

# ИЗВЕСТИЯ

Уральского федерального  
университета

Серия 1  
Проблемы образования,  
науки и культуры

2014

№ 4 (132)

# IZVESTIA

Ural Federal University  
Journal

Series 1  
Issues in Education,  
Science and Culture

2014

№ 4 (132)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

- В. А. Кокшаров**, ректор УрФУ,  
председатель совета
- Д. В. Бугров**, директор Института  
гуманитарных наук и искусств УрФУ
- М. Б. Хомяков**, директор Института  
социальных и политических наук УрФУ
- В. В. Алексеев**, акад. РАН
- А. Е. Аникин**, чл.-корр. РАН
- В. А. Виноградов**, чл.-корр. РАН
- А. В. Головнев**, чл.-корр. РАН
- С. В. Голынец**, акад. РАН
- К. Н. Любутин**, проф. УрФУ
- А. В. Перцев**, проф. УрФУ
- Ю. С. Пивоваров**, акад. РАН
- А. В. Черноухов**, проф. УрФУ
- Т. Е. Автухович**, проф. (Белоруссия)
- Д. Беннер**, проф. (Германия)
- Дж. Боулт**, проф. (США)
- П. Бушкович**, проф. (США)
- М. М. Гиршман**, проф. (Украина)
- М. Гудерцо**, проф. (Италия)
- Л. Инчуань**, проф. (Тайвань)
- А. Ковач**, проф. (Румыния)
- Н. Коллман**, проф. (США)
- Дж. Майклсон**, проф. (США)
- А. Мустайоки**, проф. (Финляндия)
- Б. Ю. Норман**, проф. (Белоруссия)
- М. Перри**, проф. (Великобритания)
- Х. Рюсс**, проф. (Германия)
- Г. Саймонс**, проф. (Швеция)
- К. Хьюитт**, проф. (Великобритания)
- А. Федотов**, проф. (Болгария)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ СЕРИИ

- Главный редактор  
**В. М. Амиров**,  
канд. филол. наук, доц.
- Ответственный секретарь  
**Л. А. Хухарева**
- Члены редколлегии
- Б. Н. Лозовский**,  
докт. филол. наук, доц.
- М. М. Ковалева**,  
докт. филол. наук, проф.
- В. Ф. Олешко**,  
докт. филос. наук, проф.
- И. В. Зиновьев**,  
докт. филос. наук, доц.
- Э. В. Чепкина**,  
докт. филол. наук, доц.
- Л. Л. Рыбцова**,  
докт. социол. наук, проф.
- А. П. Чудинов**,  
докт. филол. наук, проф.
- Т. А. Галеева**,  
канд. искусствоведения, доц.
- Т. Ю. Быстрова**,  
докт. филос. наук, доц.
- И. Б. Бритвина**,  
докт. социол. наук, доц.
- В. В. Запарий**,  
докт. ист. наук, проф.
- Г. Е. Зборовский**,  
докт. филос. наук, проф.
- Р. Коул**, проф. (США)
- В. Батмаз**, проф. (Турция)
- Лей Юцзе**, проф. (Китай)

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЖУРНАЛИСТИКА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

- Кириллова Н. Б.* Экранная публицистика как метафора эпохи демократии ..... 5
- Амири Л. П.* Игровая природа лексико-семантической омонимии, или Семантический каламбур в современной рекламной коммуникации ..... 13
- Верещагина Н. О., Булатова Э. В.* Языковые средства непрямой коммуникации в медиатекстах Дм. Соколова-Митрича ..... 19
- Свечков Д. Ф.* Влияние СМИ на аудиторию во время экономического кризиса ..... 28
- Татаренкова Д. С.* Образ осужденного в российских СМИ ..... 36
- Юсупова А. М.* Современная Россия в зеркале социальных иллюзий ..... 46
- Набиева Е. А.* Особенности индивидуального стиля Сергея Голубицкого ..... 51
- Фролова Т. И.* Исторический опыт конструирования гуманитарной повестки СМИ ..... 59
- Антошин А. В., Антошин В. А.* Оппозиционный журналист в дореволюционной России: сотрудник газеты «Голос Урала» Ф. Н. Лебедев (Ф. Сибирский) в период избирательной кампании в IV Государственную думу ..... 75
- Калинина Н. Ю.* Книги и журналы как средство распространения знаний о модных тенденциях на территории Тобольской губернии в конце XIX — начале XX в. .... 81

### Медиаэкономика

- Большаева С. А., Макшакова А. С.* Нематериальные активы медиа-предприятия в контексте экономики знаний ..... 86

### СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ

- Гудова М. Ю.* Женское чтение в социальных сетях ..... 94
- Старостова Л. Э.* Уральская индустриальная биеннале современного искусства

как поиск территориальной идентичности ..... 100

- Головнева Е. В.* Концепт «регион» в контексте теории социального конструктивизма ..... 113
- Ильичев Д. В.* Коллекционеры-галеристы Екатеринбурга и их роль в формировании арт-рынка (1990–2010 гг.) ..... 123

### УГОЛ ЗРЕНИЯ

- Зборовский Г. Е.* Гражданское общество в зеркале социологии ..... 135

### ПЕДАГОГИКА

- Залеский М. Л., Скобло М. Р.* К вопросу о преподавании физики студентам гуманитарных специальностей: теория и практика ..... 147
- Дорошенко В. А., Запарий В. В.* Об адаптации учебных программ прикладного бакалавриата в технических вузах ..... 154

### ПСИХОЛОГИЯ

- Дудина М. Н.* Ассертивное поведение в этико-педагогическом дискурсе ..... 163

### В ЛАБОРАТОРИИ УЧЕНОГО

- Зубакина Т. Н., Чудинов А. П.* Метафорическое моделирование событийного сюжета «Зарождение фашизма» в политическом дискурсе П. фон Гинденбурга и У. Черчилля ..... 173

### ЛЮДИ НАУКИ

- Емельянов Б. В., Ионайтис О. Б.* Демидовские премии Никиты Яковлевича Бичурина ..... 181

### MEMORIA

- Малахеев И. В.* Легендарный редактор ..... 189

### ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

- Олешко Е. В.* Журналист как субъект информационной деятельности в Глобальной сети ..... 202
- Summa ..... 207

# ЖУРНАЛИСТИКА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

УДК 791.43:070 + 321.7

Н. Б. Кириллова

## ЭКРАННАЯ ПУБЛИЦИСТИКА КАК МЕТАФОРА ЭПОХИ ДЕМОКРАТИИ

В статье на материале уральских документальных фильмов и программных лент Открытого фестиваля неигрового кино «Россия» рассматривается эволюция экранной публицистики как метафоры эпохи демократии.

**Ключевые слова:** демократия; документальное кино; документальный экран; экранная культура; экранная публицистика; метафора; метафорический смысл; свобода слова.

Экранная культура Урала, как и страны в целом, в 1990-е гг. пережила свой кризис. Кинематограф, наиболее тесно связанный с современными технологиями и материально-финансовым обеспечением производственного процесса, оказался чувствительней всего к кризисным явлениям в экономике и вторжению рынка, что обусловило резкий спад производства отечественных фильмов (игровых, документальных, научно-популярных и др.) и низкий уровень их конкурентоспособности в условиях рынка. Далее последовал развал идеологически выстроенной системы кинопроката и организации зрительской аудитории. К важнейшим факторам следует также отнести интенсивное развитие федерального и регионального телевидения, ставшего основным способом демонстрации фильмов, резкое изменение культурно-досуговых интересов подростков и молодежи, которые традиционно составляли наиболее «массовую» аудиторию кинотеатров, появление и распространение новых технических средств и альтернативных способов проведения досуга [1, 301–302].

В 1990-е гг. резко падает объем кинопроизводства на единственной в нашем регионе Свердловской киностудии. Конечно, художественные фильмы уральских

---

КИРИЛЛОВА Наталья Борисовна — доктор культурологии, профессор кафедры культурологии и социально-культурной деятельности Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: urfo@bk.ru).

© Кириллова Н. Б., 2014

киномастеров разных лет достаточно широко идут на телеэкране: «Угрюм-река», «Демидовы», «Приваловские миллионы» и «Перед рассветом» Я. Лапшина, «Трембита» и «Арифметика любви» О. Николаевского, «Семен Дежнев» и «Тайна золотой горы» Н. Гусарова, «Зеркало для героя» и «Макаров» В. Хотиненко и др.

Однако на первый план в общественном сознании в конце 1980-х — начале 1990-х гг. выходит экранная публицистика как метафора нового времени. У ее истоков — уральский кинематограф, который был широко известен не только игровыми лентами, но и кинодокументалистикой. Не случайно именно здесь, в Екатеринбурге, стал проводиться Открытый фестиваль неигрового кино «Россия», впервые состоявшийся в 1991 г., уже после распада СССР. Этот фестиваль стал первой в стране творческой лабораторией документального кино постсоветского периода.

Уральская кинопублицистика была хорошо известна и раньше. На Свердловской киностудии с конца 1940-х до 1960-х гг. работал один из основателей советского «этнографического» фильма А. Литвинов, поставивший здесь свои последние фильмы («По Чусовой», «Сокровища наших недр», «Урал — земля золотая» и др.). Здесь создали свои знаменитые «экологические» фильмы «Рассказ о камне», «Железный век», «Огненное копьё», «Будь полезен человечеству» Л. Рымаренко и В. Волянская. Работая на Свердловской киностудии, получил всемирную известность кинорежиссер Б. Галантер, чьи фильмы «Лучшие дни нашей жизни», «20 дней жаркого лета», «Джюльетта», «Ехала деревня», «Косынка» являются вершиной отечественной кинодокументалистики 1960–1970-х гг.

Уральская кинопублицистика эпохи «гласности» и «перестройки» представила и новый тип политического фильма, освобожденного от идеологического диктата. Достаточно вспомнить картины «Госпожа тундра», «А прошлое кажется сном...» (Гос. премия РСФСР, 1989 г.) и «Частушка — XX век» С. Мирошниченко, «Леший», «Камо грядеши» и «Тайное голосование» Б. Кустова, «Июльский снег Уренгоя» и «Эх, Россия, ты Россия» Б. Урицкого, «Ходоки» и «Тот, кто с песней» В. Тарика и др. Эти фильмы, по-настоящему демократичные, стали призерами многих международных кинофестивалей, определив дальнейшие пути развития российской кинодокументалистики. А ведь они были поставлены еще до того, как появился Закон РФ «О СМИ», отменивший цензуру и провозгласивший свободу слова и творчества<sup>1</sup>.

Публицистический накал первых лет перестройки постепенно иссяк, и в уральском кино, как и на телевидении постсоветского периода, возникло состояние растерянности перед хаосом новой реальности. Впрочем, в отдельных случаях кинодокументалистика сумела взглянуть на постсоветскую ситуацию с определенной долей иронии и сарказма. Первым в этом ряду стал фильм Б. Кустова «Новые сведения о конце света» (1991), поставленный в уникальном для документального экрана жанре «фантастической комедии». Его героями стали черные и белые маги, хироманты и экстрасенсы, астрологи и политики, среди которых нетрудно узнать и основоположников марксизма-ленинизма, и современных политических деятелей.

<sup>1</sup> Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» № 93-ФЗ, 1991 г.

Метафорическим смыслом наполнена наиболее емкая и язвительная сцена, в которой последователи диалектико-материалистического учения о всемирно-исторической роли пролетариата как могильщика капитализма волокут неподъемное бревно своей теории на... свалку истории. И в свете августовских событий 1991 г. эти игровые кадры, вмонтированные в документальную ткань фильма, приобрели ошеломляюще пророческий смысл, что и было отмечено на Открытом фестивале «Россия» в 1991 г.

