

Юлия Александровна Ястремская
г. Шадринск
Анастасия Павловна Иглина
г. Шадринск

Изменение образа рабочего на материале городской провинциальной прессы

В статье рассматривается образ рабочего, представленный в публикациях жителей Шадринска в городской газете. Общественно-политический дискурс отражает ключевые идейные центры в общественной жизни людей. Медийный концепт функционирует по законам художественного концепта, поэтому изучаемый на материалах газет концепт «труд» содержит ассоциативный компонент. Главным субъектом трудовой деятельности становится образ рабочего и ставится в прямую зависимость от ценности «труда», «работы» и «производства» как вида деятельности. С этой позиции становится наиболее интересным образ рабочего (как ключевой стереотип), который меняется в зависимости от исторического и идеологического контекста. С течением времени меняется не только «рабочий», но и ключевые мужские стереотипы, но мужчина традиционно занимает центральное место в определении «труда». Образ «рабочего» переходит со страниц городской газеты на страницы заводской корпоративной прессы.

Ключевые слова: рабочий, автостереотип, провинциальная пресса, городская газета.

Julia Aleksandrovna Yastremskaya
Shadrinsk
Anastasia Pavlovna Iglina
Shadrinsk

Worker's image on the city provincial press

The article considers the worker's image presented in the publications of Shadrinsk residents in the city newspaper. Socio-political discourse represent the main ideological centers in the public people's life. The media concept functions according to the right of the artistic concept, so the concept "work" (studied on the materials of Newspapers) contains an associative component. The main subject of labor activity is the image of the worker. It is directly dependent on the value of "work", "work" and "production" as an activity. From this position, worker's image are the most interesting (as a fundamental stereotype). It changes depending on the historical and ideological context. Over time, not only the "worker" is changing, but also the fundamental stereotypes change, but the man traditionally occupies a central place in the distribution of "work". The image of the "worker" go over from the pages of the city newspaper to the pages of the factory corporate press.

Keywords: worker, autostereotype, provincial press, city newspaper.

Вопросы взаимодействия и взаимовлияния средств массовой информации и общественного мнения волновали всегда, поскольку связаны во многом с «социально обусловленными схематически стандартными образами о своей и чужой этнической общности» [1, С.24], получившими в науке название автостереотипы. Представленный термин чаще всего рассматривается в работах по этническим, национальным или межнациональным проблемам. Однако нам кажется интересным рассмотреть, каким образом формируется и транслируется образ рабочего как автостереотип. Материалом для исследования послужили публикации жителей Шадринска на страницах городских газет на тему трудовой деятельности. При изучении концепта «труд» на материале публикаций жителей города в городских газетах был выявлен образ рабочего, который развивался в зависимости от исторических реалий. В процессе изучения ассоциативного ряда концепта стала четко видна исторически формируемая градация образа рабочего, который выступает как основной субъект труда, и ставится в прямую зависимость от ценности «труда», «работы» и «производства» как вида деятельности.

Стоит отметить, что 1913 – год выхода первого периодического печатного органа в городе

Шадринске, но до 1917 года новости имели в основном светский характер. До момента возникновения модели «советской газеты» практически не встречаются материалы, репрезентирующие изучаемый образ. Поэтому можно говорить, что первым (с точки зрения хронологии) формируется образ «рабочего-революционера», который наиболее точно и ярко в провинциальной прессерепрезентируется через культурные комментарии. Одним из символов событий первой русской революции стала скульптура И. Шадра «Булыжник – орудие пролетариата». Описание внутреннего состояния революционного рабочего реализуется через описание внешних качеств и выбранной скульптором позы: «Полная стремительного движения фигура крепко стоит на каменистой земле: нелегко ее сбить с ног. Из-под густых разлетающихся прядей волос, упавших на нахмуренный лоб, и сдвинутых в гнев бровей смотрят устремленные вперед глаза, полные сосредоточенной ненависти и презрения. Этот потрясающий по силе обобщения и выразительности образ полный энергии и суровой решительности...» [7, С.4].

