

УДК 070:303.62 (047.53)

ЛИЧНОСТЬ В ИНТЕРВЬЮ В ИСТОРИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

© 2010 Н.Ю. Янчева

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 4 декабря 2009 года

Аннотация: *Статья посвящена изучению и стандартизации этической деятельности журналистов на региональном уровне, в том числе на примере конкретных случаев нарушения этических стандартов региональными СМИ, вопросам определения сущности понятия «этическая политика» СМИ, механизма регулирования региональных СМИ.*

Ключевые слова: *этические стандарты, профессиональная мораль, нормы журналистской этики, принципы, нормы и правила профессиональной морали, позиция журналиста.*

Abstract: *The article is devoted to studying and standardization of the journalists' activity on the regional level. The examples of concrete cases of the offence against ethical standards by regional mass media, the problem of definition the notion «ethical policy» of mass media, the mechanism of regional mass media's regulation are taken up.*

Key words: *Ethical standards, the professional morals, the standards of journalistic morals, the principles, standards and the rules of professional morals, the journalist's position.*

В разные времена героями интервью становятся разные люди. Определенно, герои интервью — это герои нашего времени, его типические и в то же время выдающиеся представители. Меняются личности интервьюируемых, меняется и их роль в интервью, и назначение самого интервью как жанра, его целей и задач.

Сегодня все больше исследователей (Шо-стак, Кройчик, Тertyчный, Сыченков, Попова и др.) склоняются к тому, что разные типы интервью могут быть отнесены к информационной, аналитической и художественно-публицистической группам жанров, то есть, интервью является межвидовой жанровой формой.

Несмотря на то, что автор придерживается позиции, что черты аналитичности, публицистичности и образности изначально были присущи интервью, а не явились следствием размывания жанровых границ, можно отметить, что динамика жанра интервью имеет свои закономерности, связанные с развитием человека и общества.

Жанр интервью возник достаточно поздно по сравнению с другими жанрами журналистики — во второй половине XIX века, хотя метод интервью зародился задолго до появления печатных и электронных СМИ. Чтобы в обществе стало принято публично спрашивать и отвечать, должны были измениться социальные отношения, отношение к личности как таковой, наконец, этикет в самой области информации. Должны были созреть плоды антифеодалных революций, накопиться определенные демократические традиции, осознать ответственность власти перед обществом. Мыслимо ли было, к примеру, задавать вопросы «от имени читателей» абсолютному монарху? Или даже министру-вельможе? [1].

Впервые жанр интервью возник в прессе США — в 40-50-е годы XIX века. В нашей стране интервью появилось в 80-90-е годы XIX века. И в США, и в России появление жанра интервью обусловлено двумя основными факторами.

Первый — наличие массового читателя и массовой прессы. Процесс появления жанра интервью неотделим от процесса появления массовой и бульварной прессы, что обострило проблему достоверности информации. Возникает необходимость сообщать

сведения «от первого лица». Так пресса, с одной стороны, обеспечивает себе доверие читателей, с другой стороны, минимизирует свою ответственность за неправильное истолкование чужих слов. Впервые в американской прессе стала использоваться жанр интервью газета «Нью-Йорк трибюн», прародительница качественной прессы в США [2, 265].

Что же касается России, то, по мнению некоторых исследований, прообраз интервью появился еще в 1830 году на страницах «Литературной газеты» [3, 112]. Этот любопытный момент в истории развития жанра заслуживает отдельного обсуждения, однако, не вызывает сомнений, что в России, как и в Америке, появление жанра интервью было невозможно на страницах прессы для узкого круга людей. Массовая пресса начинает зарождаться в России в последней четверти XIX века.

Вторым необходимым фактором появления жанра интервью стала демократизация общественной жизни. Интервью — это диалог, который, несмотря на фиксированность ролей, подразумевает равенство собеседников. (Далее мы отметим, как наличие или отсутствие этого равенства влияло на функционирование жанра интервью в СМИ). Кроме того, демократизация общественной жизни стала причиной повышения роли личности и, как следствие, интереса к ней.