Сквозь призму «человечности», а не политического статуса рассмотрена режиссером А. Сокуровым в картине «Пример интонации» (Пермская студия детских и юношеских фильмов) личность такого государственного масштаба, как первый Президент России (картина снималась задолго до августовского путча 1991 г.).

Есть такой прием в американской политической игре: если вы хотите вызвать симпатии к политику, покажите его в кругу семьи. Так и поступил Сокуров, создав свой фильм о Ельцине. И, наблюдая за лидером, пьющим чай на кухне скромного загородного дома, начинаешь понимать, что Сокуров «работает» на имидж человека, выбранного им в герои. Сокуровский Ельцин — это работяга, которому предназначено тащить груз ответственности за народ, доверивший ему свою судьбу.

«Пример интонации», однако, скорее констатирует, чем убеждает. И трудно сказать, откровенен Ельцин или актерствует, хотя видно, как старается режиссер, чтобы та или иная сцена выглядела естественно. При просмотре фильма еще раз ловишь себя на мысли, насколько иррациональна документалистика А. Сокурова... Долгие паузы; раздражающий скрип шагов на снегу, делающий невозможным диалог; длинный-предлинный крупный план Ельцина; монотонно-долгое движение автомобиля по автострате — стиль скорее претенциозен, чем художественен. И все же Сокуров есть Сокуров. В его картине есть то, чего недостает большинству документальных фильмов: личность героя, яркая индивидуальность автора, то есть «своя» интонация» [1, 305].

Кстати, через несколько лет, в 1996 г., на Свердловской киностудии будет создана еще одна картина о Б. Н. Ельцине — документальная кинодиалогия «Превратности судьбы» (автор сценария и режиссер — В. Савчук), снятая в достаточно традиционной для документалистики манере, что сделало ее своеобразной «энциклопедией жизни» первого Президента России.

Далек от расхожих штампов фильм молодого режиссера Красноярского филиала уральской киностудии С. Князева «Как нам дается благодать...». Короткий двадцатиминутный рассказ о нескольких эпизодах одного дня жизни молодого священника (в начале 1990-х гг. это был новый тип экранного героя) пронизан искренностью и теплотой, добросердечностью и юмором.

Рассказ об обыкновенном человеке, чаще всего из глубинки, как правило, бессребренике, ищущем «свою» дорогу в жизни, стал основой многих, пусть и не во всем совершенных уральских фильмов: «Никола-работник» режиссера В. Ярмошенко, «Обыкновенная жизнь Вызова» режиссера В. Ротенберга и др. Необычайно привлекательны по своей творческой манере и эмоциональному строю такие камерные ленты, как «Анастасия» (режиссер Т. Васильева) и «Я ехала домой...» (режиссер Л. Уланова). Каждая из них, по-своему исследуя своеобразный женский

характер, поведала о духовном дефиците нашего времени — дефиците доброты, милосердия, сострадания.

Обозначившийся тематический поворот поставил перед кинодокументалистами в 1990-е гг. новые, более сложные творческие задачи. Для того чтобы на документальном экране возникло не «информационное» изображение человека, а «образ человека», его надо познать и найти способ это познанное проявить.

Одним из самых заметных фильмов этого направления стал фильм Г. Дегальцева «Кто косит ночью?» (1991). Все его содержание — неторопливый подробный показ того, как трудится, чтобы выжить (ухаживая за коровой, заготавливая сено, плотничая), старый одинокий крестьянин Василий Филиппович Филиппов. Эмоциональный эффект и гуманистический настрой этой в общем-то безыскусной, неброской ленты основан на том, что герой с малых лет слепой... Уже давно судьба поставила его перед жестоким выбором — быть или не быть. Он выбрал жизнь, подчинился ее законам и, наверное, в чем-то сильнее любого из нас ощущает ее полноту. Образом большой обобщающей силы стал облик слепца, вышедшего косить ночью, красивыми, точными движениями подсекающего траву...

В определенном смысле фильм Г. Дегальцева, как и «Новые сведения о конце света» Б. Кустова, стал экранной метафорой первых постсоветских лет.

В 1996 г. был принят Закон РФ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации»<sup>2</sup>, в котором большое внимание уделяется кинохронике и документальной публицистике.

Благодаря этому в конце 1990-х — начале 2000-х гг., несмотря на резкий спад кинопроизводства (особенно игровых фильмов), документальный экран все больше становится зеркалом общества, отражая происходящие в нем изменения. Среди лучших работ уральских документалистов на рубеже веков выделяются фильмы Б. Кустова («Хомут для красного коня», «Косой брод»), В. Тарика («Армагеддон», «Теча», «Мужчина в доме, или Кевин Кейн в стране большевиков»), Л. Ефимова («Автопортреты», «Предчувствие»), а также А. Морозова («В зеркале Нейвы», «Рождество в Париже», «Миры Висима») и др.

Многие фильмы, ставшие заметным явлением в документальном кино, на рубеже веков ставятся на телевидении. К таковым относятся картины А. Балужева «Быкобой» и «Дыхание жизни», поставленные на СГТРК и получившие многочисленные призы на отечественных и международных кинофестивалях (к примеру, у «Быкобая» их было 8!). В 2003 г. А. Балужев за эти фильмы был удостоен Государственной премии РФ. Среди несомненных лидеров «нового» документального кино и картины телережиссера И. Снежинской «Капитал», «Без героя», «Человек с киноаппаратом». В русле новых творческих поисков документалистики — фильмы пермского телережиссера П. Печенкина «Человек, который запряг идею», «История Тюрина, художника и жертвы», «Два сына Язили Калимовой. Уинская мелодрама» и др.

Жанровое многообразие и пристальное наблюдение за непростой реальностью — основная особенность уральской кинопублицистики 2000-х гг. Взять, к примеру, неспешную повествовательную картину П. Печенкина «Два сына Язили

---

<sup>2</sup> Закон Российской Федерации «О государственной поддержке кинематографии РФ» № 126-ФЗ от 22.08.1996 (с изм. от 27.12.2000, 30.12. 2001).

Калимовой. Уинская мелодрама» (пермская студия «Новый курс»), которая позволила с массой деталей и с разных сторон раскрутить необычный сюжет, основанный на недоразумении, случившемся 22 года назад. Подвыпившая сельская акушерка перепутала двух родившихся в один день младенцев, и русская мать воспитала сына-татарина, а татарка — русского. Фильм демонстрирует последствия этой жизненной драмы: показывает самочувствие самих юношей, их родителей, членов семей, призывая к гуманности и единению.

Содержание документальных лент в начале 2000-х гг. становится все более жестким. Так, диагноз обществу выносится в картине Свердловской ГТРК «Свободная Лозьва» (режиссер С. Дерюшев, сценарист В. Ефремова), в которой развиваются параллельно «детская» (судьба брошенных родителями детей) и «колониистская» (жизнь преступников, отбывающих срок в колонии на севере Среднего Урала) линии.

Пример истории трагически-страшной — фильм «Давид» А. Федорченко (Свердловская киностудия), герой которого пережил и фашистские, и советские лагеря, пережил столько, что «хватило бы на несколько жизней». Фильм получил несколько престижных призов кинофестивалей и приз зрительских симпатий на Открытом фестивале «Россия» в 2005 г.

Вспоминается ситуация и с итогами XIII Открытого фестиваля неигрового кино «Россия» осенью 2002 г., когда жюри и пресса обсуждали критерии социально-художественной допустимости в искусстве. Дело в том, что жюри, возглавляемое высокопрофессиональным режиссером Глебом Панфиловым, вынесло решение, которое многих поставило в тупик.

Главный приз фестиваля был присужден фильму студии «Вертов и К» (Москва) «Мамочки», снятому режиссером из Ростова-на-Дону А. Расторгуевым, выпускником Санкт-Петербургской академии театрального искусства 1998 г. Протест вызвало не художественное качество фильма (он снят профессионально), а сам его материал, из-за которого начались споры на заключительной пресс-конференции жюри после объявления победителей.

Расторгуев на фестивальной афише — имя не новое. Он был отмечен еще в 1997 г., когда, будучи студентом, снял первую свою картину «До свидания, мальчики». В картине «Гора» (2001) он рассказал о бомжихе Ирине Горе, решившей родить ребенка, а в фильме 2002 г. «Мамочки» была показана атмосфера дна жизни и круг тех же героев. Только камера снимала историю некой Юли, в семье которой, кстати, Гора квартировала.

Содержание «Мамочек» — конфликт между матерью и сыном, заявившим, что полюбил Юлю и она ждет от него ребенка. Мать же предъявила сыну категорический ультиматум: не расстанется с Юлей — родной дом для него закрыт. Так он и оказался в семействе Юли, где грязь и мат, где круглые сутки пьяные лица, осоловелые глаза. Впрочем, и сам он не лучше: тоже пьет, сквернословит, да и с Юлей, пьяный, обращается не лучшим образом. Недаром режиссер говорит, что снял «чудовищно реальный фильм про любовь». Юля в свои совсем еще небольшие годы познала дно жизни в полной мере. Здесь даже мать — не родной человек, а думающая только о выпивке неопрятная баба, посылающая дочь переспать с кем попало, лишь бы та принесла ей на водку.

И в этой семье будет ребенок... Или не будет? По сути дела, на протяжении всего сюжета решается его судьба. Все-таки эта девочка родилась, хотя, появившись на свет, долго никак не хотела дышать. Акушерки все же ее оживили. Для какой жизни? И полноценным ли будет ребенок таких родителей?..

Не вызывает сомнений, что кинематографисты относятся к своим героям с сочувствием, а члены съемочной группы не просто снимали, но и пытались помочь Юле, вытащить ее из порочного круга. Правда, эти усилия не увенчались успехом. Не случайно на обсуждении картины публики и кинематографисты так много размышляли о жизни героев.

« Это фильм, который волнует, ранит, обдирает, будоражит, — объяснял свою точку зрения на заключительной пресс-конференции председатель жюри Глеб Панфилов. — Происходящее на экране касается каждого из нас. Для меня это фильм о том, как нищета убивает все человеческие чувства. О том, что должно стать главным для наших руководителей, которые нередко говорят, что вот, дескать, у нас нет национальной идеи. А мне кажется, что она есть — это борьба с нищетой. Мы часто употребляем слова: нищета духа. Но есть еще просто нищета, которая разрушает душу. Возможно, у кого-то сложится впечатление, что этот фильм — чернуха. Но чернуха — это когда смакуются черные стороны жизни. Нет, здесь не чернуха, а правда...» [цит. по: 2, 54].

Молчать о правде нельзя. Жизнь нашего общества на рубеже веков стала напоминать «пир во время чумы». Богатеющие на глазах «верхи» и социальное неблагополучие «низов». Авторы «Мамочек» не побоялись послать сигнал тревоги и сделать это в крайней, вызывающей шоковую реакцию форме...

Но страсти вокруг кинопублицистики кипели и на XV фестивале документального кино в Екатеринбурге осенью 2004 г.

В центре всеобщего интереса оказались две «молодежные» картины — «Внутренний джихад» Н. Сутырина (киностудия «Barrikada») и «Да, смерть» А. Полудиной (Высшие курсы сценаристов и режиссеров). «Радостно, что появляются молодежные фильмы на серьезную тему», — выразил свое мнение вообще-то не падкий на похвалы московский критик Виктор Матизен [цит. по: 3, 57]. А обе картины не просто серьезны — они о политике, которая, как принято у нас считать, молодежь не интересует.

