

19. Weaver D., Wilhoit C. G. The American Journalist. Bloomington, 1986.  
20. Westerstahl J. Objective News Reporting // Communication Research. 1983. № 10 (3). P. 403–424.

*Статья поступила в редакцию 15. 01. 2011 г.*

УДК 378.4(470.5) + 070.42 + 323

**Г. В. Бурмистров**

### **ВЫПУСКНИКИ ЖУРФАКА УрГУ В ПОЛИТИКЕ**

Статья посвящена проблеме подготовки кадров факультетом журналистики УрГУ. Автор пытается проследить судьбы, закономерности в карьерах выпускников факультета, непосредственно связавших свою деятельность с политической сферой.

**Ключевые слова:** политика, политические акторы, профессия, журналистика, журналисты в политике, карьера, средства массовой информации.

Современное образование, как и остальные социальные сферы, подчиняется законам рынка. Применяя маркетинговую парадигму, проследим судьбы, закономерности в карьерах выпускников факультета журналистики УрГУ (далее — выпускники), непосредственно связавших свою деятельность с политической сферой.

К сожалению, сегодня нет устойчивой коммуникации с лицами, закончившими журфак УрГУ. Поэтому наиболее сложными были процесс выбора методики сбора информации и непосредственно сбор первичной информации о профессиональной деятельности выпускников. В качестве источников информации выбраны базы данных Интернета и опрос экспертов.

#### **Дефиниции и подходы**

Рассмотрим политику в общем виде как социальную деятельность, направленную на сохранение или изменение существующего порядка распределения власти и собственности в государственно-организованном обществе [3, 251–256], а также как сферу социальной системы, которую формируют политические акторы [Там же, 273–277].

Современные исследователи выделяют несколько ролей прессы, которые отвечают за разные сферы жизнедеятельности общества. Выполняя одну из таких социальных ролей, журналистика как часть социальной сферы формирует определенную идеологию в обществе, т. е. выполняет политические функции. Происходит трансформация, наложение журналистики и политики. «Журналистика в целом и продукты данного вида деятельности в частности занимают

---

БУРМИСТРОВ Георгий Владимирович — соискатель кафедры периодической печати Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: Burmistrovg@mail.ru).

© Бурмистров Г. В., 2011

в человеческой культуре особое место. В связи с тем, что техническая оснащенность, объем информации, образовательный уровень общества в последние годы резко возросли, а социальные связи в 90-е годы в силу известных причин стали многограннее, зачастую менялся и “культурологический” статус средств массовой коммуникации в целом» [2, 262].

Предметом нашего рассмотрения станет деятельностный аспект: социальная практика, политическое поведение журналистов-выпускников в сфере политики. Можно выделить следующие ролевые функции выпускников журфака УрГУ как субъектов политики: журналист-депутат, журналист-чиновник, журналист — руководитель СМИ, журналист — политический обозреватель, журналист-политконсультант, журналист — политический деятель.

### **Журналист-депутат**

Политическую партию «Журналисты» выпускники представляют на федеральном, региональном и муниципальном уровнях власти. Журналисты перекавалифицируются в депутатов представительных органов государственной и муниципальной власти. При обзоре «журналистской квоты» в различных уровнях власти выявляется закономерность: чем выше компетенция и уровень власти, тем меньше депутатских мандатов достается уральским журналистам. Например, поработать на федеральном уровне удалось только Александру Школьнику (в Совете Федерации).

На региональном уровне принимала областные законы депутат Свердловской областной думы Татьяна Мерзлякова. В работе законодательных органов власти на муниципальном уровне журфаковцы принимают более активное участие. Как известно, чем выше должность, тем больше конкуренция на открывшуюся вакансию.

Алгоритм получения журналистом депутатского мандата: карьера в СМИ (от корреспондента до главного редактора) — участие в выборной кампании — депутатский значок. Например, Т. Мерзлякова после окончания факультета журналистики УрГУ в 1979 г. работала корреспондентом, затем — заводделом экономики, а потом — главным редактором газеты «Режевская весть» (г. Реж). Делегат XXVIII съезда КПСС. В 1996 г. избрана депутатом Свердловской областной думы.