Необходимо отметить, что важным условием, способствующим возникновению жанра интервью, является свобода слова. Предметом интервью является мнение, следовательно, жанр интервью имеет смысл, когда в обществе существуют разнообразные мнения. Отсутствие свободы слова в России затормозило естественный процесс возникновения интервью на сорок лет по сравнению с США, но с 80-90-х годов XIX века в России газетное интервью с наиболее значительными лицами политического или литературного круга стало «повседневностью» [4, 3].

Одним из первых русских интервьюируемых стал Лев Толстой, причем если в конце 80-х начале 90-х годов XIX века Толстой давал одно-два интервью в год, то потом — каждый месяц, далее — едва ли не каждую неделю. В 1908-1909 годах газетные репортеры выслеживали, казалось, уже каждый его шаг. Помимо представителей московских, петербургских, одесских и других русских газет у Толстого в разное время побывали корреспонденты из Англии, Франции, Америки и других стран [4, 3].

Беседы с Толстым в газетах оформлялись как отчеты о встрече, фельетоны и как интервью. «В беседах с гостями Ясной Поляны, в том числе и с профессиональными журналистами, Толстой затрагивал широкий круг вопросов, по сути, все, что волновало в тот момент его самого или отвечало интересам собеседников: новинки литературы, музыки, живописи, повседневный круг чтения

обсуждались Толстым с той же страстностью, что и новости политики и науки, религиозные и философские вопросы», — пишет Лакшин [4, 5]. Проанализировав интервью Толстого, можно сделать вывод об огромном интересе к личности писателя, отношении к нему как к духовному лидеру, причем все чаще журналисты передают в форме интервью в современном понимании этого слова. Журналисты стремятся создать его портрет — об этом свидетельствует не только широта обсуждаемых тем, но и то, как газеты передают речь писателя: активно используются междометия, повторы, экспрессивная, разговорная лексика — все, что способствует как можно более точной передаче «живой» речи.

Отметим, что с момента появления жанра интервью в нем проявляется интерес к конкретному человеку не только как к первоисточнику информации, но и как к личности. Примерно в это же время появляется и портретный очерк, в центре внимания которого также оказывается личность.

Ученые до сих пор не пришли к единой трактовке термина «личность», на сегодняшний день в психологии, социологии существуют разнообразные толкования этого понятия. Не вдаваясь в тонкости отметим, что в самом общем виде сложилось два представления о личности, на первый взгляд противоречащие друг другу. Согласно первому, личность — это любой индивид, обладающий набором неповторимых качеств¹, т.е. личностью является любой человек, ведь в природе, как известно, нет ни двух одинаковых людей, ни даже двух абсолютно одинаковых капель воды. Второе представление заключается в том, что личностью, в отличие от индивида, не рождаются, а становятся, личность — это качественно иной уровень развития индивида, который достигается в процессе социальных отношений².

В последнем случае обычно делается противопоставление «личность-масса», «личность-толпа», ставшее темой для многолетних дискуссий (в работах Т. Карлейля, Ф. Ницше, А. Шопенгауэра, Плеханова и Ленина) и осмыслений в художественной литературе (например, «Война и мир» Л. Толстого).

Если же рассматривать эти два представления о личности с позиции интервью-портрета, легко заметить, что противоречия здесь нет. Герой интервью-портрета — всегда личность не только в широком смысле слова (человек, индивид), но и в узком, так как он выделяется из массы, в то же время, он является выражением устремлений, чаяний, ценностей аудитории, то есть, той самой массы, толпы. Таким образом, интерес к познанию своего героя, — это на самом деле интерес аудитории к самой себе, это опосредованное самопознание. Ведь, как известно, ничто не является для человека более интересным предметом для познания, нежели он сам.