Игорь Лисник, герой «Внутреннего джихада», поставленного нашим земляком, студентом ВГИКа Никитой Сутыриным, — музыкант, лидер группы «Acid umbrellas», призывающий вести борьбу за внутреннюю свободу. Он рассуждает вполне логично: поскольку-де существующая в стране политическая система сейчас «не для молодых», надо внедряться в нее, проявлять активность. Словом, 23-летний Игорь решил выдвинуть свою кандидатуру на выборах мэра Екатеринбурга, проходивших в декабре 2003 г. Конечно, его не избрали, да и сам он фактически был «подставой», игрушкой в руках более опытных политических сил. В то и дело возникающем в фильме диалоге двух молодых людей — Игоря и режиссера Сутырина — несостоявшийся мэр не обеляет себя, а говорит о случившемся так, как есть.

«Да, смерть» — фильм про «лимоновцев» из Национал-большевистской партии. И молодой режиссер тоже постарался нарисовать объективную картину явления, посмотреть на него, как на заслуживающую внимания общественную проблему.

Но если в предыдущем фильме стержень повествования — исповедальность, то режиссер Алена Полунина предпочитает репортажный рассказ, лишь время от времени прерываемый высказываниями партийных лидеров. Мы видим ребят — членов партии то на демонстрации, то на встрече Нового года. Видим, как они с юмором реагируют на информацию теленовостей о протесте, выраженном очень своеобразно: десять юных партийцев приковали себя наручниками на крыше Министерства юстиции, которое в очередной раз отказало партии в регистрации.

«— Наш бог — Россия, наша церковь — партия, наш пророк — Эдуард Лимоннов! — кричит молодежь во время одного из шествий...» [цит. по: 3, 57].

На своем знамени многие молодые режиссеры вполне могли бы написать: «Правду, ничего, кроме правды!» Правды предельной. Вместе с тем — и это, в первую очередь, доказывает фестиваль — их искусство гуманистично.

Именно эта черта — гуманизм роднит фильмы молодых с творчеством многих заметных представителей более старшего поколения.

Два последних фестиваля документального кино «Россия» — XXIII и XXIV — очередной раз продемонстрировали беспристрастность экранной публицистики в отражении жизни страны в условиях постсоветского пространства.

В умении говорить Правду — сила документалистики. Но сила Правды — и в возможности быть услышанной. Не случайно на фестивале «Россия-2012» жюри под руководством Сергея Пускепалиса предложило составить шорт-лист из шести картин, рекомендованных для просмотра Правительству РФ, «чтобы они поняли, каким народом руководят» [цит. по: 4, 56]. В список вошли «Трезвость» В. Тимощенко и Н. Шуваловой (о жизни убогих, больных и никому не нужных людей), «Остановите поезд» В. Резниченко (о ситуации на некогда знаменитом БАМе), «Валенки» Е. Ласкари (о Елецкой сапоговаляльной фабрике, ее рабочих, сумевших сохранить традиции старинного производства), «Праздник» Ю. Шиллера (о гибели современной деревни), «Дорога в ад» С. Сигалаевой (о стремлении многих россиян «свалить» за границу, чтобы обеспечить будущее своим детям) и «Широкие объятия» Ю. Киселевой (о жизни домов престарелых, где умирают забытые богом и людьми старики). Интонация пристального анализа и грустных размышлений отличает перечисленные фильмы [Там же].

Поисками истины и смысла жизни пронизаны многие программные ленты фестиваля «Россия-2013»: «Линар» А. Тарасовой и «Катя» А. Шишовой, «После войны» Е. Голынкиной и В. Соловьевой, «Моя родня» Р. Исмаилова. Об этом же фильм-поэма «Звездная пыль» безвременно ушедшего Анатолия Балугева — ностальгия о родине, о дорогих ему людях, о местах, где родился и вырос. Фильм «Березка» нашего земляка Андрея Титова — это новелла о любви, пронесенной через всю жизнь.

Главного приза жюри XXIV фестиваля «Россия» была удостоена картина мэтра экранной документалистики москвича Виктора Лисаковича «Мы не подписывали договор в Версале» — завершающая часть его исторической трилогии о Первой мировой войне и ее трагических для России последствиях.

В заключение хочется еще раз подчеркнуть особую роль экранной публицистики (кино- и телевизионной) в формировании основ демократического гражданского общества. В отличие от игрового или анимационного кинематографа

документальный экран, как говорил когда-то классик советского кино Д. Вертов, — это «мир без игры», «мир без маски». Информирюя и просвещая, анализируя и обобщая, он концентрирует внимание на тех проблемах, которые «в повестку дня» вносит сама жизнь. В этом тождество документалистики с журналистикой как «четвертой властью». Это «кино с “человеческим лицом”», которое заставляет зрителя сопереживать, думать, дискутировать и прогнозировать; оно способствует диалогу между обществом и властью, творцами и разными специальными группами» [6, 364].

Что еще немаловажно, экранная публицистика формирует совершенно особый тип зрительской аудитории — той, которая не будет бездумно смотреть очередной американский боевик или отечественный сериал «про ментов», которая предпочитает кино реалистическое, проблемное, близкое к функции «социальной экспертизы».

Формирование такой аудитории — одна из задач документалистики, от решения которой зависит дальнейшее развитие медиакультуры российского общества.

- 
1. Кириллова Н. Б. Медиасреда российской модернизации. М., 2005. 400 с.
  2. Кириллова Н. Б. Кино Урала: от прошлого к будущему. Екатеринбург, 2013. 408 с.
  3. Матафонова Ю. К. Предчувствие перемен // УрФО. 2004. № 11–12. С. 56–57.
  4. Матафонова Ю. К. Кино предьявляет счет // УрФО. 2012. № 11–12. С. 54–57.

*Статья поступила в редакцию 09.09.2014 г.*

УДК 811.161.1'37:659.1

**Л. П. Амири****ИГРОВАЯ ПРИРОДА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ОМОНИМИИ,  
ИЛИ СЕМАНТИЧЕСКИЙ КАЛАМБУР В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМНОЙ  
КОММУНИКАЦИИ**

В статье предпринята попытка дать комплексный анализ природы семантического каламбура, создаваемого посредством лексико-семантической омонимии, анализ которой проводится исходя из соотношения и взаимодействия плана выражения и содержания в речи человека. Данный вид каламбура также рассматривается как способ придания тексту неоднозначной интерпретации. Экспрессивные возможности семантического каламбура продемонстрированы на примере рекламной коммуникации.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** языковая игра; каламбур; омонимия; паронимия; рекламный текст; имплицитный смысл.

В настоящее время во многих сферах массовой коммуникации используются элементы игры, и прежде всего игры языковой. В данной статье рассматривается лексико-семантическая омонимия как средство привлечения внимания в рекламной коммуникации. Анализ лексико-семантической омонимии проводится в разрезе проблемы соотношения и взаимодействия плана выражения и содержания в речи человека, а также способа придания тексту неоднозначной, многоплановой интерпретации через прогнозируемое автоматическое восприятие реципиентом рекламного текста как определенной когнитивной модели. Цель данной работы — дать комплексный анализ семантического каламбура, в основе которого лежит игровое использование феномена лексико-семантической омонимии. В качестве объекта исследования выступает сам семантический каламбур, а предметом исследования выбраны способы его реализации. Материалом для анализа послужили современные рекламные тексты.

В языковую игру, построенную на использовании внешне похожих слов в определенной линейной последовательности, включаются омонимы, омоформы, омофоны, паронимы и просто слова, внешние репрезентанты которых имеют некую степень подобия [6, 150], т. е. на лексическом уровне можно выделить следующие способы создания языковой игры через обыгрывание: 1) многозначность слов; 2) омонимия, как узуальная, так и окказиональная (темпоральная и контекстуальная); 3) паронимия; 4) межъязыковая паронимия.

Если в основе лексической разновидности языковой игры, основанной на обыгрывании значений многозначного слова, лежит замена одного лексического значения на другое (оба лексических значения являются исторически обусловленными), то в основе лексико-семантической разновидности — наложение одного лексического значения на другое (изначально не взаимосвязанных исторически или культурно разных лексических единиц). Таким образом, представляется

---

АМИРИ Людмила Петровна — кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка гуманитарных факультетов Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета (e-mail: [liudmila.amiri@gmail.com](mailto:liudmila.amiri@gmail.com)).

© Амири Л. П., 2014

возможным выделить лексико-семантическую разновидность языковой игры, которая реализуется в определенном аспекте как на лексическом, так и на семантическом уровнях.

Несомненно, в обоих случаях языковая игра порождает новый смысл рекламного текста. Но в первом случае затрагивается денотативный уровень лексического значения слова, в то время как во втором — коннотативный уровень, а денотативный уровень при этом остается нетронутым. Под коннотацией нами понимается «семантическая сущность, узуально или окказионально входящая в семантику языковых единиц и выражающая эмотивно-оценочное и стилистически маркированное отношение субъекта речи к действительности при ее обозначении в высказывании, которое получает на основе этой информации экспрессивный эффект» [9, 6].

Выделенные выше группы можно обозначить как лексическую и лексико-семантическую разновидности языковой игры. Под интересующей нас в рамках данной работы лексико-семантической разновидностью мы понимаем игру, основанную на обыгрывании частичной омонимии и паронимии, наряду с межъязыковой омонимией и межъязыковой паронимией. По характеру возникновения паронимия и межъязыковая паронимия рассматриваются нами как аналоговые явления лингвистического феномена интенциональной неоднозначности. В основе и той и другой лежит особое каламбурное столкновение слов, чье сходство так или иначе изначально основано на созвучии.

Ряд исследователей рассматривают обыгрывание неоднозначности, основанное на межъязыковой омонимии или паронимии, как «смежные общеязыковые и контекстуальные» явления (относя к ним созвучие и контаминацию, мнимую этимологию, разрушение фразеологии), или «семантические типы каламбуров» [8, 498]. Этимологические, или окказиональные омонимы являются широким источником языковой игры в рекламе. Естественно, смежные общеязыковые и контекстуальные, или лексико-семантические типы каламбуров выделяются по характеру создания неоднозначности и в плане выражения и в плане содержания среди способов создания неоднозначности. Также необходимо отметить, что «абсолютные, или этимологические омонимы, возникшие в результате случайного совпадения, обладают (в силу разорванности своих значений) блестящими каламбурными возможностями» [Там же, 274].

Лексико-семантическая разновидность языковой игры представлена в рекламной коммуникации следующими группами частичных омонимов и паронимов:

#### 1. Частичные омонимы:

— омографы: *Соблазнительные духи весны. Просыпаются духи весны. Пробуждаются ароматы, тревожат и сводят с ума. Притягивают и дарят тепло. Соблазнительные духи весны. Для любимых* (реклама парфюмерного отдела в магазине «Галерея времени — МАКСИМ»);

— омоформы: *только в МММ самые приятные месячные 30–75 %* (реклама «МММ»), *Сосну каждому покупателю* (реклама коттеджного поселка «Чеховские дачи»);

— омонимия слова и словосочетания [8, 286], или словосочетания и слова: *Не про «Би-Би» момент. Квартиры в сданных домах от 65 000 за кв. м* (реклама

новостроек). Выражение «не про би-би» созвучно обценному слову. АХ УЕХАЛ *ваш троллейбус? RED TAXI 423-23-23* (реклама службы такси), АХ УПАЛИ *наши цены* (реклама строительного магазина). В двух последних примерах также имеет место апелляция к обценному слову, видимо, заказчики рекламного текста располагают одинаковыми тактиками привлечения внимания потребителя.

Касательно частичной омонимии можно сказать, что случаи объединения в языковой игре слов-омоформ (совпадающих в звучании, но относящихся к разным частям речи) встречаются намного реже, чем случаи использования полных омонимов. Исследователи отмечают, что «низкая частотность появления игровых выражений с омоформами, или, как их еще называют, грамматическими омонимами, объясняется меньшим количеством подобных случаев в языке по сравнению с омонимами, принадлежащими к одной части речи» [6, 144].