В депутатской деятельности журналисты-депутаты не забывают профессионального прошлого — свободно общаются с прессой, не боятся публичных выступлений. Как правило, в законодательных органах они курируют социальную проблематику. Та же Т. Мерзлякова была заместителем председателя Комитета по социальной политике Свердловской областной думы. Помнят журналисты-депутаты и наставников. «Маргарита Михайловна Ковалева, историк отечественной журналистики, — мой главный учитель из известных свердловчанам. Превзойти ее и не пыталась», — с благодарностью вспоминает Т. Мерзлякова [4].

Журналист-депутат в электоральном сознании сходен с образом политика-борца за правду. Посредством СМИ избирателям внушается агитационный месседж: журналист разоблачает, борется за правду, выявляет и доводит до общественности «скрываемую» информацию, защищает «слабых». Журналист-

депутат так же, как и политик, — борец за правду: борец с несправедливостью, защитник слабых и обездоленных. Власть сегодня посредством самих же журналистов формирует другой востребованный обществом стереотип политика: сильный политик, способный навести порядок и обеспечить безопасность и стабильность, желателен сотрудник спецслужб, силовых структур. Пока не поменяется этот политический тренд, представителям журфака УрГУ будет затруднительно получить депутатские мандаты.

### Журналист-чиновник

Поменять репортерский блокнот на кресло бюрократа рискнуло порядка десятка уральских журфаковцев. Алгоритм карьеры журналиста-чиновника: пресс-секретарь органа власти — руководитель этой пресс-службы — чиновник высокого ранга.

Показателен должностной рост журналиста-чиновника Александра Левина. С 1991 г. — пресс-секретарь главы администрации Свердловской области Э. Росселя. С избранием Росселя председателем Облдумы становится руководителем пресс-службы этого законодательного органа, с 1995 г. — руководителем пресс-службы губернатора Свердловской области. В 1997 г. назначен директором Департамента информации губернатора, в 2005 г. — руководителем администрации губернатора Росселя. Схожий путь у Олега Грачева (первый вице-губернатор Челябинской области), Руслана Бабицина (руководитель Департамента общественных связей Ханты-Мансийского автономного округа-ЮГРА), Алексея Сотскова (замглавы администрации губернатора Свердловской области), Сергея Парфенова (сотрудник аппарата полномочного представителя Президента РФ в УрФО), Константина Пудова (пресс-секретарь главы администрации г. Екатеринбург), Александра Соловьева (помощник главы г. Нижний Тагил), Оксаны Маковеевой (пресс-секретарь Правительства Свердловской области), Юлии Прытковой (директор Департамента информационной политики губернатора Свердловской области).

Журналисты-чиновники дослуживаются до должностей, квалифицированных в отечественном законодательстве как категория «Б»: первых замов губернатора, руководителей департаментов губернатора, руководителей пресс-служб правительств или мэров. Перейти в более привилегированную категорию, приравненную к категории «А» (федеральный министр, губернатор), или стать мэром пока журналистам-чиновникам не удастся. Журналисты-чиновники подобны слуге Санчо Пансе при Дон Кихоте — рядом с тронем бюрократической иерархии, но не на нем.

Карьерный рост чиновника-журналиста зависит от взаимоотношений с первым лицом и успехов последнего. Пресс-секретарь становится ближайшим соратником губернатора или мэра. В случае низвержения первого лица — Дон Кихота в отставку вынужден уйти и чиновник-журналист — Санчо Панса. После поражения на выборах главы г. Нижний Тагил Н. Диденко в отставку ушел Александр Соловьев. С уходом губернатора Свердловской области Э. Росселя отстранен от руководящей должности Александр Левин.