В целом конец XIX — начало XX века характеризуется повышением интереса к личности, взаи-

моотношениям человека и группы, что прослеживается во многих сферах общественной деятельности. Оформляются как науки социология, психология, пишут свои учения Фрейд, Юнг, Фромм. Такое мощное направление художественной культуры как модернизм посвящено исследованию личности как таковой. Пруст, Кафка, Джойс, акмеисты, символисты, которые уходят от демонстрации человеческих типов (как было в реализме), к проблемам и интересам конкретной личности.

Неудивительно, что недавно появившийся жанр интервью в такой обстановке переживает бурное развитие.

После октябрьской революции в Советской России интерес к личности развивается в несколько ином направлении: человека хотят не столько познать, сколько переделать, создать вместе с новым миром и нового человека, с новыми ценностями. Одна из заповедей новой веры гласит: человек — это представитель группы, класса, и коллективное (то есть интересы, коллектива, класса, страны) выше индивидуального. «Марксизм исходит из примата общества, народа, класса над отдельной личностью» [5, 641]. Словом, сначала надо думать о Родине, а потом о себе. В сельском хозяйстве — коллективизация, в литературе — соцреализм. Средства массовой информации становятся средствами массовой информации и пропаганды, превращаясь из «собрания мнений» (по выражению издателя газеты «Новое время» Суворина) в «собрание истин».

Жанр интервью оказывается зажатым в идеологические рамки. «В ту пору на трибуны партийных, комсомольских съездов каждый делегат выходил с речью не только написанной, но и проверенной в обкоме или ЦК, отредактированной. Это относилось ко всем высоким и не самым высоким собраниям. Каждое слово должно было соответствовать «судьбоносным» решениям, постановлениям. Во всеобщем “демократическом” спектакле импровизаций не допускалось. Обращаешься с просьбой об интервью к чиновнику, располагающему информацией, директору какого-нибудь НИИ — они непременно должны испросить разрешения у своего руководства», — пишет Л. Плешаков [6].

Помимо отсутствия свободы слова, отсутствовало равноправие журналиста и героя. Речи высокопоставленных чиновников и партийных деятелей, руководителей страны, публиковали без купюр и комментариев. Критически осмыслять «заветы партии» было не принято. Конечно, интерес к личности человека в СМИ оставался — в первую очередь, к личностям, которые могли бы послужить положительным примером для остальных трудящихся. Портреты таких личностей создавали при помощи портретного очерка. Неслучайно книги Н. Мара («50 интервью») и Л. Сагала («25

интервью»), которые считаются одним из лучших образов интервью 60-х-70-х годов — это все-таки очерки, написанные на основе интервью. В очерке, в отличие от интервью, которое предполагает равноправие собеседников, первая скрипка — это автор. В очерке, как и в любом другом публицистическом жанре, описание (в данном случае, портрет личности) неотделимо от его оценки (иногда — прямо, иногда — скрыто, но есть всегда). Если же человеку в советской прессе (радио, ТВ) и давали слово (то есть делали с ним интервью), то это в первую очередь было слово представителя коллектива. Типичные герои интервью советской поры — ударники труда, председатели колхозов — либо отчитывались об успехах, либо делились планами, либо сообщали какие-то подробности намеченного действия (например, интервью с главным проектировщиком воронежского водохранилища — газете «Молодой коммунар» за 1973 год — о том, каким будет водохранилище).

Исследуя жанр интервью в диахроническом аспекте, Т. Дмитриева отмечает, что в 60-80-е годы интервью отличаются стереотипностью вопросов и ответов, речь собеседников патетична, но суха, официальна. Очень часто встречаются термины («методология», «симпозиум»), цифры, аббревиатуры («Киевский завод ВУМ»), нередки канцеляризм и штампы («ячейка общества», «верный компас»). Речевых ошибок и языковых «вольностей» крайне мало, изредка можно увидеть жаргонные слова, но это почти всегда профессионализмы. В качестве еще одной особенности подобных текстов исследовательница отмечает полное отсутствие диалогического единства («Эффект глухоты») [7].