**2. Паронимия.** Мы используем термин «паронимия» в широком смысле, относя к паронимам любые слова, близкие по звучанию [8, 292], не противопоставляя паронимию (сближение однокоренных сходно звучащих слов) и паронимасию (сближение сходно звучащих слов разных корней). Паронимы — «это разные по значению слова, близкие по произношению, лексико-грамматической принадлежности и по родству корней, сходность в звучании которых приводит к смешению их в речи <...> Значения компонентов паронимической пары характеризуются тем, что не совпадают (как у синонимов), не противопоставляются (как у антонимов), их внешний вид (оболочка) не накладывается один на другой (как у омонимов). Лексические значения компонентов паронимической пары обязательно разграничены» [5, 14], ср.: *Я к себе в Рузу, меня не для кого нет. Когда жить в большом городе больше нет сил, час пути от Москвы и вы в Подмосковной Рузе, где природа щедро объединила все, что нужно человеку для гармоничной жизни. Попробуйте Рузское молоко, настоящее, чистое и свежее* (реклама продукта «Рузское молоко»).

Порождаемые посредством лексико-семантической омонимии или паронимии фоносемантические ассоциации находят выражение в игре звука и смысла, которая возникает благодаря тому факту, что человек воспринимает слова цельными блоками, в его сознании происходит отождествление фонетически сходных слов [10, 13], ср.: *Гипс, гипс, ура!* (реклама сухих строительных смесей «Fogman») — Гип, гип, ура!; *НЕ ГОВОРИ ОПТ, ПОКА НЕ В ФОЗЗИ!* (реклама гипермаркета оптовых цен «Фоззи») — Не говори оп, пока не перепрыгнешь!; *Опт твою мать, какие цены!* (реклама гипермаркета оптовых цен «Фоззи») — \*\* твою мать! (на наш взгляд, в данном случае апелляция к обценному слову несомненна).

Создание множественности интерпретаций одной из сторон знака, нарушающее закон функционирования знака в речи, определяется Й. Залецки как «намеренное и заранее запланированное использование опосредованности высказывания», своего рода «коммуникативное многоголосье» [цит. по: 6, 41]. Благодаря такой особенности человеческого восприятия текстового пространства явлению паронимии и паронимасии часто присущ аттрактивный и людический характер за счет способности апелляции к негативно окрашенному подтексту, ср.: *Суй в пальто!* (реклама сигарет), *Замочи эту скуку* (реклама безалкогольного напитка «Crazy Cola»), *Ни хрюна себе пельмени!* (реклама пельменей «Три поросенка»), что обусловлено во

многим тем, что «человек прежде всего замечает аномальные явления... Аномалия загадочна и опасна. Поэтому она заставляет думать (творит мысль) и действовать (творит жизнь). Игра в нарушение семантических и прагматических канонов имеет своей целью вникнуть в природу самого канона» [3, 324]. Кроме того, общеизвестным является и тот факт, что «искусство рекламы заключается в том, чтобы написать такой текст, который заставит покупателя обратить свое внимание на товар» [4, 42].

Популярность паронимии как стилистического приема и языкового средства может быть также продемонстрирована на примере постеров, получивших широкое распространение в социальной сети «ВКонтакте», наряду с жанром демотиваторов, ср.: *А мы тут плюшками балуемся!* — А мы тут плюшками балуемся; *За милых вхлэм!* — За милых дам!; *Слезоточивый ВАЗ!* — слезоточивый газ; *Что естественно, то не безобразно!* — Что естественно, то не безобразно!; *О времена. О АБЫ!*... — О времена, о нравы!. В западной культуре данное явление также получило широкое распространение, ср.: *HAPPY NU YEAR!* Приведенный текст написан на фоне картины с полубогаженными амурами, что также вносит определенный смысл в текст, построенный при помощи паронимии по аналогии с известным выражением: *Happy New Year!* Однако в рамках функционально-динамической парадигмы важен тот факт, что языковая игра имеет научную ценность, выступая в качестве «отрицательного языкового материала, аномалии», осознание которой ведет к более глубокому пониманию нормы [2, 380].

Интересно, что на базе использования паронимии может иметь место удачное совмещение различных видов языковой игры (фонетической, лексической и графической), ср.: *РЕМ♥НТИКА* (реклама строительного магазина), *ремонтника — романтика*. Подразумеваемое слово «романтика» однозначно накладывает на созданную игровую единицу свою положительную коннотацию, которая усиливается и наличием широко известного символа в виде сердца.

**3. Межъязыковая омонимия.** Знание реципиентом иностранного языка (как правило, английского) всегда берется копирайтерами в расчет при создании рекламных текстов с использованием межъязыковой омонимии, ср.: *Do you...? Дую!.. и недорого — Сплит система Starwind Tac* (реклама электронного диска «Сити-линк»), использованы английская грамматическая форма со значением настоящего времени в вопросительной форме *Do you* и русский глагол «дуть» в изъявительном наклонении. Подобная игра будет понятна российскому реципиенту, знающему основы английского языка.

В рекламе наиболее частотным случаем возникновения межъязыковой омонимии является использование иноязычного слова в качестве псевдоморфемы, ср.: *Моментальные денежные переводы по России beGom* (реклама услуг ОАО «СКБ-банк») — бегом; *Оперативная цифровая печать: пятикрасочная HP Indigo 1000 и Дальнолетняя офсетная печать: Heidelberg DI 46-4 PRO* (реклама ЗАО «ДиПринт») — идеальный; *КЛИНСКОЕ REDкое* (реклама пива «Клинское Redкое») — редкое; *НЕОбычный новый год! С 31 декабря по 3 января за 2000 руб!* (реклама комплекса «НЕО», г. Таганрог) — необычный.

**4. Межъязыковая паронимия.** Межъязыковые паронимы выделены в отдельную группу, так как, обладая сходным в плане выражения механизмом с обычной

паронимией, они имеют отличный по структуре механизм реализации плана содержания, требующий несколько иной стратегии понимания.

Межъязыковая паронимия обыгрывается гораздо чаще, нежели межъязыковая омонимия, так как здесь сталкиваются слова, не полностью совпадающие по звучанию, и поле варьирования у таких примеров, несомненно, шире, чем при межъязыковой омонимии [1, 60], ср.: *Автомобили Volvo — безопасное удоVOLVOствие — удовольствие + Volvo* (название марки машины).

В ряде случаев так называемая псевдоморфема обладает собственным значением, трансформирующим значение базового слова, на котором была создана игровая инновация, ср.: *стоLOVEая* (реклама столовой); *выROZZI себя!* (реклама салона одежды из меха и кожи «ROZZI»). Согласно правилам английского языка, рассматриваемые межъязыковые паронимы читаются не как слова *столовая* и *вы-ражай*, но тем не менее мы автоматически и под давлением когнитивных основ восприятия текста воспринимаем их именно так, а не иначе.

Как мы видим, необходимым условием для правильного понимания как межъязыковой паронимии, так и межъязыковой омонимии является наличие у реципиента языковой компетенции — знания иностранного языка на уровне, необходимом для понимания транслируемого смысла.

Ключом к прочтению игровой инновации-контаминации, создаваемой смешением кириллицы и латиницы, является не только контекст, в пределах которого она функционирует, но и лексическое значение слов, задействованных в ее создании, как иноязычных, так и собственно русских, например: *ЗакуCity* (реклама кафе), ср.: *закусити* и англ. *city* — город.

Омонимичность русского и английского слов дает в результате семантическое усложнение языковой единицы: эксплицитный смысл языковой единицы русского языка соединяется с имплицитным смыслом английской языковой единицы. В современной языковой ситуации омонимичность русского и английского слов в разрезе словообразовательной формации игрового слова носит далеко не единичный характер. Следующий пример также наглядно демонстрирует популярность этого приема в современной рекламной коммуникации: *Девушки XЛюшки. Магазин для женщин, не стремящихся вписаться в привычные рамки* (реклама магазина одежды).

При обыгрывании межъязыковой паронимии (или в данном конкретном случае паронимии) акцент может делаться на прецедентность обыгрываемого названия, например: *Кафе «BR Васькин Rabbit»*. *Приходите к нам с 10.00 по 23.00 в гостиницу «Вознесенская»* (реклама кафе), ср.: название популярной американской сети BR «Baskin Robbins», занимающейся производством мороженого, — кафе «BR Васькин Rabbit».

Цель создания семантической многоплановости состоит в том, чтобы стимулировать множественность интерпретации текста. Суть интерпретационного подхода заключается в восприятии феномена неоднозначности и феномена языковой игры в оппозиции эксплицитное — имплицитное. Эксплицитное значение — это буквальный, формально выраженный смысл высказывания, а имплицитное значение — это коннотация, создаваемая авторской интенцией.

Рассмотрение реализации частичной омонимии, и в частности межъязыковой паронимии, подтверждает тот факт, что слова обладают определенным лексико-семантическим потенциалом, понимаемым как «те возможности, которые

предоставляет говорящим исходное значение и связанная с ним ситуация для осмысления, концептуализации других ситуаций, и, с другой стороны, сам круг ситуаций разных типов и разной природы, на которые данное слово можно “распространить”» [7, 30], однако это доступно только реципиентам с определенной языковой компетенцией.

Особенность лексико-семантической разновидности языковой игры состоит в ее разноплановом, «многоликом» характере. Большинство примеров семантического каламбура попадают под рассмотрение как разные виды языковой игры в их различном комбинаторном сочетании, например: лексическая разновидность + фонетическая/морфологическая/графическая/словообразовательная.

Схема лексическо-семантической разновидности языковой игры может быть представлена следующим образом:

Частичная омонимия: омографы / омофоны / омоформы	Паронимия/межъязыковая паронимия: паронимы/парономасии/межъязыковые паронимы
--	---

Реализация рассматриваемой разновидности языковой игры часто осуществляется на базе когнитивных моделей, широко известных или легко узнаваемых, даже через призму трансформированных текстов, что придает им определенную прагматико-когнитивную оценочность и усиливает их воздействие на реципиента. Все это делает рекламный текст максимально насыщенным языковыми средствами, не перегружая его при этом избыточной информацией.

Экспрессивные возможности лексико-семантического каламбура в сфере рекламной коммуникации всегда интенционально обусловлены и обладают игровой природой, они не могут быть предметом рассмотрения явления речевой ошибки — смешения различного вида паронимов. На наш взгляд, они открывают широкие перспективы для реализации как аттрактивной, так и людической функций в современной рекламной коммуникации.

1. *Амири Л. П.* Феномен иноязычности в текстах современной рекламной коммуникации как способ стилиобразования и создания экспрессивности // Науч. вестн. Воронеж. гос. архитектур.-строит. ун-та. Сер. : Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2011. № 16. С. 53–64.

2. *Апресян Ю. Д.* Лексическая семантика: синонимические средства языка // Апресян Ю. Д. Избранные труды. М., 1995. Т. 1.

3. *Арутюнова Н. Д.* Типы языковых значений. М., 1988.

4. *Валладарес Дж. А.* Ремесло копирайтинга / пер. с англ. под ред. С. Жильцова. СПб., 2005.

5. *Вишнякова О. В.* Словарь паронимов русского языка. М., 1984.

6. *Журавлева О. В.* Когнитивные модели языковой игры (на материале заголовков русских и английских публицистических изданий) : дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2002.

7. *Кустова Г. И.* Типы производных значений и механизмы языкового расширения. М., 2004.

8. *Саников В. З.* Русский язык в зеркале языковой игры. М., 2002.

9. *Телия В. Н.* Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / отв. ред. А. А. Уфимцева ; АН СССР, Ин-т языкознания. М., 1986.

