**Васильев И. Ю., Карасёв И. В.**

**К вопросу об антропологии журналистской среды города Краснодара.**

**Журналистское сообщество и его фольклор**

Журналистское сообщество как особая социально-профессиональная группа оформилась в России в конце XIX столетия. На Кубани она сложилась на протяжении первой половины XX века. Таким образом, к началу XXI века она прошла значительный путь развития. Из всех её видов газетная журналистика имеет наиболее длительные традиции. Журналисты активно контактируют с представителями самых разных социальных слоёв: это и сфера управления, и бизнес, и научное сообщество, и творческая среда. Немало журналистов занимаются литературным творчеством.

Первоначальный жизненный опыт и образование отнюдь не имеют для журналистов главенствующего значения. Гораздо важнее умение находить нужную информацию, располагать к себе людей, составлять легко читаемые и броские тексты, владеть мастерством фотографа.

В 1990-е годы в кубанскую газетную журналистику пришло много новых людей. Это связано с бурным развитием прессы и престижностью журналистской профессии. В нулевые годы сокращается количество газет. Гораздо большей популярностью начинают пользоваться профессии, оплачиваемые гораздо лучше, чем журналистская. Одновременно в журналистской среде повышаются требования к уровню профессионализма, опыту. Начинает просматриваться тенденция к формированию гораздо более замкнутой профессиональной среды.

Журналистская среда – это профессиональная группа, имеющая признаки субкультуры. Журналисты объединены общим делом и общим миром повседневности. Их сообщество имеет достаточно чёткие социальные границы. Новички в группе должны пройти определённую социализацию. Они должны научиться не только выполнять профессиональные обязанности, но и выделять общие смыслы и ценности, разделяемые в группе. Журналистской среде присущ свой фольклор, профессиональный сленг (1).

На этом остановимся подробнее. В рамках журналистской среды сложился особый профессиональный фольклор. Это явление характерно для всех устойчивых профессиональных сред.

Фольклор журналистов – своеобразный набор устных текстов, имеющих достаточную степень типичности. Наряду с производственным инструментарием, таким как профессиональные фотоаппараты, блокноты и ручки, выдаваемые на официальных мероприятиях приглашённым журналистам, диктофоны, компьютеры, профессиональный фольклор выделяет журналистов из среды других профессий, в отличие, например, от одежды, которая в журналистской среде мало регламентирована. В равной степени допускается официально-деловой стиль, небрежный городской, стили одежды различных субкультур.

Данное исследование журналистского постфольклора проводилось в 2005–2006 годах И. В. Карасёвым и И. Ю. Васильевым в рамках авторского проекта изучения журналистского постфольклора. При проведении исследования использовались методы скрытого интервьюирования и включённого наблюдения. Всего было собрано 27 интервью. При сборе материала отбирались наиболее распространённые сюжеты. В качестве интервьюируемых в основном выбирались журналисты молодого и среднего возраста, так как они были гораздо доступнее для беседы.

Мы рассматриваем фольклор журналистов как постфольклор. В отличие от традиционного фольклора, постфольклор не охватывает все сферы жизни людей, определённым образом упрощён по своему содержанию.

Подобно массовой культуре, он полицентричен и фрагментирован в соответствии с социальным, профессиональным, даже возрастным расслоением общества на слабо связанные между собой ячейки, не имеющие общей мировоззренческой основы. По сравнению с традиционным фольклором ее жанровый состав обновляется почти полностью, а ассортимент текстов сменяется с небывалой дотоле быстротой. Бесконечно увеличивается роль индивидуального авторства в генезисе отдельных произведений, а также «удельный вес» фольклорной импровизации и новотворчества.

Постфольклор ещё недостаточно исследован. Не собран достаточный материал (критический корпус текстов) для общих выводов и дискуссий о них (2).

