

**Ю. Н. Панина**

*Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург*

**Y.N. Panina**

*St. Petersburg State University, St. Petersburg*

**ПРОФСОЮЗНАЯ ПРЕССА: АНАЛИЗ ТИПОЛОГИЧЕСКИХ  
ПРИЗНАКОВ И ФУНКЦИЙ  
THE TRADE UNION PRESS: ANALYSIS OF TYPOLOGICAL  
FEATURES AND FUNCTIONS**

*Ключевые слова: типология периодической печати, функции прессы, профсоюзные СМИ, аудиторная направленность*

*Keywords: typology of the periodical press, functions of media, trade union media, audience orientation*

*Статья посвящена профсоюзной прессе в аспекте типологии. Автор анализирует типологические признаки, функциональное назначение и некоторые методы организации работы профсоюзной периодики. Описывается аудиторная направленность этого типа изданий, связанная с набором выполняемых функций.*

*The article is devoted to the trade union press in the aspect of the typology. The author analyses the typological features, functionality and some methods of organization of the trade union periodicals. Describes the audience orientation of this type of media associated with a set of performed functions.*

Профсоюзные издания являются по своей сути специализированными, и необходимо подчеркнуть, что функциональная основа специализированной периодики – это регулярное обновление познавательной, полезной, специальной информации, помогающей аудитории быть социально и профессионально ориентированной. Профсоюзная пресса – это особая информационная система, функции которой состоят в обеспечении коммуникации внутри профсоюзной группы и которая обладает единым категориальным признаком – профсоюзной проблематикой, раскрывающей политико-идеологическую и социокультурную природу профессионального союза.

Как и другие средства массовой информации, издания профсоюзных организаций квалифицируются по всем формально-технологическим и неформально-содержательным типологическим основаниям. Первая группа типологических критериев определяется формальным визуальным обликом издания, его статусом и закреплена в учредительных документах издания. Вторая группа критериев определяется исходя из предметно-аудиторной направленности издания и набора его функций.

Характеристики издания и распространения профсоюзной периодики (формально-технологическое основание) представляют собой сложный

многоуровневый критерий, включающий периодичность, тираж, ареал распространения и другие признаки. В случае профсоюзной прессы типологическая дифференциация по ареалу распространения почти всегда коррелирует с дифференциацией по признаку учредителя, поскольку учредителями профсоюзных изданий являются организации профсоюзов различных регионов и территориальных единиц, объединенные в единую систему общероссийских профсоюзов.

Опираясь на критерий ареала распространения, мы можем утверждать, что в системе российской профсоюзной периодики нет общенациональных изданий. Даже самые крупнотиражные газеты имеют достаточно ограниченный ареал распространения, доставляются лишь в некоторые регионы и не являются общедоступными. Таким образом, периодические издания профсоюзов классифицируются по региону распространения следующим образом: *надрегиональные* (например, газета «Солидарность», учредитель – Федерация независимых профсоюзов России; газета «Воздушный флот», учредитель – Общероссийский профсоюз авиационных работников; газета «Сигнал», учредитель – Российский профсоюз железнодорожников и транспортных строителей и т.д.); *региональные* (издания территориальных объединений организаций профсоюзов, такие как газета «Профсоюзы Приамурья», учредитель – Федерация профсоюзов Амурской области; газета «Единство», учредитель – Белгородское областное объединение организаций профсоюзов и т.д.); *местные* (издания местных профсоюзов, первичных профсоюзных организаций, например, газета «Сегодня», учредитель – первичная профсоюзная организация ОАО «Ковровский механический завод»; «Вестник профсоюза “Северсталь”», учредитель – первичная профсоюзная организация ОАО «Северсталь» и т.д.)

Тиражи и периодичность надрегиональных и региональных профсоюзных изданий варьируются в зависимости от учредителя и составляют в среднем от двух до трех тысяч экземпляров, периодичность – от одного до двух раз в месяц. Тиражи многих газет и журналов общероссийских профсоюзов, составляющие несколько тысяч и даже сотен экземпляров, распространяются в границах профсоюзных организаций, по адресной рассылке, а порой и вовсе не выходят за пределы кабинетов руководителей. Анализируя тиражи и периодичность выхода профсоюзных изданий, мы практически всегда имеем в виду зарегистрированные газеты и журналы, отвечающие требованиям легального функционирования и обладающие сформированной организационно-правовой моделью. Однако для полноты исследования мы не должны забывать, что спектр профсоюзной периодики наполняется также малотиражными, незарегистрированными изданиями различной периодичности.