10. *Федотова Л. Н.* Паронимия в английском языке. Тверь, 1994.

УДК 811.161.1'42 + 811.161.1'276.6

Н. О. Верещагина  
Э. В. Булатова

## ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА НЕПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ В МЕДИАТЕКСТАХ ДМ. СОКОЛОВА-МИТРИЧА

В статье предпринимается попытка исследования непрямой коммуникации (НК) как способа передачи коммуникативно-прагматического содержания в речи публичной языковой личности. Предлагается классификация типов планируемой НК в соответствии с теми целями, которые ставит перед собой говорящий. Описывается специфика применения обозначенных типов планируемой НК на примере медиатекстов журналиста Дмитрия Соколова-Митрича.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** непрямая коммуникация; планируемая непрямая коммуникация; медиатекст; языковая личность.

Проблема передачи и интерпретации коммуникативных смыслов, оказавшаяся в центре внимания лингвистики в последние десятилетия, стала причиной интенсивного изучения явления непрямой коммуникации (далее — НК), т. е. «содержательно осложненной коммуникации, в которой понимание высказывания включает смыслы, не содержащиеся в собственно высказывании, и требует дополнительных интерпретативных усилий со стороны адресата» [5, 3].

Определение НК было сформулировано в конце XX в., однако отдельные явления поля НК рассматривались учеными и раньше: широко изучались средства создания образности речи, косвенные речевые акты, эвфемизмы, языковая игра и т. д. В рамках теории НК написаны работы И. Н. Борисовой, И. Т. Вепревой, Е. Г. Григорьевой, Т. А. Гридиной, В. В. Дементьева, А. В. Кравченко, Л. П. Крысина, Малгожаты Киты, В. П. Москвина, Е. В. Омельченко, И. И. Прибыток, Л. Н. Саакяна, К. Ф. Седова, С. С. Тахтаровой, К. С. Шилихиной и других специалистов.

Тем не менее, несмотря на интенсивное исследование различных аспектов НК, явление непрямой передачи смыслов на сегодняшний день изучено недостаточно полно. В частности, мы не обнаружили трудов, посвященных проблеме применения НК в творчестве отдельной языковой личности, которая представляется весьма актуальной в свете сложившейся антропоцентрической направленности развития науки о языке.

Все это заставляет нас обратить внимание на специфику применения НК как способа передачи коммуникативно-прагматического содержания публичной языковой личностью. Материалом исследования послужили медиатексты одного

---

ВЕРЕЩАГИНА Наталья Олеговна — выпускница департамента «Факультет журналистики» Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: philippovanatalia@gmail.com).

БУЛАТОВА Элина Валерьевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: elina2824@yandex.ru).

© Верещагина Н. О., Булатова Э. В., 2014

из наиболее популярных журналистов России, Дмитрия Соколова-Митрича, опубликованные в электронной газете «Взгляд», в журналах «Русский репортер» и «Фома», в газете «Вечерняя Москва» и на информационном портале «Православие.ру» в 2013–2014 гг. Выбор медиатекстов Дмитрия Соколова-Митрича в качестве объекта исследования обусловлен популярностью журналиста, влиянием его творчества на массовую аудиторию, а также наличием у него неповторимого индивидуального стиля письма, ключевое место в котором, на наш взгляд, занимает НК.

Следует уточнить, что анализируя творчество журналиста с точки зрения специфики применения языковых средств НК, мы опираемся на понятие планируемой НК. Как отмечает В. В. Дементьев, «планируемая НК используется сознательно, как прием, имеющий целью программировать интерпретацию адресата в направлении, желательном для адресанта» [5, 206]. Другими словами, в планируемой непрямой коммуникации содержательная осложненность и дополнительные интерпретативные усилия адресата являются следствием коммуникативно-прагматического выбора адресантом единиц речевого взаимодействия [1].

В связи с этим нам представляется возможным классифицировать планируемую НК в соответствии с теми целями, которые преследует адресант, использующий форму непрямого передачи смыслов, и выделить:

- 1) НК как способ передачи имплицитного содержания: эллиптические и неполные предложения, пресуппозиции, подтекст;
- 2) НК как способ этикетизации речи: косвенные речевые акты, эвфемизмы;
- 3) НК как способ косвенной речевой агрессии: ирония;
- 4) НК как способ создания выразительности речи: образные средства, языковая игра.

Стоит также отметить, что каждый вид НК в той или иной степени выполняет сразу несколько функций. Например, ирония служит не только для выражения речевой агрессии, но и для создания выразительности речи. Все виды НК используются для передачи имплицитного содержания и т. д. Тем не менее мы считаем данную классификацию возможной, поскольку за ее основу было принято то, какая функция превалирует над остальными.

В аспекте специфики применения средств НК Дм. Соколова-Митрича можно охарактеризовать как рационально-эвристическую личность<sup>1</sup>, склонную шифровать свои высказывания, пользоваться намеками, иронизировать, т. е. усложнять коммуникацию [6]. Проанализировав медиатексты журналиста, мы пришли к выводу, что Дмитрий Соколов-Митрич активно применяет различные типы планируемой НК в своем творчестве.

**1. Имплицитность: эллиптические и неполные предложения, пресуппозиция, подтекст.** Эллиптические и неполные конструкции связаны с незаполненностью словом позиции какого-либо члена предложения и используются как средство экономии речи, что придает высказываниям больший динамизм и эмоционально-экспрессивную окрашенность. Например, *«Продается дом, недалеко от города, в шаговой доступности сказочное озеро. Раньше так выглядела формула счастья,*

<sup>1</sup> По типологии языковых личностей, предложенной К. Ф. Седовым [5].

*теперь — рецепт унижения»* [20]. Незамещенные синтаксические позиции высказывания восстанавливаются без особого труда: «Продается дом, недалеко от города, в шаговой доступности *располагается* сказочное озеро. Раньше так выглядела формула счастья, теперь *так выглядит* рецепт унижения». Отсутствие элементов не создает дополнительных смыслов и поэтому никак не влияет на интерпретацию высказывания.

Более сложную интерпретацию подразумевает пресуппозиция, содержание которой адресат способен восстановить логически, опираясь на ситуацию общения и имеющийся опыт [41]. По определению Г. В. Колшанского, пресуппозиция — «предварительное знание, как бы программирующее соответствующее однозначное понимание как отдельных слов внутри фразы, так и, следовательно, всей фразы» [7, 77].

Несмотря на то, что в большинстве случаев прагматическая пресуппозиция в творчестве журналиста опирается на явление прецедентности (например, заголовки статьи *«Здравствуйте, я ваша дядя»* [22] требует знания прецедентного высказывания *«Здравствуйте, я ваша тетя»*), в текстах встречаются и другие способы выражения пресуппозиции. Приведем пример: *«Большинство французов в свободное от работы время действительно не молчат ни секунды. Достаточно понаблюдать за ними в обеденный перерыв — большая часть этого времени уходит у них на абсолютно бессодержательный галдеж. Причем плотность его столь велика, что даже удивительно, как между гласными и согласными во французские организмы успевают просочиться хоть какие-то калории»* [19].

Последнее предложение содержит пресуппозицию, без понимания которой интерпретация высказывания может быть затруднена. Данная пресуппозиция заключается в контексте высказывания (контекст дает нам знание о том, что речь идет: 1) о французах; 2) о том, что они не молчат ни секунды; 3) о том, что они не молчат ни секунды даже во время обеда), а также в общем знании о том, что звуки бывают гласные и согласные, а калории — энергетическая ценность пищи. Если адресат не обладает данными знаниями, то высказывание представится ему неуместным.

Наиболее часто пресуппозиция в медиатекстах Дм. Соколова-Митрича служит симптомом, указывающим на наличие определенного подтекста.

Как отмечает Л. М. Майданова, подтекст «создается за счет того, что в текст вводятся сигналы, заставляющие читателя сопоставить читаемое с жизненным опытом и сделать вывод или сопоставить воспринимаемый отрезок с ранее прочитанным и сделать вывод» [11].

Подтекст играет важную роль в публикациях Дм. Соколова-Митрича. Например, для того, чтобы правильно интерпретировать главную мысль статьи *«Люди в черном»* [24], читателю необходимо совершить внутритекстовое сопоставление. Начинается материал с рассказа автора об экспонате московского «Экспериментариума» под названием «Хаотичный маятник», каждая деталь которого совершает абсолютно непредсказуемые и различные по скорости и направлению движения. *«Остановить хаотичный маятник получится лишь двумя способами. Первый — просто дождаться естественной усталости, когда энергия в нем иссякнет и все элементы конструкции снова станут двигаться сообща. Второй — прекратить*

*хаос путем вмешательства внешней непреодолимой силы. То есть попросту взять и собственными руками его остановить. Ни одна из деталей маятника не способна сделать это сама. Хотя, по всему видно, что отчаянно пытается».*

Далее автор называет хаотичный маятник танцем войны, и мы начинаем понимать, что разговор пойдет о вещах более серьезных, чем физика: *«Смута в человеческом обществе зарождается, продолжается и прекращается по тем же законам, что и любой другой хаос в природе».*

Автор проводит параллель между хаотичными движениями маятника и хаосом, царящим сегодня на Украине. Красной линией сквозь весь текст проходит данная метафора: *«двойной маятник смуты»; «маятник хаоса начинает раскачиваться, когда люди перестают видеть в поле тропинки»; «второе плечо двойного маятника войны»; «еще немного и процесс генерации хаоса станет необратим»; «заигравшимся в своем “Экспериментариуме” политикам»* и т. д.

При помощи подтекста автор подводит нас к мысли о том, что ситуация на Украине, так же как и любой хаос, подчиняется законом физики, по которым маятник можно остановить, либо *«дождавшись естественной усталости, когда вся энергия в нем иссякнет»*, либо воздействовав на него *«непреодолимой силой»*. Данная мысль выражена в тексте имплицитно, однако только правильно интерпретировав ее, мы понимаем иронию автора: *«Видимо, лучше всех физику в школе изучали монахи»*. Ведь именно монахи молятся о вмешательстве непреодолимой силы, понимая, что только так можно остановить хаос.

Далее автор описывает состояние людей, уставших отстаивать правду и жаждущих теперь только мира: *«Трусливое благоразумие любого народа всегда чувствует, когда второе плечо двойного маятника войны уже начинает не слушаться плеча первого»*. Сопоставив данное высказывание с описанием экспоната «Хаотичный маятник», мы понимаем, что автор говорит о втором способе остановить хаос — об естественной усталости.

Главная мысль (ГМ) в тексте выражена такими словами: *«В некоторых ситуациях избежать войны можно только взаимным усилием слабости. И в Украине сегодня именно такая ситуация»*. Без понимания подтекстового содержания ГМ кажется необоснованной, поэтому можно сказать, что подтекст имеет в данном тексте ключевое значение.

Подчеркивает ГМ экспрессивная концовка статьи: *«Вам не нравится быть слабым? Ну, тогда давайте, меряйтесь силой дальше. У вас есть дети?»* Автор использует косвенный речевой акт (КРА) для образной подачи своего суждения: *«Если вы не хотите быть слабым (т. е. уступить), то продолжайте меряйтесь силой, но учтите, что от этого пострадают и ваши дети»*. Вопрос *«У вас есть дети?»* звучит еще более экспрессивно, если обратить внимание на то, что с этого вопроса журналист начинает свой текст: *«У вас есть дети? Сходите с ними в московский “Экспериментариум”»*.

Подтекстовое содержание проявляется в текстах Дмитрия Соколова-Митрича при помощи различных средств языка и стилистических приемов: прецедентных текстов, языковой игры, фразеологизмов, иронии, косвенных речевых актов, метафоры, экспрессивного синтаксиса, повторов, кольцевой композиции и др.