Карьера журналиста-чиновника позволяет взлететь к властным вершинам, но не на самую вершину. Подобно известной поговорке: чем выше журналист-чиновник взлетает, тем больше падает. Неожиданные и скорые отставки журналистов-чиновников — часть карьерного риска. Показателен случай из биографии Алексея Сотскова. *«В ноябре 2009 года, после назначения на пост губернатора Свердловской области Александра Мишарина, Сотсков занял пост в администрации главы региона. Предполагалось, что он будет отвечать за общественные связи Александра Мишарина с регионом, страной и всем миром. Но почти год работы Сотскова показал, что с поставленной задачей он справляется, мягко говоря, не вполне успешно. На посту заместителя руководителя губернаторской администрации он не смог выстроить взаимоотношения главы региона с общественностью и журналистами, не принимал самостоятельных решений и фактически был отстранен от сколько-нибудь важных задач»* [5].

### **Журналист — руководитель СМИ**

В качестве руководителя средства массовой информации журналист может оказывать существенное влияние на политику. Мы прекрасно помним, что именно журналисты «завалили» Ричарда Никсона, который в 1960 г. баллотировался на пост Президента США. Хорошо известны приемы, когда руководители СМИ актуализировали определенные политические темы или, наоборот, «замалчивали» их, побуждая реципиентов к действию или бездействию. Роль СМИ в политическом процессе понимают и руководители оппозиционных партий в России, которые не раз заявляли, что преодолеть «проходной барьер» им мешает бойкот центральных СМИ.

Обзор профессионального роста выпускников показывает, что уральская школа журналистики успешно готовит руководителей региональных СМИ. На капитанских мостиках ведущих региональных СМИ не одно десятилетие стояли: в Свердловской области — Иван Малахеев (газета «Уральский рабочий»), Челябинской области — Борис Киришин (газета «Челябинский рабочий»), Пермском крае — Сергей Трушников (газета «Звезда»). И сегодня порядка трех десятков руководителей региональных влиятельных СМИ имеют уральские корни.

Можно говорить о фирменном стиле выпускников журфака УрГУ при подаче политических материалов: необычность, новизна, авторский стиль, объективность.

Во-первых, региональные СМИ используют эпатаж при подаче информации. Уральским Невзоровым называют Иннокентия Шеремета, бесценно возглавляющего ИА «Телевизионное агентство Урала». Для привлечения внимания телезрителя это телеагентство демонстрирует шокирующий видеоряд «чернухи»: убийства, трупы, кровь. Видеокадры часто сопровождаются звукорядом, передающим ироническую позицию репортера по отношению к героям сюжета. Все это позволяет агентству более 15 лет создавать главный рейтинговый продукт — «Новости 9 1/2».

Во-вторых, СМИ активно внедряют новые технологии, осваивают новые средства коммуникаций, в частности Интернет. Они смогли предложить совре-

менный медиапродукт — интернет-новостийный сайт. Например, сначала стали топовыми на региональном уровне, а затем вышли и на межрегиональный РИА «Ура.ру» и «Новый регион-2» под руководством соответственно Аксаны Пановой и Юлии Шатовой. Политически ориентированных интернет-пользователей эти сайты привлекают удобством навигации, наличием инсайдерской информации, оперативностью размещения новостей.

В-третьих, это высокий профессионализм и узкая специализация региональных СМИ. Так, узкоспециализированный журнал для собственников бизнеса, руководителей предприятий и экспертов «Эксперт-Урал» качественно, на высоком уровне подает информацию. В журнале часто печатаются материалы, подготовленные в таких сложных жанрах, как аналитическая статья, обзор, приводятся мнения руководителей государственных органов власти, крупного и среднего бизнеса, экспертов. Все это вызывает доверие читателя, делает журнал лидером в своем сегменте на межрегиональном уровне. Во многом это произошло благодаря журфаковцу Константину Астафьеву, который в течение длительного времени руководил редакцией.

В-четвертых, предоставление телезрителю «объективных» новостей, как это делает на протяжении уже более десяти лет бесменная телеведущая, а ныне руководитель телекомпании «4 канал» (Екатеринбург) Алена Вугельман. При освещении политических событий новостийные выпуски подаются в относительно объективном ключе. Как правило, телезрителю предоставляются альтернативные точки зрения. Позиция автора — «быть беспристрастным», «оставаться над схваткой». Данный подход позволяет телекомпании «4 канал», его новостийным выпускам возглавлять первые строчки рейтингов популярности среди телезрителей.