В послереволюционное время рабочий воспринимается как часть большого

производственного процесса – «это не люди, а просто винтики, части большого механизма» [5, С.6]. Именно поэтому рабочий должен проявлять преданность труду – «самоотверженный труженик» [6, С.3], «всю душу вкладывали в свое любимое дело» [8, С.2], должен быть скромным и малозаметным. Для рабочего производственника это означает еще и отсутствие стремления к славе и особому достатку. Подобное описание и создание образа продержится практически неизменным до начала Великой отечественной войны.

В годы войны рабочий приобретает дополнительные характеристики и появляется следующая ступень – стахановец. Этот образ выступает как своеобразная похвала трудовой деятельности. Можно говорить, что прилагательное «стахановский» (особенно в послевоенное время) становится «категорией превосходящей, т.е. народ стремился не просто выполнять план, а перевыполнять норму в 2-3 раза, не просто производить, а давать «стахановскую выработку», превосходящую обычную в несколько раз, вести не просто трудовую вахту, а именно «стахановскую вахту» 24 часа» [12, С.443]. Заданный системой общественный настрой «догнать и перегнать» в послевоенное время вне зависимости от смены руководства партии останется незабываемым, поскольку в полной мере соответствует стремлению удержать лидирующие позиции государства на мировой арене. Рабочий-«стахановец» – тот герой, который нужен государству.

К началу 80-х годов XX века под влиянием технического прогресса и необходимости экономии ресурсов наблюдается ценностное изменение в труде – если «стахановец» должен был трудиться интенсивнее, то «рационализатор» должен трудиться интеллектуально. Но уже к концу 80-х о рационализаторстве начинают говорить все реже со страниц провинциальных газет. Можно сделать вывод, что и такая деятельность становится не актуальной (хотя необходимость в ней не исчезла) – «не так быстро... обстоит дело с внедрением предложений» [2, С.3].

В конце XX века происходит очередная трансформация образа рабочего. С одной стороны, это по-прежнему «добрые, открытые, трудолюбивые люди, в то же время требовательные к себе и подчиненным» [9, С.2]. Однако рабочий больше не спокоен, ведь ему постоянно приходится думать о своем личном будущем и в меньшей мере о будущем страны. Переход на рыночную экономику приводит к тому, что рабочие «перестали верить в лучшее. На лицах печать уныния и скептицизма, горечи и разочарования» [4, С.2]. Качество работы определяется финансовыми критериями, выстраивается модель «хорошая работа – прибыльная работа». Однако в сложившихся условиях даже хорошая работа не может выступать гарантом прибыльности, а значит и счастливого будущего. Ощущается лишь безвыходность,

отчаяние и шаткость рабочего положения – и в этом основной эмоциональный фон образа рабочего конца XX века.

После 2000 года происходит исчезновение материалов непрофессионального общественно-политического дискурса на страницах городской газеты. Однако в рамках данного исследования нам кажется актуальным обратить внимание на наиболее популярные мужские стереотипы «дня сегодняшнего», поскольку после ухода образа рабочего со страниц городских провинциальных газет его место занимают другие образы.

Специальное научное исследование по данному вопросу нами не было проведено, однако опираясь на работы Соколовой Е.А. [10, 11] можно говорить, что наиболее популярными мужскими образами в провинциальных городских газетах в 2010-х стали: «босс» (руководитель среднего ранга), «силовик» (представитель силовых структур), «богема» (деятель искусства местного значения), «счастливый фермер» (мелкий предприниматель сельской местности), «маргинал» (как правило, преступник). Как мы видим места простому рабочему производственнику на страницах городских газет не нашлось.