**2. Этикетизация речи: косвенные речевые акты, эвфемизмы.** По определению, предложенному Д. Р. Серлем, «косвенный речевой акт имеет место в случаях, когда один иллокутивный акт осуществляется опосредованно, путем осуществления другого» [цит. по: 5, 23].

Косвенные речевые акты в медиатекстах Дм. Соколова-Митрича используются в основном как средство непрямого выражения суждения автора. Например: *«Ну и кто я после этого? Автомобилист? Пешеход? Быдло из метрополитена? Или все-таки просто человек, москвич, гражданин России?»* [34].

Автор таким образом при помощи КРА подводит читателя к выводу, что нельзя делить людей на автомобилистов и пешеходов, что каждый человек, как гражданин России, имеет равные права.

Помимо непрямого выражения суждения автора, КРА применяются как способ прагматического воздействия на адресата: *«Ну, чего вы так возбудились по поводу платных парковок? Дорого? Неудобно? Унизительно? А кто хотел решения транспортных проблем? А кто хотел прекращения парковочного хамства? А кто, наконец, хотел жить как в Европе?*

*Или все-таки свой родной бардак дороже? Или все-таки ездить дикарем и парковаться дикарем как-то сподручней? Сделайте уже, наконец, свой честный выбор между трусами и крестиком»* [Там же].

Чередой вопросов, выражающих косвенную интенцию утверждения, автор добивается возникновения определенного перлокутивного эффекта: «Вы возбудились по поводу платных парковок, не имея на то причин. Дорого, неудобно и унизительно не являются достаточными причинами, поскольку вы сами хотели решения транспортных проблем, вы сами хотели прекращения парковочного хамства, вы сами хотели жить как в Европе. Если вы все-таки видите причины для возбуждения, значит вам свой родной бардак дороже, значит все-таки ездить дикарем и парковаться дикарем вам сподручней».

Автор воздействует на читателя, смягчая свою интенцию, не высказывая прямо данное утверждение, а позволяя читателю, отвечая на вопросы, самому прийти к нужному выводу.

Эвфемизмы наравне с КРА способствуют эффективному взаимодействию субъектов коммуникативного процесса.

Под эвфемизмами мы, вслед за Л. Н. Саакяном, понимаем «слова и выражения, заменяющие грубые, резкие обозначения, которые представляются говорящему неуместными, не вполне вежливыми, и каузативной основой которых является стремление не обидеть, не задеть слушающего» [16, 3].

Эвфемизмы в медиатекстах Дм. Соколова-Митрича в основном служат заменой табуированных слов и явлений: *«глубоко в штанах в области причинного места»* [23]; смягчением прямого названия какого-либо явления: *«мусульманка с не самой узкой талией»* [21]; *«человек, мягко говоря, не знакомый с законами коммуникации»* [Там же]; средством выразительности: *«духовные потомки тех, кто уничтожил львовских евреев в 1941-м»* [24] (о бандеровцах).

Среди языковых средств эвфемизации речи журналиста можно назвать выражения типа *«мягко говоря»*, *«так сказать»*; кавычки: *«в тех многочисленных версиях “идеальных мужчин”»* [30]; *«без этих дурацких “убийств чести”»* [Там же];

иноязычные слова и термины: «*лудоман*» [39]; слова-определители с «диффузной» семантикой: «*какую-то вкусняшку*» [25]; номинации с достаточно общим смыслом, используемые для называния вполне конкретных предметов и понятий: «*Очень скоро я уткнулся в группу парней славянской наружности, которая сделала мне предложение, от которого было трудно отказаться*» [37].

**3. Ирония.** По определению В. В. Дементьева, «ирония — это такая агрессия, в которой говорящий не может быть уличен» [5, 74].

Ирония занимает особое положение в творчестве журналиста: индивидуальный стиль Дм. Соколова-Митрича, на наш взгляд, сформировался под воздействием общей тенденции языка СМИ к иронизированию. Ирония часто служит косвенной передаче социальной оценки журналиста, созданию шутливой манеры изложения, комического эффекта.

Ирония в медиатекстах публициста создается при помощи таких языковых средств, как гипербола, градация, намеренный алогизм: «*Хорошо, если усопший был верующим — хотя бы в церкви полежит, подышит*» [18]; перифразы: «*продукт жизнедеятельности*» (о покойнике) [Там же], метафоры: «*наелся я этой сладкой отравы по самое не балуйся*» [31]; экспрессивный синтаксис, грамматические формы диминутива: «*кучка родственников*» [18]. Наиболее часто для создания иронии журналистом используется языковая игра: «*До последнего держались бульвары, но и их вскоре оккупировали пивососущие млекопитающие*» [28], и прецедентность: «*Разве может юноша бледный со взором горящим расписать всю свою последующую жизнь?*» [33].

Кроме того, ирония не всегда выражается с помощью определенных языковых средств, она может пронизывать весь текст, формируя его двуплановость: «*Срочное сообщение. Представители крупнейших национальных телеканалов провели совместную пресс-конференцию, на которой заявили, что они приняли коллективное решение — не ограничиваться отменой юмористических программ, а отказаться от трансляции в новогоднюю ночь всех развлекательных передач. Вместо заготовленных заранее шоу российские телезрители увидят по всем каналам единый новогодний телемарафон солидарности... Красиво, да? Но помечтали и хватит. Не было никакой пресс-конференции и не будет. Все как обычно: голубой огонек, искусственный снег, фанерный звук, ботоксные лица, силиконовые груди, гиалуроновые губки, половецкие пляски псевдоэлит. Ну, может, вмонтируют секунд на тридцать драгоценного эфирного времени печальный монолог ведущего на тему “мы скорбим, но жизнь продолжается”. А может, и не вмонтируют. Война войной, а дискотека по расписанию*» [26].

В представленном фрагменте публикации Дм. Соколова-Митрича «Мне стыдно» ирония строится на эффекте обманутого ожидания. Автор намеренно начинает текст с рассказа о том, как будет проходить новогодний телеэфир в свете произошедшей трагедии, чтобы подчеркнуть, насколько реальность не соответствует идеалу. Ирония получает словесное выражение только в последнем абзаце. До этого момента текст делится на два плана: прямое выражение получает вымысел автора о том, как вся страна в минуты скорби объединяется перед телевизором, чтобы разделить в новогоднюю ночь горечь утраты по погибшим во время теракта. Понимая сюрреалистичность описываемого, читатель начинает догадываться

о том, что автор ведет с ним двойную игру и в статье присутствует содержание второго плана. Имплицитно в тексте выражается примерно следующее: «Несмотря на траур, в новогоднюю ночь будут транслироваться развлекательные передачи. Вопрос о корректировке телеэфира даже не обсуждался».

Эксплицитное выражение иронии получает лишь в последнем абзаце при помощи градации по признаку искусственности (голубой огонек, искусственный снег, фанерный звук, ботоксные лица, силиконовые груди, гиалуроновые губки, половецкие пляски псевдоэлит), которая служит контрастом описанию настоящих человеческих чувств; иронических эпитетов (драгоценное эфирное время, печальный монолог ведущего); языковой игры (Война войной, а дискотека по расписанию), построенной на замене лексической единицы «обед» в фразеологизме «Война войной, а обед по расписанию» и образно выражающей авторскую оценку системы ценностей нашего общества.

**4. Выразительность речи: образные средства, языковая игра.** С нашей точки зрения, НК играет ключевую роль в реализации творческих возможностей журналиста, представленных индивидуально-авторским, нестандартным применением средств, которые служат созданию выразительности речи и участвуют в формировании языковой игры.

Проанализировав публикации Дмитрия Соколова-Митрича, мы обнаружили большое разнообразие языковых средств выразительности. В текстах присутствуют метафоры: «город, который можно полюбить до дырки в сердце» [28]; «в окопах фейсбука» [31]; метонимия: «Калуга шла ноздря в ноздю с Ярославлем» [Там же]; синекдоха: «лицо южных кровей, небрито, недобро» [21]; олицетворения: «в гостиной за завтраком по-русски говорит только телевизор» [25]; перифразы: «хрупкая девушка с пыльным рюкзаком» [20]; антифразис: «сильно умные люди в РЖД» [29]; оксюморон: «живописная серость» [39]; эпитеты: «страстные недоброжелатели» [35]; «грустные неновогодние люди» [Там же]; сравнения: «метро — это как будто у тебя 188 машин, из которых 44 признаны объектами культурного наследия» [32] и т. д.

В. В. Дементьев указывает, что креативность является обязательным свойством НК [5, 109]. В связи с этим языковая игра представляется нам значимым элементом в системе средств планируемой непрямой коммуникации.

Мы, вслед за Т. А. Гридиной, понимаем языковую игру как «неканоническое использование языковых единиц с установкой на эстетическое восприятие последних, пусть даже эта установка ограничивается стремлением “не быть скучным, пошутить”, привлечь внимание к форме речи» [4, 3].

Языковая игра в медиатекстах Дм. Соколова-Митрича привлекает внимание адресата, способствует эффективному взаимодействию с читателем, создает эффект конвергенции, придает тексту шутовскую, комическую тональность, выражает оценку автора.

Журналист использует различные механизмы образования языковой игры. Большинство авторских неологизмов создаются по модели «существительное (глагол, прилагательное) + суффикс»: «мыслить не хотелками, а реалиями» [34]; «дрозофилы и дрозифилки» [29], а также при помощи присоединения к слову нетипичных, неожиданных морфем: «ни в одном пруду воду не разбермудишь» [20].

Наиболее распространенным средством языковой игры в творчестве Дмитрия можно назвать нарушение норм лексической сочетаемости с целью создания дополнительных эффектов: «*Пожалуй, главный орган его чувств — крестьянская смекалка*» [25]; «*Современный фермер должен быть не черноработчим, он должен быть продюсером коровы*» [29].

Очень часто в основе языковой игры лежат такие приемы, как метафора: «*они работают в плюшевом режиме, никого не трогают*» [20]; прецедентность: «*и всем этим ласковым маем мы едем копать*» [29]; заимствования: «*Все больше людей готовы вкладываться в общий орднунг*» [36]; фонетическое воспроизведение: «*бдышь!*» [38]; «*Огурец прибывает: вжик-вжик, тук-тук*» [29].

Одним из наиболее интересных типов языковой игры можно назвать лексико-семантическую: «*Юра Огурец из села Россолово*» [Там же]; «*Не покупайте эти шарики. Они бракованные. — Что, не надуваются? — Нет. Не радуют...*» [35].

Языковая игра активно применяется журналистом в целях привлечения внимания читателя и часто встречается в заголовках и подзаголовках публикаций: «*Немного мракобесия*» [20]; «*Могу молчать*» [27] и т. д.

Таким образом, НК занимает особое положение в медиатекстах журналиста. Дальнейшее развитие проблема использования НК в творчестве публичной языковой личности может получить в направлении описания непрямого использования жанров медиадискурса, а также во взаимодействии с рассмотрением таких актуальных проблем современного информационного пространства, как косвенное речевое воздействие, не прямое информирование и применение НК в виртуальном пространстве. С этой точки зрения, интересно было бы рассмотреть блогговое творчество Дм. Соколова-Митрича.