Целью таких интервью было получение информации. Неудивительно, что в советской теории журналистики закрепилось представление об интервью как об информационном жанре.

Однако более широкие возможности жанра чувствовали журналисты-практики. В 1971 году Н.Г. Богданов и Б.А. Вяземский в «Справочнике журналиста» выделяют такую разновидность интервью как интервью-зарисовка, называя ее отличительными чертами наличие авторских комментариев, отступлений и т.д.: «Интервью-зарисовка дает журналисту возможность не только задавать вопросы, но и высказывать свое мнение, комментировать факты, о которых идет речь, рассказывать об обстановке, в которой проходила беседа, давать краткие характеристики своего собеседника, несколькими штрихами создавать его портрет» [8, 265]. В 70-80-х годах известные исследователи электронных СМИ Г.В. Кузнецов (телевидение) и И. Триккель (радио) независимо друг от друга заговорили о такой разновидности жанра интервью, как интервью-портрет, цель которого является «раскрытие личности собеседника в экранном

очерке» [3, 114], т.е. возможность давать портрет человека при помощи интервью уже признали, но от довлеющей роли журналиста еще не отказались.

Начало перестройки, эпоха гласности вызвала, во-первых, поворот интереса к личности, с ее конкретными нуждами и желаниями, во-вторых, появлению огромного количества разнообразных мнений, которые люди теперь открыто высказывали. Т.И. Попова одним из факторов поворота СМИ к личности называет информационную революцию, произошедшую в 90-е годы XX века и приведшую к появлению на российском телевидении множества информационных каналов, являющихся «средствами выражения индивидуальной воли и личного мировоззрения» [9, 20].

Все это привело к бурному росту популярности жанра интервью во всех типах средств массовой информации. Как отмечает В.В. Сыченков, в это время появляется новая разновидность жанра — интервью психологическое [10, 157]. Появляется заинтересованный журналист, который уточняет и шутит, интервью приобретает связность. Молодые журналисты Ф. Медведев, А. Караулов, У. Отт истинно открывают жанр заново: Караулов придумывает форму «Интервью-разоблачения», У. Отт — «Телевизионное знакомство», Ф. Медведев создает серию психологических интервью-портретов российских и советских эмигрантов. В публичной речи появляются экспрессивные разговорные слова («занесло»), неологизмы, заимствования («бизнесмен», «аутсайдер»), что способствует оживлению языка [7]. Журналист и его гость приобретают статус равноправных собеседников, могут спорить, не соглашаться друг с другом и даже меняться ролями.

Происходит тематическая переориентация интервью: на интерес, прежде всего к человеку как к личности, к его судьбе, ценностям и взглядам, а потом уже как к представителю определенной профессии.

Изменились и герои интервью: теперь это «успешные люди». «В качестве приоритета современное общество выдвинуло господство индивидуалистических культур, основанных на культе конкуренции и успеха [11, 41]. На первое место выходит не событие, а понимание этого события участником. В телеинтервью с личностью объектом внимания становится сам характер понимания мира человеком, внутренний мир человека, те цели и смыслы, которые организуют его жизнь [9, 23].

Ситуация безбрежного плюрализма, с одной стороны, способствует активизации индивидуального в человеке, но с другой, делает культуру хрупкой и неустойчивой, — пишет С.В. Крузе, отмечая, что нынешнее время характеризуется кризисом самоидентификации в искусстве и культуре [12, 5]. Заметим, что кризис самоидентификации художника, о котором говорит исследователь,

— явление, характерное для всей европейской культуры, связанное с постмодернизмом, однако на постсоветском пространстве он имел и другое воплощение, связанное с распадом СССР.