В другом исследовании уделяется внимание гендерным ценностям в корпоративной культуре [3], объектом исследования выступает корпоративная газета «Автоагрегат» (по своей типологической модели более подходит под понятие «заводская многотиражка»). При анализе публикаций были выявлены следующие образы: «профессионал» (доминанты – знание, профессиональный опыт, умение творчески мыслить и т.д.), «отличник производства» (доминанта – преданность любимому делу, работа с полной отдачей), «руководитель» (доминанта – организация работы трудового коллектива и т.п.), «спортсмен» (доминанта – выносливость, сила и т.д.), «творческая личность» (доминанта – служение таланту, красоте и гармонии), «защитник» (заводчане-ветераны Великой Отечественной войны). Очевидно, что наибольший интерес для нас представляет образ «отличник производства», в котором встречаются описываемые в образе рабочего качества – отзывчивость, инициативность, отличное знание рабочего инструмента и техники, «умелые руки», работают «с душой» не боятся братья за новое, рационально используют время, трудятся с полной отдачей, любят свою работу. Получается, что современный образ рабочего строится шаблонами советской печати. Неудивительно, что популярность рабочей специальности значительно упала. Поскольку со страниц газет на нас смотрит все тот же рабочий-стахановец-рационализатор. Журналисты не пытаются найти новых подходов к созданию рабочего (хоть и в большинстве своем герои такого рода публикаций исключительно положительные), поэтому он выглядит как «картинка из прошлого».

Можно сделать вывод, что образ рабочего эволюционировал от «крепко стоящего на каменистой земле» через «самоотверженного труженика», спокойного и точного стахановца и новатора, в труженика, «испытывающего все трудности, которые выпали на долю народа», для которого труд больше не праздник. А в современной городской газете рабочий

рассматривается лишь как корпоративное «достояние» завода и внимание к данному образу напрямую зависит от масштаба производства и уровня влияния завода на городскую инфраструктуру. В то время как ведущими стереотипными образами становятся руководители, деятели искусства, чиновники и силовики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александров, А.А. Роль средств массовой информации в формировании этнонациональных отношений на региональном уровне [Текст] / А.А. Александров, Л.С. Карымова // Социум и власть. – 2011. – № 2. – С. 24–27.
2. Галяминских, Л. Источник радости [Текст] / Л. Галяминских // Шадринский рабочий. – 1982. – 25 июня. – С. 3.
3. Гендерные ценности корпоративной культуры [Текст] / Н.Ю. Ланцевская // Гендерная проблематика в СМИ : коллект. моногр. – Шадринск : ШГПИ, 2013. – С. 32–41.
4. Ильиных, С. Капканы нищеты [Текст] / С. Ильиных // Шадринская новь. – 1991. – 8 февраля. – С. 2.
5. Как живут и работают шадринские рабочие [Текст] // Рабоче-крестьянская правда. – 1925. – 11 октября. – С. 6.
6. Климов, А. 20 лет у станка [Текст] / А. Климов // Шадринский рабочий. – 1950. – 25 февраля. – С. 3.
7. Наумова, В. Булыжник – оружие пролетариата [Текст] / В. Наумова // Шадринский рабочий. – 1969. – 1 мая. – С. 4.
8. Нечеухин, А. Успех обязывает [Текст] / А. Нечеухин // Шадринский рабочий. – 1982. – 17 октября. – С. 2.
9. Подберезных, Л. Взаимопомощь – залог успеха [Текст] / Л. Подберезных // Исеть. – 1991. – 9 октября. – С. 2.
10. Соколова, Е.А. Мужские гендерные стереотипы в региональной прессе [Текст] / Е.А. Соколова, Л.Ю. Черепанова // Гендерная проблематика в СМИ: коллект. моногр. – Шадринск : ШГПИ, 2013. – С. 93–103.
11. Соколова, Е.А. Типология гендерных стереотипов в медийном пространстве провинциального города [Текст] / Е.А. Соколова // Социокультурное пространство русского провинциального города : коллект. моногр. – Шадринск : Шадринский Дом Печати, Каргапол. фил., 2011. – С. 202–216.
12. Ястремская, Ю.А. Рабочий как компонент концепта «труд» на страницах городской провинциальной прессы (на примере газет города Шадринска 1917-1991 гг.) [Текст] / Ю.А. Ястремская // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 5, ч. 2. – С. 441–444.