- 
1. *Борисова И. Н.* Непрямая коммуникация в речевой систематике [Электронный ресурс] // Прямая и не прямая коммуникация. Саратов, 2003. URL: <http://www.sgu.ru/structure/philological/linghist/sbornik-zhanyg-rechi/materialy-vypuskov/pryamaya-i-nepryamaya-kommunikaciya> (дата обращения: 29.05.2014).
  2. *Вепрева И. Т.* Метаязыковый аспект не прямой коммуникации [Электронный ресурс] // Прямая и не прямая коммуникация (дата обращения: 29.05.2014).
  3. *Григорьева В. С.* Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты. Тамбов, 2007. 288 с.
  4. *Гридина Т. А.* Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург, 1996. 130 с.
  5. *Дементьев В. В.* Непрямая коммуникация. М., 2006. 560 с.
  6. *Карасик В. И.* Дискурсивная персонология // Язык, коммуникация и социальная среда. 2007. № 7. С. 78–86.
  7. *Колишанский Г. В.* Контекстная семантика. М., 1980. 148 с.
  8. *Кравченко А. В.* Что такое коммуникация? Очерк биокогнитивной философии языка [Электронный ресурс] // Прямая и не прямая коммуникация (дата обращения: 29.05.2014).
  9. *Крысин А. П.* Эвфемизмы в современной русской речи // Русистика. 1994. № 1–2. С. 28–49.
  10. *Лутовинова О. В.* Языковая личность в виртуальном дискурсе : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2013. 22 с.
  11. *Майданова Л. М.* Очерки по практической стилистике. Свердловск, 1987. 184 с.
  12. *Малгожата Кита.* Невыразимое, невыражаемое и невыраженное для носителя языка [Электронный ресурс] // Прямая и не прямая коммуникация (дата обращения: 29.05.2014).

13. *Москвин В. П.* О типах и приёмах создания речевой образности [Электронный ресурс] // Прямая и непрямо́я коммуникация (дата обращения: 29.05.2014).
14. *Омельченко Е. В.* Фасцинирующая составляющая в непрямо́й коммуникации // Филологические науки. 2013. № 1. С. 136–139.
15. *Прибыток И. И.* Дискуссионные моменты теории непрямо́й коммуникации [Электронный ресурс] // Прямая и непрямо́я коммуникация (дата обращения: 29.05.2014).
16. *Саакян Л. Н.* Эвфемия как прагмалингвистическая категория в дискурсивной практике непрямо́го речевого убеждения : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010. 23 с.
17. *Седов К. Ф.* Агрессия как вид речевого воздействия [Электронный ресурс] // Прямая и непрямо́я коммуникация (дата обращения: 29.05.2014).
18. *Соколов-Митрич Дм.* Дайте умереть [Электронный ресурс] // Фома. 2013. 2 апр. URL: <http://www.foma.ru/dajte-umeret.html> (дата обращения: 29.05.2014).
19. *Соколов-Митрич Дм.* Дом населен призраками [Электронный ресурс] // Взгляд. 2012. 21 дек. URL: <http://vz.ru/opinions/2012/12/21/613105.html> (дата обращения: 29.05.2014).
20. *Соколов-Митрич Дм.* Заборобой [Электронный ресурс] // Русский репортер. 2013. 5 дек. URL: <http://www.rusrep.ru/article/2013/12/04/> (дата обращения: 29.05.2014).
21. *Соколов-Митрич Дм.* Звуки Ме [Электронный ресурс] // Вечерняя Москва. 2013. 16 окт. URL: <http://www.vm.ru/news/2013/10/16/zvuki-me-218441.html> (дата обращения: 29.05.2014).
22. *Соколов-Митрич Дм.* Здравствуйте, я ваша дядя [Электронный ресурс] // Русский репортер. 2013. 13 февр. URL: <http://www.rusrep.ru/article/2013/02/13/media/> (дата обращения: 29.05.2014).
23. *Соколов-Митрич Дм.* Криминальное чтиво [Электронный ресурс] // Русский репортер. 2011. 7 нояб. URL: <http://www.rusrep.ru/article/2012/11/07/kriminal/> (дата обращения: 29.05.2014).
24. *Соколов-Митрич Дм.* Люди в черном [Электронный ресурс] // Православие. 2014. 27 янв. URL: <http://www.pravoslavie.ru/jurnal/67885.htm> (дата обращения: 29.05.2014).
25. *Соколов-Митрич Дм.* Медленно и неправильно [Электронный ресурс] // Русский репортер. 2013. 23 янв. URL: <http://www.rusrep.ru/article/2013/01/23/avtorpom/> (дата обращения: 29.05.2014).
26. *Соколов-Митрич Дм.* Мне стыдно [Электронный ресурс] // Фома. 2013. 31 дек. URL: <http://www.foma.ru/mne-styidno.html> (дата обращения: 29.05.2014).
27. *Соколов-Митрич Дм.* Могу молчать [Электронный ресурс] // Православие. 2014. 10 февр. URL: <http://www.pravoslavie.ru/jurnal/68303.htm> (дата обращения: 29.05.2014).
28. *Соколов-Митрич Дм.* Московские ноги [Электронный ресурс] // Вечерняя Москва. 2013. 29 сент. URL: <http://www.vm.ru/news/2013/09/29/moskovskie-nogi-216009.html> (дата обращения: 29.05.2014).
29. *Соколов-Митрич Дм.* Мужик работает [Электронный ресурс] // Русский репортер. 2013. 28 нояб. URL: <http://www.rusrep.ru/article/2013/11/25/ogurets/> (дата обращения: 29.05.2014).
30. *Соколов-Митрич Дм.* Настоящие мужики [Электронный ресурс] // Фома. 2013. 14 нояб. URL: <http://www.foma.ru/nenastoyashhie-muzhiki.html> (дата обращения: 29.05.2014).
31. *Соколов-Митрич Дм.* Очень плохая новость [Электронный ресурс] // Православие. 2013. 31 окт. URL: <http://www.pravoslavie.ru/jurnal/65298.htm> (дата обращения: 29.05.2014).
32. *Соколов-Митрич Дм.* Последняя электричка в Простоквашино [Электронный ресурс] // Православие. 2013. 21 нояб. URL: <http://www.pravoslavie.ru/jurnal/65936.htm> (дата обращения: 29.05.2014).
33. *Соколов-Митрич Дм.* Принципиальные вы мои [Электронный ресурс] // Взгляд. 2013. 30 апр. URL: <http://vz.ru/opinions/2013/4/30/630933.html> (дата обращения: 29.05.2014).
34. *Соколов-Митрич Дм.* Размышления у паркомата [Электронный ресурс] // Вечерняя Москва. 2013. 25 дек. URL: <http://www.vm.ru/news/2013/12/25/razmishleniya-u-parkomata-228824.html> (дата обращения: 29.05.2014).
35. *Соколов-Митрич Дм.* Реальное рождество [Электронный ресурс] // Фома. 2013. 5 дек. URL: <http://www.foma.ru/malenkaya-peshhera-i-bolshoe-serdce.html> (дата обращения: 29.05.2014).
36. *Соколов-Митрич Дм.* Умеренность и аккуратность [Электронный ресурс] // Вечерняя Москва. 2013. 16 янв. URL: <http://www.vm.ru/news/2014/01/16/umerennost-i-akkuratnost-231196.html> (дата обращения: 29.05.2014).

37. *Соколов-Митрич Дм.* Хорошие новости [Электронный ресурс] // Вечерняя Москва. 2013. 5 окт. URL: <http://www.vrn.ru/news/2013/10/05/horoshie-novosti-216922.html> (дата обращения: 29.05.2014).

38. *Соколов-Митрич Дм.* Эгоизм нынче дорог [Электронный ресурс] // Взгляд. 2013. 19 дек. URL: <http://vz.ru/columns/2013/12/19/665082.html> (дата обращения: 29.05.2014).

39. *Соколов-Митрич Дм.* Я – зеленая свинья [Электронный ресурс] // Русский репортер. 2013. 12 сент. URL: <http://www.rusrep.ru/article/2013/09/11/greenpig/> (дата обращения: 29.05.2014).

40. *Тахтарова С. С.* Коммуникативное смягчение в парадигме вежливости // Актуальные проблемы коммуникации и культуры : сб. науч. тр. М., 2009. С. 194–198.

41. *Шилыхина К. М.* Что хотел сказать автор? (К проблеме интерпретации иронического высказывания) [Электронный ресурс] // Язык, коммуникация и социальная среда. 2007. № 5. URL: <http://lse2010.narod.ru/index/0-179> (дата обращения: 29.05.2014).

*Статья поступила в редакцию 14.09.2014 г.*

УДК 316.776.2:338.124.4

**Д. Ф. Свечков**

### **ВЛИЯНИЕ СМИ НА АУДИТОРИЮ ВО ВРЕМЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

Рассмотрены концепции воздействия СМИ в периоды экономических кризисов. Проведен анализ публикаций на тему торговой войны с Россией, вышедших в «Комсомольской правде» за первое полугодие после вхождения в состав РФ полуострова Крым и введения по отношению к России первого пакета санкций. Определена концепция воздействия российских СМИ при освещении экономического кризиса и позиция, с которой осуществлялось воздействие на аудиторию. Проведен анализ реакции читательской аудитории на публикации путем изучения откликов на материалы.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** экономический кризис; санкции; воздействие СМИ.

Вопрос о влиянии средств массовой информации на поведение аудитории беспокоил общество с момента изобретения печатного станка. Эта проблема стала акцентироваться на рубеже XVII–XVIII вв., когда сформировалась структура, состоящая из каналов коммуникации, субъектов права и власти [19, 102]. Но лишь в XX в. ученые решили заняться изучением этого вопроса. Связано это было с Первой мировой войной, когда стала очевидна все возрастающая роль журналистики при ведении пропаганды и контроле общественного мнения.

Одним из первых исследователей в этой области стал журналист У. Липпман. В 1922 г. в книге «Общественное мнение» он утверждал, что реальна лишь та действительность, которая отражена в средствах массовой информации [3]. После этого в мире не прекращалась научная полемика о воздействии СМИ. Однако если сразу после Первой мировой войны ученые интересовались в первую очередь тем,

---

СВЕЧКОВ Данил Федорович — магистр журналистики, аспирант кафедры периодической печати Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: [hmason@mail.ru](mailto:hmason@mail.ru)).

© Свечков Д. Ф., 2014

насколько эффективно массмедиа помогают вести пропаганду, то уже к моменту Великой депрессии 1929 г. исследователей заинтересовало воздействие СМИ на поведение людей во время кризисных ситуаций, а также позиция СМИ, с которой оказывалось это воздействие.

Начало Великой депрессии по времени совпало с появлением концепции неограниченного воздействия СМИ, также известной как «теория “пули”». Одним из первых исследователей концепции неограниченного воздействия стал Г. Лассуэлл, написавший в 1928 г. работу «Методы пропаганды в мировой войне» [18]. Ученый объяснял силу пропаганды не столько привлекательностью сообщений, сколько уязвимостью человеческого сознания. По Лассуэллу, уязвимым сознание делает массовый психоз, вызванный политическими конфликтами и экономическим кризисом, что, в свою очередь, формирует две основные позиции воздействия СМИ при освещении события: государственную, вынуждающую журналистов освещать конфликт с выгодной для страны точки зрения, и рыночную, когда журналисты делают ставку на интересы капитала.

При этом надо понимать, что в такой ситуации любая поступающая информация требует проверки. Как отмечал доцент кафедры периодической печати УрФУ В. М. Амиров, «предосторожности выглядят вполне оправданными. Все стороны конфликта стремятся представить ситуацию в выгодном для себя свете» [1, 87].

Согласно теории неограниченного воздействия, информационное поле, которое создают средства массовой информации, значительно влияет на поведение аудитории. Потребители информации в таком случае выступают как единая масса умов, воспринимающих и усваивающих сообщения одинаковым путем. По модели неограниченного воздействия, люди — это пассивные потребители контента, и их реакцию на публикации в СМИ можно легко спрогнозировать.

В дальнейшем исследователи поочередно пришли к выводу об ограниченном [5] и умеренном [16] воздействии СМИ.