Прежняя, четкая, годами отлаженная структура, система, в которой каждый человек имел свое собственное место и хорошо знал, что такое хорошо и что такое плохо, рухнула. Нравственные ориентиры перевернулись с ног на голову. Человек был вынужден искать себя и новое место в изменившемся мире, поэтому проблема самопознания становится особенно острой. В этом и кроется повышенный интерес аудитории к личностям, которые нашли свое место в жизни, сумели стать успешными.

Предлагая различные точки зрения, телеинтервью дает толчок к процессу самопознания личности. Это способствует вхождению телеинтервью в дискурс экзистенциальных ценностей индивидуального субъекта с его типичным тематическим содержанием: поступками человека, его поведением, взаимоотношениями с другими людьми, являющимися лишь поводом для их осмысления и формирования личного отношения к ним, на базе которого вырабатывается смысло-жизненная позиция [9, 22].

Т.В. Попова отмечает, что интервью приближается к художественно-публицистическим жанрам. Ведь те же цели, что сейчас интервью, на протяжении многих лет преследовал портретный очерк: «Суть публикации данного типа заключается в том, чтобы дать аудитории определенное представление о герое выступления. Решая эту задачу, журналист, как правило, в первую очередь стремится раскрыть самое главное — показать, каким ценностям служит этот герой, в чем видит смысл своего существования. Знание «смыслов жизни», которым служат герои публикаций, необходимо читательской аудитории для того, чтобы сверить свои цели с целями других людей, что в известной мере помогает ей ориентироваться в этом мире и, возможно, корректировать свои действия, образ жизни и пр.» [13, 290].

Человек рефлексирующий, мыслящий практически вытеснил из интервью человека действующего [14, 429] (председателей колхозов, доярок, передовиков производства). Политики, общественные деятели, тоже становятся объектом внимания в интервью, однако, теперь их приглашают для разговора не об идеях, а «за жизнь». Должностные лица и публичные политики, фигурирующие в общественно-значимых новостях, предстают в домашней обстановке и рассказывают об особенностях своей биографии и личной жизни» [15, 78] (Появляются программы «Герой дня без галстука» и т.п.).

Эта тенденция, отмеченная исследователями к середине 90-х годов прошлого столетия как одна из основополагающих в развитии интервью-портрета, и особенно, телеинтервью, к сожалению, очень быстро скатилась до штампа. Политик в кругу семьи,

за занятием спортом, на даче или рыбалке — то, что было откровение в середине 90-х, — уже к началу 2000-х стало общим местом, без которого не обходилась ни одна предвыборная кампания любого уровня власти (Стремление имиджмейкеров создать образ политика с «человеческим лицом», хорошо отражено в фильме-пародии «День выборов», где кандидат в предвыборном ролике пьет чай и ест яичницу, «так же, как и вы», и на этом основании, очевидно, избиратель должен за него проголосовать). Очень быстро сформировался стандартный набор вопросов и социально-ожидаемых ответов. Параллельные процессы (то есть быстрое формирование стереотипных социально-ожидаемых ответов на стереотипные же вопросы журналистов, которые используют одну и ту же схему) идут и в шоу-бизнесе. Известный журналист, писатель и поэт Дмитрий Быков в 2001 году в статье «Конец интервью» замечает: «Работать в этом жанре стало скучно, почти невозможно (...). Госдеятели полюбили вымарывать из представленного на визу текста все сколько-нибудь живое и эксклюзивное, а звезды освоили шаблон. Преимущество настоящей болванки в том, что она одинаково пригодна для интервью политика, политтехнолога, менеджера, звезды, дебютанты, телеведущего и банкира. Главное, чтобы стержневая мысль осталась неизменной: «Сначала мне было очень плохо, но, поскольку я был очень хорошим, теперь мне стало заслуженно хорошо». Самое ценное, что то же самое могла бы сказать о себе и страна, если бы кто-нибудь додумался ее о чем-нибудь спросить» [16, 7].