В-пятых, выпускники при выполнении профессиональных обязанностей сохраняют гражданскую позицию. Им хватает мужества задавать «неудобные» вопросы «политикам-тяжеловесам», иногда даже с риском для собственной жизни. Тележурналист Эдуард Худяков на пресс-конференции не постеснялся задать вопрос губернатору Свердловской области Эдуарду Росселю о его связях с мафией. Через неделю на журналиста в подъезде собственного дома напали неустановленные лица [1].

В федеральных СМИ выпускники уральской школы журналистики менее востребованы. «Порулить» центральными СМИ удалось Владимиру Долматову (главный редактор журнала «Родина»), Сергею Кожеурову (генеральный директор издательства «Новая газета»), Виктору Расторгуеву (ответственный секретарь газеты «Труд») и Михаилу Нелюбину (генеральный директор телеканала «Эксперт-ТВ»). Возможно, это связано с удаленностью УрГУ от редакций центральных СМИ, располагающихся, как правило, в столице, высокой конкуренцией за должности руководителей федеральных СМИ с выпускниками столичных вузов. Москвичи имеют явные преференции по сравнению с уральцами: наличие жилья, связи, логистика. Но на уровне регионов — Урал, Сибирь — выпускники журфака УрГУ доминируют на руководящих постах в СМИ.

На федеральном уровне выпускники демонстрируют высокий профессионализм, находят модель СМИ, востребованную аудиторией. Генеральный

директор федерального телеканала «Эксперт-ТВ» Михаил Нелюбин в онлайн-интервью так определил формат вещания и распространения канала: *«Телеканал создан для бизнес-сообщества, для той части людей, которые встроены в частный сегмент российской экономики. Это и менеджеры, и маркетологи, и политики, и журналисты, другим словом, люди, которые принимают решения. Это канал для профессионалов. Наш канал должен стать площадкой, позволяющей бизнесу высказаться, обсудить: как заниматься бизнесом, как взаимодействовать с властью; понять: какие проблемы и конфликты возникают и как их решать. Мы будем прогнозировать ситуацию как в экономике, так и в политике, и социальной сфере. Ядро нашей аудитории — это мужчины и женщины в возрасте от 35 до 50 лет, с высшим образованием, с активной жизненной позицией и уровнем дохода высоким и выше среднего»* [4].

Еще одна закономерность: более половины уральцев, руководящих региональными СМИ, закончили журфак в 1995–1997 гг. Возможно, это связано с тем, что именно на это время приходится становление региональных рынков СМИ. Также существенным фактором мог стать уровень подготовки специалистов факультета журналистики УрГУ, который соответствовал запросам медиарынка.

То, что выпускники журфака УрГУ возглавляют ведущие СМИ Урала и Сибири, говорит не только о правильном позиционировании модели регионального СМИ, но и о высоком уровне и конкурентоспособности капитанов — руководителей СМИ.

### **Журналист — политический обозреватель**

Политические обозреватели уральской школы представлены на уровне федеральных и региональных СМИ.

На федеральном уровне оставили своей след такие политобозреватели уральской школы журналистики, как Евгения Назарец (радио «Свобода»), Алим Юсупов (телеканалы «НТВ», «1 канал»), Константин Семин (телеканал «РТР»), Павел Зарубин (телеканал «РТР»).

Характерной чертой подачи политической информации выпускниками является наличие авторской позиции, использование разговорного языка, тропов и эпатажа. Так, в феврале 2008 г. в эфире телеканала «РТР» вышел выпуск программы «Вести+», вызвавший международный скандал. Ведущий выпуска Константин Семин, комментируя беспорядки в Сербии, в резких выражениях охарактеризовал недавнюю историю страны: *«Несколько лет назад обалдевшая от либеральных обещаний страна плачем провожала на тот свет западную марионетку Зорана Джинджича, человека, развалившего легендарную сербскую армию и спецслужбы, продававшего в Гаагу героев национального сопротивления за абстрактную экономическую помощь и получившего за это заслуженную пулю»*. Сербское правительство потребовало у руководства «РТР» предоставить стенограмму передачи и разъяснить, были ли высказывания ведущего его личной инициативой или же отражением официальной позиции канала. Во время официального визита в Сербию российская делегация во главе с премьер-

министром Виктором Зубковым заверила, что высказывания Семина не связаны с позицией властей РФ; комментарий от руководства телеканала не последовало.