REFERENCES

1. Aleksandrov A.A., Karymova L.S. Rol' sredstv massovoj informacii v formirovanii etnonacional'nyh otnoshenij na regional'nom urovne [The role of the media in the formation of ethnic relations at the regional level]. *Socium i vlast' [Society and power]*, 2011, no. 2, pp. 24–27.
2. Galyaminskih L. Istochnik radosti [Joy source]. *Shadrinskij rabochij [Shadrinsk worker]*, 1982, 25 iyunya, pp. 3.
3. Gendernye cennosti korporativnoj kul'tury [Gender values of corporate culture]. *Gendernaya problematika v SMI: kolekt. monogr. [Gender in the media]*. Shadrinsk: SHGPI, 2013, pp. 32–41.
4. Il'inyh S. Kapkany nishchety [Traps of poverty]. *Shadrinskaya nov' [Shadrinskaya nov]*, 1991, 8 fevralya, pp. 2.
5. Kak zhivut i rabotayut shadrinskie rabochie [How Shadrinsk workers live and work]. *Raboche-krest'yanskaya Pravda [Worker-peasant truth]*, 1925, 11 oktyabrya, pp. 6.
6. Klimov A. 20 let u stanka [20 years at the machine]. *Shadrinskij rabochij [Shadrinsk worker]*, 1950, 25 fevralya, pp. 3.
7. Naumova V. Bulyzhnik – oruzhie proletariata [Cobble-stone - weapon of the proletariat]. *Shadrinskij rabochij [Shadrinsk worker]*, 1969, 1 maya, pp. 4.
8. Necheuhin A. Uspekhi obyazyvaet [Success obliges]. *Shadrinskij rabochij [Shadrinsk worker]*, 1982, 17 oktyabrya, pp. 2.
9. Podberezhnyh L. Vzaimopomoshch' – zalog uspekha [Mutual assistance is the key to success]. *Iset' [Iset]*, 1991, 9 oktyabrya, pp. 2.
10. Sokolova E.A., Cherepanova L.Yu. Muzhskie gendernye stereotipy v regional'noj presse [Male gender stereotypes in the regional press]. *Gendernaya problematika v SMI: kolektiv. monogr. [Media Gender]*. Shadrinsk: SHGPI, 2013, pp. 93–103.
11. Sokolova E.A. Tipologiya gendernyh stereotipov v medijnom prostranstve provincial'nogo goroda [Typology of gender stereotypes in the media space of a provincial city]. *Sociokul'turnoe prostranstvo russkogo provincial'nogo goroda: kolekt. monogr. [The social and cultural space of the Russian provincial city]*. Shadrinsk: Shadrinskij Dom Pechati, Kargapol. fil., 2011, pp. 202–216.
12. Yastremskaya Yu.A. Rabochij kak komponent koncepta «trud» na stranicah gorodskoj provincial'noj pressy (na primere gazet goroda SHadrinska 1917-1991 gg.) [Worker as a component of the concept of “labor” on the pages of the city provincial press (for example, newspapers in the city of Shadrinsk 1917-1991)]. *Fundamental'nye issledovaniya [Fundamental researches]*, 2014, no. 5, part 2, pp. 441–444.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Ю.А. Ястремская, кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии и социогуманитарных дисциплин, ФГБОУ ВО «Шадринский государственный педагогический университет», г. Шадринск, Россия, e-mail: ja22-4@bk.ru, ORCID: 0000-0002-6299-9281.

А.П. Иглина, помощник ректора по связям с общественностью, ФГБОУ ВО «Шадринский государственный педагогический университет», г. Шадринск, Россия, e-mail: Nastya-reft@mail.ru.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS:

J.A. Yastremskaya, Ph. D. in Philological Sciences, Associate Professor at the Department of Philology, Social and Humanistic subjects, Shadrinsk State Pedagogical University, Shadrinsk, Russia, e-mail: ja22-4@bk.ru, ORCID: 0000-0002-6299-9281.

A.P. Iglina, Assistant rector for public relations, Shadrinsk State Pedagogical University, Shadrinsk, Russia, e-mail: Nastya-reft@mail.ru.