«01.12.2000 приветствует решение Комитетов по бюджету и информационной политики Государственной Думы, прислушавшихся к нашим аргументам и рекомендовавших продлить действие Закона “О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания” до 2002 года.»*).

Девять заявлений были посвящены Союзом журналистов России влиянию экономических проблем на журналистскую деятельность (2000 - 2, 2001 - 3, 2002 - 1, 2005 - 1, 2007 - 1, 2012 - 1). Пик активности приходится на 2001 г. Эти заявления демонстрируют заинтересованность СЖР в стабилизации взаимоотношений бизнеса и журналистики (*«04.04.2001 Попытка захвата телекомпании НТВ, предпринятая “Газпромом”»*).

Крайне важны с точки зрения формирования имиджа журналиста заявления Союза журналистов России, посвящённые внутрицеховым проблемам профессионального характера – 8 публикаций (2001 - 1, 2002 - 1, 2005 - 1, 2007 - 1, 2010 - 2, 2012 - 1, 2015 -

1). Пик активности приходится на 2010 г. Практически программным выступлением можно считать опубликованное 3 мая 2001 г. *заявление СЖР «ЗА СВОБОДУ СЛОВА, ВЕРНОСТЬ ПРОФЕССИИ, ДОВЕРИЕ ОБЩЕСТВА! ПРОТИВ СВОБОДЫ ЛЖИ, ЦЕНЗУРЫ, ДЕВАЛЬВАЦИИ СЛОВА!»*.

Всестороннее изучение заявления Союза журналистов России с точки зрения его жанровых характеристик требует рассмотреть эти тексты сквозь призму общих особенностей журналистских публикаций. К таким особенностям относятся выполнение определённых функций, целей и задач в качестве ключевого участника массовых информационных процессов, соответствие конкретным требованиям, предполагаемые реакции целевой аудитории, специфика оформления и структурирования, наконец, языковые и стилистические средства. В функциональную палитру журналистских текстов входят информирование, формирование общественного мнения, организация, решение конкретных проблем, воздействие, просвещение, воспитание, развлечение. В перечень общих требований к журналистскому тексту входят оперативность, новизна, достоверность, значимость, универсальность, доступность. Например, *30.04.15. Заявление к Дню свободы печати*. Целью данного заявления является привлечение внимания к проблеме свободы слова в мире в настоящее время. Задачи публикации: организовать профессиональное сообщество с помощью декларации общих ценностей и сообщить массовой аудитории о приверженности журналистов *великим принципам свободы, гуманизма и демократии* и крайней необходимости соблюдать их в своей работе. Заявление является оперативным откликом на событие (*Отмечая Всемирный день свободы печати*), его содержание значимо, достоверно и выражено в универсальной и доступной форме. Оно информирует об этом дне как о важном событии и значимо не только для журналистов, но и для всего общества, так как свобода слова является общественной ценностью. Однако не менее значимыми в данном тексте являются функции воздействия, формирования общественного мнения, проверки ценностей и организации журналистов на их общее понимание («...никакая свобода не дает журналисту права лгать, исказить известные ему факты, продавать свое перо за копеечные (и даже – не копеечные) блага»). В тексте прямо декларируется «*право человека знать, решать, думать – самому, а не под чью-то диктовку*». За счёт идентичной ценности для всех сегментов общества текст одинаково интенсивно направлен и на корпоративное журналистское сообщество, и на массовую аудиторию, и на государство. Текст демонстрирует возвышенность пафоса и эмоциональную интонацию, которые обеспечиваются обилием оценочных эпитетов (*жесточкий опыт*), олицетворений (*диалог срывается на крик*) и синтаксических риторических фигур (*Мир сложнее войны. Мир ценнее войны.*). С помощью прямых обращений к журналистам текст становится не только полезным, объединяющим корпоративным посланием, но и текстом формирующим представление о журналисте и журналистике. Композиция текста способствует выполнению функций и требований, для чего используется структура смешанной пирамиды, так как главная мысль изложена в начале, но также присутствует кульминационный момент в середине изложения, где авторы публикации возвращаются к заявленной проблеме. В логической структуре текста также присутствуют все необходимые элементы (ввод в проблему, изложение тезисов, аргументация, рекомендация и образный ориентир). По уровню осмысления и публикация принадлежит к типу «символизация» (типизация) и обладает чертами журналистского жанра комментария, но с ярко выраженной публицистической интонацией. Риторика текста направлена на убеждение и выражение оценки.