Между тем, потребность в самопознании личности не стала менее острой. Чем сложнее общество и общественные отношения, тем более замкнут (и одинок) отдельный человек, — замечает В.В. Сыченков. И тем сложнее, как ни парадоксально, ему познать себя. Ведь еще Бахтин говорил, что без «другого» не бывает «я» [17]. В таких условиях в искусстве все большее значение приобретает проблема автопортрета художника, в журналистике — автопортрета интервьюируемого в интервью-портрете. Как известно, автопортрет — это портрет человека, созданным им самим. В живописи автопортрет считается одним из наиболее сложных жанров и требует высокого мастерства художника. Однако помимо передачи внешнего сходства, перед создателем автопортрета стоит другая, куда более важная задача — познание себя.

Современный человек не говорит о том, что ему неинтересно, либо же скатывается к шаблонам. Поэтому сегодня задача интервьюера — побудить интервьюера к написанию собственного автопортрета в интервью.

Таким образом, на наш взгляд, с того момента, как в обществе в целом и журналистике в частности осуществился поворот внимания на нужды, цен-

ности и устремления индивида, личность в журналистике сменила несколько ролей. Прошла через стадию «первоисточника информации», стадию «личность — предмет журналистского интереса», на которой познание и осмысления личности осуществляется журналистом (публицистом), и вышла на уровень само-познания и само-осмысления, когда личность может сама рассказать о времени и о себе и ни в каких комментариях не нуждается.

Это само-познание и само-осмысление максимально полно может осуществляться только в интервью-портрете, где, при равенстве собеседников, журналист выполняет функции режиссера, переводчика с одного языка на другой, при помощи различных техник помогая герою создавать свой собственный автопортрет.

Выходом личности в журналистике на уровень само-познания и само-осмысления объясняется, в том числе, кризис очерка, который в 90-е годы практически исчез со страниц газет и журналов. Дело, конечно, не только в резком падении мастерства журналистов и не только в убыстряющемся темпе жизни, который требует более простых и компактных форм подачи материала. Дело в том, что в современном обществе, где все истины относительны, а число интерпретаций стремится к бесконечности, человеку хочется обратиться «к первоисточнику». Как известно, чем сложнее система, тем чаще она дает сбой. Чем длиннее путь, по которому сообщение идет от отправителя к адресату, тем больше искажений. И если традиционная нарративная модель коммуникации включает в себя звенья: «реальный автор — подразумеваемый автор — рассказчик-слушатель — подразумеваемый читатель — реальный читатель» [18, 205], и на уровне каждого звена происходят какие-то искажения, потери смысла, то существует тенденция к упрощению коммуникации, например, на ТВ или в Интернет. Так, С. Козлова отмечает, что в телевизионных новостях происходит сворачивание традиционной схемы нарратива до схемы «ведущий-зритель», причем ведущий выступает не только как реальный автор, подразумеваемый автор и рассказчик-на-экране, но является еще и «образцовым слушателем» по отношению к репортерам, которые «адресуют свои рассказы не столько аудитории, сколько ведущему передаче... его интерес и внимание служат моделью для зрителей, «подслушивающих» этот разговор у себя дома» [19, 117-118].