Таким образом, К. Семин при подаче политической информации изложил свою критическую позицию в отношении политики З. Джинджича. Для установления доверительного отношения с телезрителем журналист использовал разговорный язык («обалдевшая» страна) и вызвал повышенный интерес к выпуску провоцирующим резким высказыванием.

В другом видеосюжете К. Семин опять эпатазирует телезрителей с целью привлечения внимания. Он призывает заклеить российскую интеллигенцию, приурочив выпуск сюжета к 130-летию выхода статьи Михаила Каткова «Наше варварство в нашей иностранной интеллигенции». Основная мысль автора состоит в том, что отечественные интеллигенты продались Западу, ненавидят свой народ, живут в особняках и разъезжают на дорогих автомобилях. В доказательство этих тезисов К. Семин дает видеоряд, который в его представлении отражает будни российского интеллигента. В кадре последовательно появляются олигархические кутежи в Лондоне, автомобиль «Бентли» крупным планом, особняки на Рублевке. Чтобы доказать это, г-н Семин использует вырванные из контекста цитаты журналистов «Эха Москвы» Матвея Ганапольского и Юлии Латыниной, а также писателя Виктора Ерофеева. Им противостоят политолог Наталья Нарочницкая и журналист Виталий Третьяков, которые в качестве моральных авторитетов судят продавшихся интеллигентов. Апофеозом сюжета стало выступление двух равновесных интеллектуалов, которые, впрочем, убеждены, что интеллигенция — это элита, а элита — рублевская тусовка. Один из них — певец Тимоти, второй — радиоведущий Сергей Стиллавин. Другой «уралец» — Алим Юсупов применяет еще один журналистский прием: говорить о политике через бытовые сюжеты. Например, в декабре 2001 г. на телеканале «ОРТ» вышел сюжет «12 настроений президента Владимира Путина». Г-н Юсупов рассказывает читателю, что московские художники выпустили календарь, где каждому месяцу года соответствует изображение лица президента с каким-то характерным для него выражением. С помощью такого стилистического средства журналист вызывает дополнительное внимание реципиентов.

Региональные политические обозреватели уральской школы подают «политику» в том же ключе, что и федеральные однофакультетовцы. Это Наталья Болохова (телеканал «АСВ»), Тимур Иванов (телеканал «4 канал»), Андрей Мешавкин (телеканал «ЦТУ»), Александр Задорожный (телеканал «СГТРК», РИА «Ура. ру») — Екатеринбург, Алексей Носиков (газета «Новый город») — Тюмень, Алла Кузнецова и Анна Кизилова (телеканал «Тагил ТВ») — Нижний Тагил.

В целом выпускники журфака широко представлены в качестве политических обозревателей федеральных и региональных СМИ. Их подача политической информации отличается особым стилем. В своих материалах журналисты — политические обозреватели активно используют уроки журналистского мастерства, весь багаж знаний, полученных в *alma mater*. Все это позволяет говорить об особой уральской школе политической журналистики, характерными чертами

которой являются эпатаж, широкий набор выразительных средств языка. Поскольку обработка и подача политической информации, как и вся политическая сфера, представляют собой наиболее важную сферу общественной деятельности, то присутствие в этом процессе выпускников журфака УрГУ говорит о доверии к ним и их высокой квалификации.

### **Журналист-политконсультант**

Один из законов маркетинговой теории гласит, что спрос рождает предложение. Формирование представительных органов власти с помощью выборов в последние два десятилетия создало спрос на новую для нашей страны профессию — политический консультант. Часть кадрового голода на этом рынке удовлетворили журналисты, профессионально занявшиеся политконсультированием.