В заявлении СЖР соединяются черты различных разновидностей жанра заявления, что подтверждает конвергентность заявления СЖР как особого жанра, объединяющего в себе характеристики официально-делового и публицистического стилей, заявления для прессы, заявления о миссии, заявления МИД и программного заявления. Рассматриваемый жанровый подвид заявления одновременно регулирует коммуникативное взаимодействие в нескольких направлениях, благодаря своей конвергентности, и может оказывать воздействие на жизнь современного российского общества.

Исследование жанра заявления Союза журналистов России с точки зрения его соответствия общим требованиям к публицистическому медиатексту и реализации его публицистических функций решает проблему значимости заявления СЖР в аспекте поддержки профессиональных этических норм в журналистской среде.

К жанровому своеобразию заявления СЖР следует отнести доминантную роль функции формирования и поддержки ценностных ориентиров профессионального сообществ, а также организационно-побудительной функции, которая свойственна всем текстам подобной направленности.

Заявление СЖР как гибридный жанр представляет собой одновременно официально-деловое и публицистическое послание, которое сочетает в себе два типа информации: ту, что хочет донести сама организация, и ту, которую ожидает аудитория. Эффективность жанра заявления в системе массовых коммуникаций усиливается за счёт возможности создать у аудитории впечатление непосредственного контакта. Гибридная природа жанра заявления позволяет говорить о расширительных возможностях его использования в рамках деятельности Союза журналистов России в качестве инструмента корпоративного управления, демонстратора этических ценностей профессиональной журналистской культуры и средства антикризисной информационной политики.

В *третьем параграфе «Многовекторность формата заявления (функционально-репрезентативные особенности)»* анализируется специфика жанра с точки зрения выполнения общественно значимых задач.

Сегодня именно журналистика усиливает свои лидирующие позиции вплоть до возникновения нового понятия – медиакратия. Также обостряется и ответственность журналистов за сказанное ими или напечатанное слово. Эту ситуацию в различных аспектах изучают современные медиалингвисты, в частности Т.Г.Добросклонская²⁶, М.В. Иванова²⁷, Н.И. Клушина²⁸ и другие. В связи с этим в современной ситуации возрастает и значение медиаменеджмента, изучение которого стало актуальным в современной теории журналистики. Так, к вопросам управления журналистской деятельностью обращаются Е.Л.Вартанова²⁹, А.В.Вырковский³⁰ и другие.

²⁶ См. Добросклонская Т.Г. Методы анализа видео-вербальных текстов // Медиалингвистика. — 2016. — №2(12). — С. 13-25.

²⁷ См. Иванова М.В. «Публицистика и постпублицистика» // «Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия». Сб. материалов международной научно-практической конференции. М., 2018, стр. 195-196

²⁸ См. Иванова М.В., Клушина Н.И. Нормы в массмедиа: когнитивный аспект // Вопросы когнитивной лингвистики. 2018. №2, стр. 5-12.

²⁹ См. Вартанова Е. Л. Чем управляют менеджеры СМИ? О природе современного медиа-менеджмента [Электронный ресурс] // Медиаскоп. — 2007. — № 1. — Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/node/197>.

³⁰ См. Вырковский А. В. Теоретические представления о медиаменеджменте: основные подходы и проблемные зоны // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5, № 1. — С. 29-44. — DOI : 10.17150/2308-6203.2016.5(1). С29-44.

Заявление как жанр публичного выступления от имени Союза журналистов России становится не только риторическим посланием, но и программно ориентированным высказыванием, определяющим позицию всего творческого и профессионального Союза журналистов России. И в этом смысле заявление может быть отнесено к сфере как общественно-политического, так и публицистического дискурса, в чем и состоит его своеобразие.