Заметим также, идеальное интервью-портрет также «сокращает» количество звеньев в коммуникационной цепи, оставляя на виду героя, который, по сути, ведет коммуникацию с самим собой (само-познание, само-откровение), и зрителя (слушателя, читателя), который, «подслушивая» этот разговор, начинает свой собственный процесс самопознания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шиббаева Л. Жанры в теории и практике журналистики / Л. Шиббаева // Журналистика, № 17(47). – 8 сентября 2003 года. – (<http://www.relga.rsu.ru/n47/jur47.htm>).
2. Михайлов С.А. Журналистика Соединенных Штатов Америки / С.А. Михайлов. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2004. – 448 с.
3. Сыченков В.В. Интервью-портрет в системе современных публицистических жанров / В.В. Сыченков // Вестн. Моск. Ун-та. Сер 10. Журналистика, 2000. – № 2. – С. 108-114.
4. Интервью и беседы с Львом Толстым / Под ред. В.Я. Лакшина. – М.: Современник, 1986. – 522 с.
5. Большая Советская Энциклопедия / Под ред. Б.А. Введенского. – 2-е изд. – М.: Государственное научное издательство «Большая Советская Энциклопедия», 1955. – Т. 36. – С. 641.
6. Плешаков Л. Интервью: проход по минному полю / Профессия – журналист, 2001. – № 3. – (<http://www.journ.ru/library/interview.html>).
7. Дмитриева Т. Жанр интервью в диахроническом аспекте: «раскрепощение языка» или «вандализация»? / Т. Дмитриева. – (http://www.mediascope.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=116&Itemid=49).
8. Богданов Н.Г. Справочник журналиста / Н.Г. Богданов, Б.А. Вяземский. – Л.: Лениздат, 1971. – 687 с.
9. Попова Т.И. Телевизионное интервью: семантический и прагматический аспекты: дисс. ... докт. фил. наук. – СПб., 2004. – 432 с.
10. Сыченков В.В. Интервью-портрет как тип коммуникации / В.В. Сыченков: дисс. канд. фил. наук. – Казань, 2007. – 221 с.
11. Мансурова В.Д. СМИ как средство коммуникативной саморегуляции общества. СМИ в современном мире. 2000 / В.Д. Мансурова. – Тезисы науч.-практ. конф. ф-т жур-ки СПбГУ, 2000. – С. 41-42.
12. Крузе С.В. Автопортрет как форма самопознания личности художника: дисс. ... канд. философских наук / С.В. Крузе. – Москва, 2002. – 181 с.
13. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособие / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 320 с.

14. Голанова Е.И. Устный публичный диалог: жанр интервью / Е.И. Голанова // Русский язык конца XX столетия. – М.: «Языки русской культуры», 1996. – С. 427-452.

15. Чередниченко Т.В. Россия 1990-х в слоганах, рейтингах, имиджах: Актуальный лексикон истории культуры / Т.В. Чередниченко. – М.: Новое литературное обозрение, 1999. – 416 с.

16. Быков Д.Л. И все-все-все / Дмитрий Быков. – Сб. интервью. Вып.1. – М.: ПРОЗАИК, 2009. – 336 с.

17. Бахтин М.М. К философии поступка / М.М. Бахтин // Философия и социология науки и техники. Ежегодник. – 1984-1985. – (<http://www.philosophy.ru/library/bahtin/post.html>).

18. Почепцов Г.Г. Теории коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 656 с.

19. Kosloff S. Narrative Theory & Television // Channels of Discourse, Reassembled. – L., 1992. – P. 80. Цит. по: Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов / Е.Г. Дьякова, А.Д. Трахтенберг. – Екатеринбург: УрО РАН, 1999. – 130 с.

СНОСКИ

1. Например, Фромм: «Под личностью я понимаю целостность врожденных и приобретенных психических свойств, характеризующих индивида и делающих его уникальным». Фромм Э. Человек для самого себя / Э. Фромм // Пер. с англ. Э. Спировой. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2008. – С. 212.

2. Например, Леонтьев: «Личность не равна индивиду; это особое качество, которое приобретает индивидом в обществе, в совокупности отношений, общественных по своей природе, в которые индивид вовлекается... Личность есть системное и поэтому «сверхчувственное» качество, хотя носителем этого качества является вполне чувственный телесный индивид со всеми его прирожденными и приобретенными свойствами...». Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. – М.: «Политиздат», 1975. – С. 131.

*Янчева Н.Ю.
Воронежский государственный университет.
Аспирантка факультета журналистики, кафедра
телевидения и радио.
e-mail: nyanch@inbox.ru*

*Yancheva N.Y.
Voronezh State University.
Post-graduate, Faculty of Journalism, chair of radio
and television.*