Обращаясь ко второй группе типологических оснований – формально-содержательных, мы должны принимать во внимание, что специализированные издания, следовательно и профсоюзные, являются подгруппой аналитической прессы. Ориентируясь на концептуальную схему, разработанную петербургскими исследователями (Массмедиа российского

мегаполиса, 2009: 181), мы определяем профсоюзное издание в видовом отношении как издание аналитическое по содержанию и специализированное по типу.

Общая задача специализированных изданий, в основе которых лежит аналитический способ отображения действительности, состоит в том, чтобы разъяснить суть различных общественных событий, феноменов, показывать тенденции их развития, анализировать опыт решения различных задач, способствовать осмыслению современных явлений и процессов. Как правило, журналисты аналитических изданий, создающие материалы в аналитических жанрах, пользуются способами обработки и подачи фактов, отличными от способов развертывания фактов в информационных произведениях. В интерпретирующей журналистике ситуации изучаются с помощью методов обобщения, анализа, синтеза. Безусловно, те или иные признаки аналитической журналистики могут быть выявлены в специализированных изданиях в большей или меньшей степени, хотя бы в силу лишь относительной выявленности границ этой типологической группы.

Однако в целом мы можем определить «идеальный тип» профсоюзного специализированного издания: это издание, имеющее особую аудиторно-тематическую направленность, отличающееся ориентацией на ту или иную проблему и отвечающее основным критериям идентичности аналитической прессы. Как правило, читатель специализированного издания ожидает от его авторов способности недогматически, рефлексивно подходить к излагаемому материалу, не только сообщать факты, но и анализировать их. Тем не менее, действительность демонстрирует, что тенденция к повышению спроса на аналитику сопровождается и противоположной тенденцией – смещением функционала современных профсоюзных изданий в сторону информирования и фиксации действительности. Так, среди изданий профсоюзных организаций Федерации независимых профсоюзов России более 50% – информационные листки, информационные бюллетени, сборники, дайджесты, не имеющие отношения к журналистике издания, выполняющие функцию отчета и легитимизации профсоюза как общественной организации (Информационные ресурсы членских организаций ФНПР, 2011).

При определении типа любого периодического издания вид аудитории является одной из главных характеристик (Тулупов, 2003: 69). Различают массовую, профессионально-специализированную, научную и другие аудитории. Мы определили, что профсоюзные СМИ выходят для сегментированной по социально-профессиональному признаку аудитории для удовлетворения ее потребности в тематической, специализированной, отраслевой информации и формирования профессиональной идентичности.

Аудитория, как главный типологический признак, непосредственно связана с функционалом этого типа СМИ. В целом, набор функций и учредительные принципы профсоюзной периодики нацелены на позиционирование профсоюза как общественной организации в

территориально-географическом, политическом, социокультурном и других пространствах и тем самым призваны создать «зону влияния» над теми, кто вступает во взаимодействие с этой организацией. Чтобы привести аргументы к данному тезису, рассмотрим подробнее те функции, которыми профсоюзные организации наделяют выпускаемые издания. Эти функции, в явной и скрытой форме реализуемые в прессе профсоюзов, описаны в концепциях, стратегиях информационного развития, других организационно-учредительных документах профсоюзных организаций различного уровня.

1. СМИ – источник значимой и полезной информации для определенной целевой аудитории. Для профсоюзов печать является незаменимым поставщиком важной информации, механизмом отбора, препарирования и редукции актуализированной информации, инструментом социально-коммуникативных технологий. О том, какая информация важна и полезна для читателей профсоюзных газет, мы узнаем, например, из материалов постоянно действующего семинара по информационной работе в Объединении организаций профсоюзов Республики Бурятия. В документе содержатся следующие рекомендации для работников профсоюзной прессы:

«Информирование должно обеспечить:

- знание прав и преимуществ членов профсоюза (через пропаганду и изучение Устава профсоюза, Положения о первичной профсоюзной организации, Федеральных законов: «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности», Трудового кодекса РФ);

- знание того, что делает профком и каковы результаты его деятельности (через ознакомление работников с планами работы профкома, постановлениями профкома, собраний и конференций, с отчетными докладами и информацией профкома, обращениями и т. д.);

- знание о деятельности профсоюзных органов (через ФНПР, ООП РБ, республиканские, районные комитеты Профсоюза, ознакомление с материалами профсоюзных изданий)» (Материалы постоянно действующего семинара «Информационная работа в профсоюзах», 2010).