В аспекте политической коммуникации заявление СЖ как программное выступление можно определить как особый, содержательно обусловленный жанр политической коммуникации, который является типологической разновидностью программного жанра. Высокий стиль активно используется в заявлениях СЖР с целью придания тексту пафоса возвышенной эмоциональности. Для риторического анализа и дискурсивной оценки заявления СЖ как программного выступления можно выделить совокупность критериев, к которым относятся системность содержания, содержательная цельность и риторическая (жанровая) уместность, проявление в тексте соответствующих целевых установок и мотивации, характер аргументации и соотношение эвокативных функций дискурсивного действия, специфика проявления категорий логоса, этоса и пафоса, жанрово-стилистические особенности воплощения речевого замысла, а также дискурсивная значимость заявления Союза журналистов в качестве программного выступления руководства Союза как представителя профессионально-творческого объединения.

Отражение принципов медиаменеджмента в текстах заявлений СЖР связано с тем, что в языке и стиле заявлений СЖР ярко проявляются те его характеристики, которые указывают на роль Союза журналистов России в реализации медиаменеджмента. Очевидно, что успешность управленческих мероприятий в сфере медиа существенно зависит и от общего настроения в корпоративной идентичности всего журналистского сообщества, и от эффективного взаимодействия журналистов с государством.

В связи с особым социальным статусом журналиста в обществе корпоративная солидарность в журналистике имеет непосредственное отношение к профессионализму в работе со всей массовой аудиторией. Важнейшим критерием работы журналиста является его согласие с принятыми в конкретных СМИ нормами и правилами, регламентирующими профессиональное поведение журналиста. Конвергентный журналист неизбежно наделяется возможностями большей самодетерминации и независимости. Однако при этом профессиональная идентичность журналиста требует от него сохранить приверженность ключевым целям и задачам журналистики и её социально значимым функциям.

Например, *заявление к Дню свободы печати* опубликовано на сайте Союза журналистов России 30 апреля 2015 года. Целью данного заявления является привлечение внимания к проблеме свободы слова (и печати) в мире в настоящее время, а также стимулировать дальнейшие действия по ее решению. В тексте наблюдается большое количество лексем высокого стиля, эпитетов, сравнений и экспрессивных повторов, формирующих интонацию возвышенного пафоса. Используется большое количество художественных средств выразительности (эпитеты, сравнения, метонимии и др.). Главным выразительным и воздействующим приемом является лексико-синтаксический повтор. С помощью этих языковых средств в тексте формируется скрытый призыв к однозначной отрицательной оценке нарушений свободы слова и к объединению всех журналистов в понимании проблемы «провокационных» материалов,

которые демонстрируют несовершенство законодательства и бессмысленность информационных войн.

В тексте имеются метафоры («мы склоняем голову»; «Именно в нее летят первые пули со стороны произвола, мракобесия, обскурантизма.»), эпитеты («жестокий опыт»), устойчивые выражения («луженая глотка»), повторы («именно она», «именно ее»; «мы можем придерживаться», «мы можем следовать», «но мы не можем превращать себя...»; «мир сложнее войны» / «мир ценнее войны/»). Кроме того, текст заканчивается скрыто выраженным призывом «Осознать это сегодня опять становится самым главным».

13 ноября 2016 года на сайте было опубликовано *Заявление Союза журналистов России в связи с нападением на журналистов телеканала LIFE*. Формат публикации соответствует схеме короткой информационной заметки с элементами публицистической экспрессии. Наряду с официально-деловыми клише («нанесен ущерб здоровью», «подверглись нападению») в тексте описаны подробности события, присутствуют эмоционально окрашенные выражения «мы считаем недопустимым», «Союз журналистов России призывает», а также лексические повторы и синтаксические фигуры градации. Текст заканчивается лаконичным прогнозом ситуации, что тоже характерно для журналистской публикации.

Жанр заявления раздвигает жанрово-стилистические границы, переходит из официально-делового стиля в публицистическое пространство медиакommunikации, становится эмоционально насыщенным, а заявление Союза журналистов России, приобретая еще и функции регулятора профессиональной деятельности, занимает в этом пространстве особое место. Его отличительными чертами становятся сочетание публицистического пафоса, официальности, воздействующей оценочности, эксплицитно и имплицитно выраженных призывов к корпоративной солидарности. Стилистика воздействия, дискурсные характеристики, выбор события, оценочная и экспрессивная лексика, эксплицитное и имплицитное выражение оценки в таком заявлении позволяют формировать общественное мнение корпоративного сообщества.