В качестве политконсультантов в избирательных кампаниях принимали участие более десяти выпускников. Избирательные кампании, проводимые ими, имеют характерные черты: эпатажность, яркие и запоминающиеся политические девизы и агитационные сообщения, качественные полиграфические материалы.

Выпускники-«уральцы» также применяют новаторские приемы в избирательных кампаниях. Автор статьи первым применил технологию «электоральных кандидатов-двойников» на губернаторских выборах в РФ (2000 г., Брянская область) и в УрФО на выборах в региональный парламент (1999 г., Свердловская область).

В конце последнего десятилетия часть политконсультантов-журналистов сменили профессию, как правило, в соответствии с профильным образованием. Некоторые возвратились в СМИ: Аксана Панова, Эдуард Худяков. Другие устроились пресс-секретарями, например, Валентин Анохин возглавил пресс-службу ОАО «Роспечать», или PR-менеджерами — Анна Бурмистрова (руководитель проектов PR-агентства «AGT-Урал»). Политический рынок уменьшился — снизился спрос на журналистов-политконсультантов.

### **Журналист — политический деятель**

Правозащитной деятельностью занимаются Александра Калих — председатель Пермского краевого отделения общества «Мемориал», Ольга Подосенова — активный участник регионального экологического движения. Остальные журналисты не ведут существенной политической деятельности. Возможно, это связано с той высокой социальной нагрузкой, которую приходится выполнять журналистам, на индивидуальные политические проекты ни сил, ни времени у выпускников не остается.

### **Выводы**

Подводя итог, можно сказать, что выпускники факультета журналистики УрГУ широко представлены в политике в качестве политических обозревате-



лей и руководителей СМИ регионального уровня. Возможно, это связано с четкой специализацией в подготовке журналистов, а также с особенностями формирования медиарынка России.

В качестве политических акторов выпускники УрГУ отличаются новаторством, профессионализмом, объективностью, использованием в коммуникациях выразительных средств языка, эпатажа. И самое главное — у уральских журналистов хватает мужества сохранять гражданскую позицию. Все это позволяет говорить об особом стиле — уральской школе выпускников-журналистов в политике.

1. Аргументы и факты. 1999. 7 июля.
2. Олешко В. Ф. Социожурналистика: Прагматическое моделирование технологий массово-коммуникационной деятельности. Екатеринбург, 1996.
3. Политология : энцикл. словарь / под ред. Ю. И. Аверьянова. М., 1993.
5. РИА «Ура. ру». 2011. 13 янв.
4. РИА «МедиаАтлас». 2011. 1 янв.
6. [Электронный ресурс]. URL: <http://ombudsman.midural.ru/files/4859f56a4eda3.doc/>

*Статья поступила в редакцию 15. 01. 2011 г.*

УДК 654:070 + 070.41 + 004.773.5

**М. А. Мясникова**

### **ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ СИНКРЕТИЗМ КАК НАУЧНАЯ И ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА**

Современное эфирное телевидение рассматривается в русле авторской концепции, в основу которой положена идея синкрета как единства разноуровневых элементов содержания и формы, служащая более глубокому пониманию и проявлению сущности обозначенного электронного СМИ и в научно-педагогическом аспекте, и в плане его практического функционирования.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** телевизионный синкретизм, синкретизм, синтез, телепрограмма, карнавал, сущностная идентификация телевидения, морфологический анализ телевидения.

Понятия «синкретизм» и «синкретизм», лежащие в основе предлагаемого нами в данной статье описания сущности современного эфирного телевидения, происходят от греческого *Synkretismos*, которое означает объединение в некую целостность такого набора смысловых и формальных элементов, которые в данном

---

МЯСНИКОВА Марина Александровна — кандидат искусствоведения, доцент кафедры телевидения, радиовещания и технических средств журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького (e-mail: [avt89@yandex.ru](mailto:avt89@yandex.ru)).

© Мясникова М. А., 2011