Существует и точка зрения, что постфольклор не следует выделять как особую форму фольклора, как особую эпоху в его развитии. Такой точки зрения придерживается В. П. Аникин. Он считает, что современный фольклор – это лишь продолжение фольклора традиционного в новых условиях. Изменилось только конкретное содержание, но суть осталась прежней. Сохранилось обращение к традиционным архаическим темам, клишированность, типизация и т. д. (3).

А то, что другие исследователи называют постфольклором, – только признаки неустойчивости в традиционном фольклоре, переживающем переходную эпоху.

Для доказательства правоты или опровержения этих точек зрения нужны более многочисленные исследования. Но в случае, даже если постфольклор – всего лишь переходная стадия традиционного фольклора, его специфические черты отнюдь не исчезают и могут использоваться для характеристики современного фольклора.

**Функция социализации**

Для любого коллектива людей огромную роль играет социализация молодых (новых) членов сообщества. И фольклор должен в значительной степени этому способствовать. Это проявляется как в его интегративной, так и информационно-познавательной функции. Последняя вообще весьма сильно связана с процессом социализации (4).

В журналистской среде формируется своеобразный сленг, остающийся непонятным обывателю. И начинающий журналист должен его быстро освоить. Вот характерный пример:

*– Открывай «звонилку» и начинай работать! Что говорят источники? – несется из крайнего кабинета ранним утром.*

*– Берите, а то протухнет, – советуют в соседнем кабинете.*

*– Где «свежий глаз»? – кричат в другом.*

*– Сегодня у нас «расстрел на рассвете», – хладнокровно сообщает голос из кабинета, охраняемого секретарём.*

*В одном кабинете ищут «сапог», в другой – «шапку»…* (5).

«Звонилка» – список телефонов, по которым репортёр ежедневно вызванивает информацию, «протухнуть» – устареть, «расстрел на рассвете» – бессюжетная фотография, на которой группа людей бездарно выстроилась в ряд и смотрит в камеру, «сапог» – текст на полосе в виде неправильного многоугольника, «шапка» – общий заголовок для нескольких материалов на полосе.

Постфольклор выполняет функцию введения в профессию с элементами инициации, когда даются заведомо невыполнимые задания с целью проверки на сообразительность. (Тут бы лучше поподробнее + поучительные рассказы о «правильных» и «неправильных» журналистах.)

Врастая в профессию, журналист, наряду с рациональными навыками, перенимает у более опытных товарищей суеверия и магические представления.

Как и все творческие люди, журналисты очень суеверны: они не станут подробно рассказывать о том, что пишут, пока материал не будет сдан в номер, несколько раз подумают – возвращаться ли с полпути и менять ли обычный маршрут следования, на другой (вплоть до того, подойти ко входу с правой или с левой стороны). Редактор одной из газет рассказывала, что при написании статьи под заголовком «Чёрный квадрат» компьютерный файл странным образом исчез. А когда был найден и открыт, то вместо текста на экране появился огромный чёрный квадрат.

Зачастую происходит мифологизация журналистского инструментария, когда сами элементы профессиональной атрибутики наделяются зловещим смыслом. Журналисты могут делиться своими страхами о том, что набранный в компьютере текст для срочной статьи вдруг внезапно куда-то исчезнет, в ручке может предательски закончиться паста, а диктофон не записать важное интервью. Существуют страшилки о вечернем звонке редактора со срочным заданием.

Фольклор любой группы людей выполняет интегративную функцию (6). В нём всегда появляются типичные образы как представителей свой группы, так и других. Непременные действующие лица журналистского фольклора – люди, как правило, из медийной среды. (7). Легендарные типажи журналистского фольклора, как правило, сами же журналисты, попадающие в разные забавные истории. Один из таких типажей «внештатник на пенсии», имеющий в прошлом определённые заслуги. О новичках и внештатниках рассказывают немало баек. Отдельный пласт журналистского фольклора связан с рассказами о «позитивном чужом» – хлебосольном рекламодателе.