В условиях развития актуальных процессов в профессиональной журналистской среде при объективном усилении роли СМИ в формировании и функционировании информационного медиапространства, стало возможным рассмотреть возможности жанра заявления как действенного инструмента формирования корпоративной солидарности журналистов. Проведенный анализ заявлений Союза журналистов России показал, что стилистика жанра опирается на сочетание жанровых характеристик нейтрального официально-делового стиля и публицистической речи, модально насыщенной и выразительной, что расширяет палитру воздействия и усиливает его эффективность, а также позволяет выработать общую позицию журналистского сообщества по важным вопросам профессиональной деятельности. При этом важно подчеркнуть возможности данного жанра в медиаменеджменте, так как сайт Союза журналистов России является главным интернет-ресурсом, координирующим и направляющим интересы журналистов. Сохраняя ключевые свойства официально-делового речевого стиля, заявление Союза журналистов России становится гибридным жанром публицистической направленности. К жанровому своеобразию заявления СЖР следует отнести доминантность функции формирования и поддержки ценностных ориентиров профессионального сообщества, а также организационно-побудительной функции.

В четвёртом параграфе «Языковые и стилистические средства реализации целей и задач медиаменеджмента в Заявлении Союза журналистов России» подробно разбираются разнообразные языковые, речевые и стилистические средства воздействия на всех уровнях языковой системы.

Речевой образ Союза журналистов России, формирующийся в его заявлениях, отражает специфику этого жанра, заключающуюся в многосторонности, гибридности и конвергенции нескольких стилей речевого поведения. На языковом уровне это проявилось в изобилии слов, обладающих сильной патетической экспрессией, принадлежащих к высокому книжному стилю. Модус возвышенности и воздействует не только на разум, но и на чувства аудитории, будь то представители корпоративного цеха журналистов или те, кто потребляет журналистский медиапродукт. Также часто присутствует ирония, оценочность в целях формирования ценностного пространства, объединяющего профессиональный мир журналистов и всё общество в целом.

Предметно-сущностное рассмотрение реализации данных функций связано с подробным языковым анализом текста заявления. К жанровому своеобразию заявления СЖР следует отнести доминантную роль функции формирования и поддержки ценностных ориентиров профессионального сообщества, а также организационно-побудительной функции, которая свойственна всем текстам подобной направленности. Высокий стиль активно используется в заявлениях СЖР с целью придания тексту пафоса возвышенной эмоциональности. Речевой образ Союза журналистов России, формирующийся в его заявлениях отражает специфику этого жанра, заключающуюся в многосторонности, гибридности и конвергенции нескольких стилей речевого поведения. На языковом уровне это проявилось в изобилии слов, обладающих сильной патетической экспрессией, принадлежащих к высокому книжному стилю. Модус возвышенности и воздействует не только на разум, но и на чувства аудитории, будь то представители корпоративного цеха журналистов или те, кто потребляет журналистский медиапродукт. Также часто присутствует ирония, оценочность в целях формирования ценностного пространства, объединяющего профессиональный мир журналистов и всё общество в целом.

Двойственная жанровая природа заявления СЖР подтверждается, прежде всего, своеобразием функционирования в них языковых и стилистических средств. Все они являются имплицитным способом воздействия на получателей данного послания, среди которых определяются три основные группы: журналисты, государство и общество. Например, использование словосочетания «*склоняем голову*» призвано продемонстрировать единство журналистов, стилистический повтор «*Мир сложнее войны. Мир ценнее войны...*» объясняет для массовой аудитории значимость общечеловеческой ценности, разделяемой журналистами, а высказывание «*...цена нашего слова, и все чаще оплачивается оно чьими-то слезами и кровью.*» направлено косвенно к тем, кто может предотвратить эту ситуацию, а именно, государственные структуры.

Своеобразно и сочетание высокого и низкого стиля текста: с одной стороны, «*в нее летят первые пули со стороны произвола, мракобесия, обскурантизма*»; «*унизить и обогатить, дискредитировать*», - а с другой, - просторечное устойчивое выражение «*лужёная глотка*». Возвышенный пафос достигается синтаксическим повторением «*Мы можем придерживаться... Мы можем следовать... мы не можем превращать*», противопоставлением «*Мы можем следовать... мы не можем*», а также утверждений, усиленных местоименным выражением «*всё равно*», «*только*» и т.д.