При этом следование подобным рекомендациям без взвешенной редакционной политики и тематического планирования часто сужает повестку дня и приводит к тому, что в современной профсоюзной периодике место серьезных аналитических обзоров, глубоких проблемных статей все чаще занимает перепечатка документов и материалов руководящих органов, информация об их деятельности, информационные материалы организационной направленности. Однако, как уже отмечалось, специализированные издания, к которым мы относим и профсоюзные, должны характеризоваться высоким качеством предоставляемых информационных продуктов и глубиной проработки освещаемых проблем.

2. СМИ – средство легитимизации и мобилизации. Профсоюзные издания становятся инструментом обоснования и обнародования решений руководства профсоюзов, что делает легитимным деятельность этих организаций и формирует лояльность рядовых членов профсоюза к руководству. При этом профсоюзные СМИ – канал прямой мобилизации.

Лидеры организаций посредством СМИ могут организовывать группы для обсуждения и решения проблем, принятия каких-либо решений, выполнения (или, напротив, невыполнения, определенных действий). Побуждение к определенным действиям (или к бездействию) происходит посредством как прямых обращений через СМИ, так и посредством обнародования дозированной информации на протяжении длительного количества времени.

3. СМИ – индикатор социальных проблем. На наш взгляд, представленный выше «информационный набор» не соответствует социокультурным целям профсоюзной периодики, согласно которым СМИ должны предупреждать появление трудовых конфликтов, оценивать признаки нарастания напряженности, принимая во внимание дальнейшее возможное развитие событий, обозначать меры для преодоления конфликта, прояснять аспекты проблемы, чтобы в дальнейшем предупредить ситуации с предсказуемой перспективой развития. Все это характеристики так называемой «превентивной журналистики», которая может и должна найти воплощение в профсоюзной прессе.

Такие традиционные функции прессы, как ориентационно-регулятивная, отражательно-прогностическая, интегративная, замещаются в профсоюзной прессе функциям легитимизации профсоюза, а также отчасти функцией пиар. Также на профсоюзные издания возлагаются отчетно-координационная (координация деятельности членов профсоюза, организация обратной связи и распространение информации о деятельности всех структур профсоюза, отчеты об организации и проведении коллективных действий) и информационно-разъяснительная (обеспечение постоянного информирования членов профсоюза о деятельности, позиции, целях профсоюза, разъяснение спорных трудовых вопросов) функции. Следовательно, пресса профсоюзов, выполняя эти функции, уходит от собственно журналистики к распространению пропагандистской и организационной информации.

При этом, на наш взгляд, ориентация на заданные функциональные установки не снимает с профсоюзной прессы задачу отстаивать право общественности на доступ к достоверной, полной и общественно значимой информации. Профсоюзная печать, несомненно, должна оказывать информационную поддержку организациям профсоюзов, но при этом сохранять свою независимость в выборе содержательно-тематической модели, поскольку успешность издания во многом зависит от доверия читателей, которое, в свою очередь, базируется на взвешенном походе журналистов к публикуемой информации.

### **Литература**

1. Информационные ресурсы членских организаций ФНПР: справочные материалы. – М.: Федерация независимых профсоюзов России, 2011. – 54 с.
2. Массмедиа российского мегаполиса: типология печатных СМИ – СПб.: Роза мира, 2009. – 323 с.

3. Тулупов В. В. Типология газеты: системный подход // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвузовск. научно-практическ. конф. – СПб.: Роза мира, 2003. – С. 69 – 70.

### **Источники примеров**

1. Материалы постоянно действующего семинара «Информационная работа в профсоюзах» Объединения организаций профсоюзов Республики Бурятия [Электронный ресурс]. - – Электрон. данные. – 2012. – Режим доступа: <http://www.ooprб.ru/ooprб/modules/catalogue/ShowCatalogue.php?id=214>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус., 20.04.2012.

### **References**

1. Information resources of affiliates FITUR: reference materials. – Moscow: Russian Federation of Independent Trade Unions, 2011. – 54 p.
2. Media of the Russian metropolis: typology of print media – St. Petersburg.: Peace Rose, 2009. – 323 p.
3. Tulupov V.V. Typology of newspapers: a systematic approach // Media in the modern world. Petersburg readings: Interuniversity. Scientific-practical. conf. – St. Petersburg.: Rose of the World, 2003. – p. 69-70.

### **Sources of examples**

1. Materials of standing seminar "Information work in the trade unions" Association of trade union organizations of the Republic of Buryatia [electronic resource]. – Electron. data. – 2012. – Mode of access: <http://www.ooprб.ru/ooprб/modules/catalogue/ShowCatalogue.php?id=214>, free. – Caps. from the screen. – Lang. Rus., 20.04.2012.

**(0,4 п.л.)**