**Специфика журналистского фольклора: влияние на среду, влияние среды**

Журналистская среда продуцирует корпоративный фольклор – байки, анекдоты, бывальщины. Особенность этого коллективного творчества от других разновидностей профессионального фольклора в том, что очень часто он выплёскивается на страницах газет или попадает в эфир. Журналисты сами сочиняют и сами же публикуют такого рода материалы (сказывается доступ к информационному полю, публикациям и тиражированию слухов, вымышленных рассказов, которые якобы имели место быть, случаев из жизни известных журналистов с постфольклорными напластованиями).

Журналистский фольклор на Кубани (большей частью на смеховом, низовом уровне) широко в своём творчестве использовали Пётр Придиус (8) Евгений Петропавловский (10) и Светлана Шипунова (11). Байки Придиуса выходили в «Кубанских новостях», а сам он их подписывал псевдонимом Степан Хуторской . Этот образ столь органично вписался в кубанский постфольклор (писатель В. Кузнецов запечатлел его в образе Ефима Примуса), что одно время на полном серьёзе краснодарский скульптор Николай Буртасенков предлагал открыть в Краснодаре памятник Степану Хуторскому (11).

Некоторые журналисты из ИТАР-ТАСС в своё время тоже попались на удочку шутников газеты «Жемчужина России», напечатавших материал о вылове в Чёрном море девятиметрового дельфина и выставленного на обзор в дельфинарии. Но, пожалуй, самой резонансной была первоапрельская шутка «Кубанского курьера»: в 1993 году был напечатан материал о том, что якобы в центре Краснодара, в цистерне на Шуховской башне, незаконно разводят крокодилов, а когда всё раскрылось, цистерну с крокодилами транспортировали на вертолёте и уронили в воды Краснодарской ТЭЦ. До сих пор есть люди, которые уверяют, что видели там огромных рептилий (12).

Можно сделать вывод, что такое постфольклорное явление, как фольклор журналистов Кубани, выполняет две важные социообразующие функции: социализации и выделение представителей профессии в особую группу. Специфика журналистского сегмента поля постфольклора – в открытости для влияния извне и мощном влиянии, оказываемом на другие сферы общества.

**Примечания**

Романов П. В, Ярская-Смирнова Е. Р. Мир профессий как поле антропологических исследований // Этнографическое обозрение. 2008. № 5. С. 3,6, 7; Щепанская Т. Б. Проекции социального контроля в пространстве профессии // Этнографическое обозрение. 2008. № 5. С. 18, 19.

Неклюдов С. Ю., Фольклор: типологические и коммуникативные аспекты // Рутения (www. rutenia.ru/); Неклюдов С. Ю. Фольклор после фольклора // Знание – сила (www. znanie-sila.su).

Аникин В. П. Не «постфольклор», а фольклор (к постановке вопроса о его современных традициях) // Славянская культура и современный мир. М., Государственный республиканский центр русского фольклора, 1997. Вып. 2. С. 224–240.

Чистов К. В. Народная традиция и фольклор. Л., 1986. С. 32, 33, 37.

Минченко А. А поговорить? Прикинь – 20. // Краснодарские известия (юбилейный вып.), Краснодар, 2010.

Путилов Б. Н. Фольклор и народная культура. СПб., 2003. С. 69.

Придиус П. Богато ж у нас всяких глупостев (Думки Степана Хуторского), Краснодар: Советская Кубань,1996.

Петропавловский Е. [Наш махонький Париж. Поколение индиго и другие...](http://www.proza.ru/2010/04/25/97) Краснодар, Здравствуйте. 2010.

Шишкова-Шипунова С., [Дураки и умники. Газетный роман](http://www.shishkova-shipunova.ru/category.php?id=72), М.: Молодая гвардия, 1998.

Придиус П. Богато ж у нас всяких глупостев (Думки Степана Хуторского), Краснодар: Советская Кубань,1996.

Карасев И. [В квартире с рептилией](http://newsweek.krd.ru/www/krasnodar.nsf/documents/3027F1534D446EEEC3256D6000316986.html) // Краснодар. 2003. № 29 (323) 11–17 июля. С. 8.