«...информационных войн, на полях которых все равно в конечном итоге окажутся только побежденные.» - 30.04.2015. Заявление Союза журналистов России во Всемирный день свободы печати.

Обширным ресурсом экспрессивности является использование оценочных эпитетов высокого стиля (*беспрецедентная, скандальная, позорящая*), превосходной степени прилагательных (*грубейшим образом нарушает - 09.10.2000 г. Борьба за свободу слова отныне будет вестись в полном секрете*).

Вообще высокий стиль активно используется в заявлениях СЖР с целью придания тексту пафоса возвышенной эмоциональности (*удручает готовность*).

Также в текстах заявлений важную роль играют устойчивые выражения из лексико-семантической группы общественно-политических клише (*на магистральных путях демократии, цивилизации, процветания и прогресса; дух разрушения и вседозволенности; атаки на свободу слова; уважать себя, своих коллег, свой труд, своих читателей - 03.05.2001 г. За свободу слова, верность профессии, доверие общества! Против свободы лжи, цензуры, девальвации слова!*).

В то же время в заявлениях одновременно функционируют метафористические просторечия (*...оседлает местный бюджет, либо окажется во власти денежных мешков с неясными целями...*) и официально-деловых клише (безотлагательно рассмотреть сложившуюся ситуацию). Имеются и прямые заявительные конструкции открыто убеждающего характера (*Ещё немного – и будет поздно! - 01.01.2015 г. Обращение Союза журналистов России в связи с принятием закона о кабельных сетях*).

В заявлениях постоянно наблюдаются сочетания сниженной лексики (*заткнуть уши и рот общества*), экспрессивных метафор (*разжечь костёр конфликта*) и стандартизированных конструкций (выразить свой протест и осудить преступные действия - *01.03.2016 г. Террористы атакуют журналистов. Заявление Союза журналистов России и Союза журналистов Москвы*). Такое совмещение языковых выразительных средств различных стилей демонстрирует конвергентность жанра заявления СЖР и на языковом уровне, что обеспечивает разновекторность направлений воздействия.

Стремление подчеркнуть корпоративность проявляется в выборе глагольных средств для выражения действий Союза журналистов России как единого организма, коллективного актора (*приветствует решение, Союз журналистов призывает - 01.10.2013. Заявление Союза журналистов России «Провокации против СМИ не могут быть основанием для изменения законодательства. Провокаторы должны быть выявлены и наказаны»*). При этом, как каждый живой персонаж, СЖР высказывается не только в разговорном, но и в возвышенно книжном стиле: *«выражаем возмущение в связи с избиениями журналистов», «расцениваем как попытку воспрепятствовать осуществлению» - 02.12.2013 г. Заявление Союза журналистов России в связи с избиениями журналистов, освещающих массовые акции в Киеве.* СЖР может высказываться эмоционально (*глубоко опечалены*), изречать глубокомысленные сентенции (*Свобода печати как воздух, когда она есть, она незаметна, когда ее нет – начинаешь задыхаться - 03.05.2014. Заявление Союза журналистов России по случаю Всемирного дня свободы печати*). В своих заявлениях Союз журналистов России может высказываться достаточно резко (*оскорбительным назначением, вам нагло врут*) и иронично (*...чья деловая репутация, равно как и «преданность» интересам России, слишком хорошо известны - 04.04.2001 г. Заявление*

Союза Журналистов России). Характерной особенностью является использование устаревших возвышенных лексем (*злокозненность, вопиюще, с апломбом* - 09.03.2016 г. *Заявление Союза журналистов России в связи с программой «Должники Госдепа» на НТВ*).

Конкретные образцы заявлений СЖР демонстрируют их схожесть с публицистическими медиатекстами по цели, задачам, функциям, структурным компонентам и их взаимодействия в тексте. Среди определенных языковых и стилистических средств выделяются оценочная лексика, эмоционально окрашенная разговорность синтаксиса, оксюмороны, противопоставления, риторические вопросы и т.д. С помощью таких языковых и стилистических средств заявление СЖР формирует устойчивое негативное отношение к нарушителям Кодекса профессиональной этики российского журналиста. Заявление Союза журналистов России может стать эффективным средством привлечения внимания к корпоративной солидарности и прямым призывом к соблюдению корпоративной этики. Благодаря своим ярким языковым, речевым и стилевым средствам, заимствованным из официально-делового и публицистического стилей, заявление СЖР является адекватным и эффективным способом презентации, трансляции и демонстрации обществу установок и требований к журналистскому сообществу и консолидации его позиции для продуктивного взаимодействия с государством и обществом.

В **заключении** подводятся главные итоги исследования и сделан вывод о том, что предложенная гипотеза и положения, выдвинутые на защиту, нашли своё достоверное подтверждение.

Список литературы включает 234 источника, из них 57 — на иностранных языках. В **приложении** представлены материалы, вошедшие в выборку для комплексного исследования.

ПУБЛИКАЦИИ АВТОРА ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Заявление Союза журналистов России: тематика и специфика жанра // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 10 ноября 2016 г. – Москва: РУДН, 2016 г. С. 68-73
2. Статус Союза журналистов России в аспекте становления структуры современного медиаменеджмента // Медиаскоп. 2018. Вып.3. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2480> DOI: 10.30547/mediascope.3.2018.16
3. Многовекторность формата заявления (жанрово-репрезентативные особенности). Филологические науки. Научные доклады высшей школы. 2019. № S1. С. 30-36. DOI: [10.20339/PhS.SPI-19.030](https://doi.org/10.20339/PhS.SPI-19.030)
4. Языковые средства решения проблемы профессиональной этики в Заявлении СЖР // Медиаскоп. 2020. Вып. 2. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2618>
5. Современная специфика деятельности профессионального творческого Союза, на примере сайта Союза журналистов. Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы : Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 10 ноября 2017 г. – Москва: РУДН, 2017 г. С. 185-190

Серебряный Роман Александрович (Россия)

«Заявление Союза журналистов России (СЖР) как инструмент современного медиаменеджмента (жанрово-стилистическое своеобразие)»

В работе представлено комплексное исследование жанровой природы и интегративных свойств языковых и стиливых единиц в текстах заявлений СЖР в контексте современной коммуникации и их воздействующего потенциала. Автор подчёркивает возможности данного жанра в медиаменеджменте, обосновывая значимость Союза журналистов России, координирующего и направляющего общую позицию журналистского сообщества по важным вопросам профессиональной деятельности. Актуальные процессы в профессиональной журналистской среде, объективное усиление роли СМИ в формировании и функционировании информационного медиапространства, позволяют автору рассмотреть возможности этого жанра как действенного инструмента формирования корпоративной солидарности журналистов. Проведенный автором анализ заявлений Союза журналистов России позволяет доказать, что стилистика жанра опирается на сочетание жанровых характеристик нейтрального официально-делового стиля и публицистической речи, модально насыщенной и выразительной, что расширяет палитру языковых средств речевого воздействия и усиливает их экспрессию. Сохраняя ключевые свойства официально-делового речевого стиля, заявление Союза журналистов России становится полифункциональным гибридным жанром публицистической направленности, что существенно повышает его потенциал как инструмента корпоративного объединения журналистов и выработки единой оценочной позиции всего журналистского сообщества.

Roman Serebryanyj (Russia)

"Statement of the Union of Journalists of Russia (UJR) as a tool of modern media management (genre and stylistic originality)"

The paper presents a comprehensive study of the genre nature and integrative properties of linguistic and stylistic units in the texts of statements of the SJR in the context of modern communication and their influencing potential. The author emphasizes the possibilities of this genre in media management, substantiating the importance of the Union of Journalists of Russia, which coordinates and guides the common position of the journalistic community on important issues of professional activity. Actual processes in the professional journalistic environment, the objective strengthening of the role of the media in the formation and functioning of the information media space, allow the author to consider the possibilities of this genre as an effective tool for the formation of corporate solidarity among journalists. The author's analysis of the statements of the Union of Journalists of Russia makes it possible to prove that the style of the genre is based on a combination of genre characteristics of a neutral official business style and publicist speech, modally rich and expressive, which expands the palette of linguistic means of speech influence and enhances their expression. Retaining the key properties of the official-business speech style, the statement of the Union of Journalists of Russia is becoming a multifunctional hybrid genre of journalistic orientation, which significantly increases its potential as a tool for corporate association of journalists and the development of a single evaluative position of the entire journalistic community.