Тем не менее последующие кризисы (экономический кризис США 1987 г., мексиканский кризис 1994–1995 гг., азиатский кризис 1997 г., российский кризис 1998 г., а также международный экономический кризис 2008 г.) исследователи вновь встречали с убеждением в значительном влиянии средств массовой информации на поведение аудитории. Так, во время мирового финансово-экономического кризиса, наступившего в 2008 г., неосторожная фраза, опубликованная лишь одним средством массовой информации, могла привести к падению экономических показателей всего мира. СМИ оказывают влияние на экономику страны — а значит, и на развитие экономического кризиса — косвенно, путем снабжения граждан информацией для контроля за действиями руководства государства. Как отметил исследователь А. Д. Хусейн, СМИ не просто влияют на экономику, они могут способствовать улучшению или ухудшению рыночных позиций той или иной компании или даже целого сектора экономики. СМИ могут ускорить выход экономики из кризиса или, наоборот, затормозить процесс [6]. Канадский исследователь печатных СМИ Г. Иннис, в свою очередь, утверждал, что расширение рынков, усиление конкуренции, снижение стоимости продукции, эволюция монетарной системы и развитие сложной экономики в целом следовало за развитием газет (цит. по: [2]). А это еще раз доказывает обоснованность

концепции сильного воздействия, утвердившейся среди исследователей СМИ в последние два десятилетия.

Также о сильном воздействии СМИ говорил исследователь Г. Шиллер. Правда, он указывал, что человек становится все более зависимым от средств массовой информации только при отсутствии разнообразия [7]. То есть циркулирующая в мире новостных материалов однотипного характера способна изменить реакцию аудитории.

Это можно с легкостью проследить на примере очередного экономического кризиса, начавшегося в России в марте 2014 г., после того как полуостров Крым вошел в состав Российской Федерации. Данное геополитическое изменение привело к тому, что Европейский союз, США, Канада, а также ряд других стран объявили о введении санкций против России. Некоторые граждане РФ получили визовые ограничения, а ряд компаний из стран, наложивших санкции, больше не могли поддерживать деловые отношения с лицами и организациями, включенными в санкционные списки. Вслед за этим развернулся новый этап информационной войны между российскими и западными СМИ, начавшейся еще во времена евромайдана. Путем анализа публикаций российских СМИ, освещавших введение санкций, можно проследить, какой концепции и какой позиции они придерживались, информируя аудиторию. В качестве объекта анализа мы будем использовать публикации одной из крупнейших российских ежедневных газет — «Комсомольской правды»<sup>1</sup>. Ее публикации помогут выяснить, как информация о санкциях преподносилась массовой аудитории. Также путем анализа откликов на материалы мы сможем определить, какой эффект оказали публикации на мнение читателей. При этом очень важно понимать, что данная газета не является оппозиционной, что подразумевает выполнение некоего «заказа» со стороны власти имущих. Отрицать его было бы ошибкой, ведь «заказ» — это новая парадигма российских СМИ. Как отмечал доктор филологических наук Б. Н. Лозовский, «“заказ” получил повсеместное распространение как медийная форма репрезентации интересов субъекта политической или экономической деятельности. В некоторых СМИ он занимает более трех четвертей площади издания» [4].

Стоит отметить, что степень влияния публикаций можно оценивать с помощью различных методов: эксперимента, контент-анализа, опроса и др. Однако у каждого из этих методов есть свои ограничения, нам же необходимо выяснить, как граждане Российской Федерации в целом реагировали на материалы, посвященные введению санкций. Выяснить это, как уже было сказано выше, можно путем анализа откликов на форумах СМИ. Газета «Комсомольская правда» как нельзя лучше подходит для этого метода, так как все материалы, публикуемые в ее бумажной версии, дублируются и на сайте [www.kp.ru](http://www.kp.ru), где читатели могут выразить свое мнение касательно ситуации, описываемой в материале. Кроме того, это одно из самых массовых изданий на территории РФ, что подразумевает присутствие

---

<sup>1</sup> «Комсомольская правда» — ежедневная и еженедельная газета, одно из самых массовых изданий на территории Российской Федерации. Основана 13 марта 1925 г. Тираж ежедневного издания — 655 тыс. экземпляров. Тираж еженедельного издания «Толстужка» — 2,7 млн экземпляров. Имеет интернет-версию по адресу: [www.kp.ru](http://www.kp.ru), а также собственную радиостанцию, еженедельная аудитория которой составляет 1 млн 467 тыс. человек, и телеканал, среднemesячная аудитория которого — 10,6 млн человек.

в составе аудитории представителей всех слоев общества. При этом важно понимать, что такой анализ будет затрагивать только «активную» аудиторию издания, которая взаимодействует с авторами материалов посредством комментариев на сайте. Мнения читателей, которые предпочитают не высказываться, учесть невозможно, поэтому мы не сможем говорить о воздействии публикаций на сознание и поведение абсолютно всей аудитории издания.

С марта по сентябрь 2014 г. газета «Комсомольская правда» опубликовала более 500 публикаций на тему последствий санкций для экономики России и жизни ее граждан. Чтобы объединить их, редакция создала специальную рубрику «Торговая война с Россией». Первый текст в ней датируется 17 марта 2014 г. Он озаглавлен: «Обама мстит за Крым» [14]. В данном материале журналисты придерживались государственной позиции, которую озвучил Президент России Владимир Путин 4 марта 2014 г. во время пресс-конференции по ситуации на Украине: «Они (США и страны ЕС. — Д. С.) поддержали антиконституционный переворот и вооруженный захват власти, объявили этих людей легитимными и стараются их поддержать... Мы считаем наши действия вполне обоснованными, а всякие угрозы в адрес России — контрпродуктивными и вредными».

Сообщение о введении первого пакета санкций получило большой отклик в обществе: читатели дали 145 комментариев. В целом люди положительно встретили эту новость. 107 человек выразили мнение, что введенные санкции помогут держать в узде чиновников, не давая им тратить бюджетные деньги на личные цели. Остальные 38 утверждали, что вред от санкций в первую очередь ударит по экономически незащищенным слоям населения. Следом газета «Комсомольская правда» опубликовала материал «Проживем ли мы без айпадов и карты Visa?» [15]. Главная мысль этой публикации: «Ситуация, при которой России придется жить “на всем своем”, крайне маловероятна». Первый констатирующий тезис: «Крупная бытовая техника на нашем рынке, независимо от марки, почти вся отечественного производства». Развивающий тезис: «Indesit собирается в Липецке, Веко — во Владимирской области, LG — в Рузе». Второй констатирующий тезис: «Все крупные мировые автоконцерны уже имеют у нас свои заводы». Развивающий тезис: «Большая часть компонентов — привозные». Третий констатирующий тезис: «Сегодня на руках у россиян более 200 миллионов банковских карт». Развивающий тезис: «Создать свою платежную систему — не проблема». Таким образом, в аналитической оценке ситуации автор придерживается государственной позиции, согласно которой Запад не в состоянии навредить современной России: «За последнее десятилетие Россия прочно заняла свое место в международном разделении труда, поэтому от введения санкций наши зарубежные поставщики пострадают куда больше, чем российские потребители». Этот материал в отличие от своего предшественника собрал всего 26 комментариев читателей. Возможно, виной тому заголовок, слабо представляющий интересы среднестатистического жителя России. Ведь планшетные компьютеры и банковские карточки VISA — это атрибут далеко не всякого гражданина РФ, а скорее тех ее жителей, чей уровень доходов определяется как средний или выше среднего. Девять читателей заявили, что отказаться от западных товаров мы не сможем, так как еще не научились производить свои.

Остальные 17 в довольно грубой форме критиковали попытку Запада навязать России свое мнение.

Анализируя подобным образом все последующие публикации, мы выделили в них главную мысль и аналитическую оценку ситуации, чтобы выяснить, какой позиции придерживались журналисты при освещении экономического кризиса, а также количество откликов и распределение мнений.

Следующая публикация журналистов «Комсомольской правды» также отражает государственную позицию. Об этом говорит уже заголовок: «Вашингтон признал: санкции для России сыграли против Запада» [8]. Главная мысль: «Американцы признали “осложнения” в экономиках G7 после введения санкций против России». Первый констатирующий тезис: «У разных европейских стран есть разные отрасли, в которых у них есть законные отношения с Россией». Развивающий тезис: «По мере введения санкций подобные вопросы вызывают осложнения для каждой вовлеченной страны». Иллюстрация: «Для Германии отношения с Россией — это энергетика, для Великобритании — финансы, для Франции — оборонная отрасль». Второй констатирующий тезис: «Европейские компании уже сообщили о своих убытках». Развивающий тезис: «Из-за нестабильности на Украине и опасений о введении жестких санкций против России датская пивоваренная компания Carlsberg потеряла 12,5 миллионов долларов прибыли и ожидает, что рынок продолжит сокращаться». Аналитическая оценка ситуации: «Участники рынка не сомневаются в том, что новые карательные меры являются политически мотивированными, и будут изучать их последствия». Читатели оставили к материалу 124 комментария. Большая часть аудитории поддержала точку зрения, приведенную в публикации, осудив попытки президента США оказать воздействие на Россию и согласившись, что в первую очередь от санкций пострадают страны Европы. Таких откликов было 76. Остальные 48 комментаторов выразили мнение, что на самом деле настоящих санкций еще не вводилось, и все доводы российских СМИ строятся на пустом месте.

В последовавшем материале «Россия всего за пару месяцев разработала чип для независимых от Запада банковских карт» [9] журналисты вновь отражают позицию государства: «В России будет создаваться полноценная национальная платежная система, не зависящая от капризов иностранных систем Visa и MasterCard». Аналитическая оценка ситуации: «Санкции не страшны». Правда, на этот раз риторика изменилась. Если раньше говорилось о том, что российский рынок неразрывно связан с западным и санкции будут бить по обеим сторонам, то теперь журналисты пишут о том, что пострадает в первую очередь именно западный рынок, так как российский сможет найти адекватную замену любой форме экономического взаимодействия с западными контрагентами. Это касается в том числе и создания национальной платежной системы. Отдельно стоит отметить подверстку в тексте с заголовком «Карта Visa будет бита?». Она сообщает аудитории, что проводить платежи внутри страны с выпуском своих пластиковых карт собирались давно, однако не было повода для принятия поправок в законопроект. Данный материал вызвал большой отклик у аудитории. Читатели оставили 177 комментариев. Причем мнения читателей разделились. Половина — 92 комментатора — поддерживали точку зрения, приводимую

в тексте, половина — 85 комментаторов — напротив, уверяли, что очередная российская инициатива окажется неудачной.

Не меняется позиция журналистов «Комсомольской правды» и в материале «Владимир Путин: “Перед Россией ставят ультиматумы: или позвольте часть населения уничтожить, или будут санкции”» [10], поводом к которому послужило заседание Совета Безопасности ООН. Корреспонденты вновь отражают политические интересы страны. Главная мысль публикации: «Кризис на Украине с каждым днем только набирает обороты, все сильнее задевая и Россию». Журналисты обильно цитируют Президента страны Владимира Путина: «Само понятие государственного суверенитета размывается, неудобные режимы, которые проводят независимую политику или просто стоят на пути чьих-то интересов, дестабилизируются. Для этого в ход идут цветные революции, а если называть вещи своими именами — просто государственные перевороты, спровоцированные и финансируемые извне». В итоге дается следующая аналитическая оценка ситуации: «С Россией сценарии, опробованные в постсоветских республиках, не пройдут, хотя давление на нее оказывается очень серьезное». Забывая об интересах капитала, журналисты рассказывают аудитории о политических интересах страны. Данную новость на сайте прокомментировало 738 человек. Ранее материалы из рубрики «Торговая война с Россией» не могли преодолеть барьер в 200 откликов. Иными словами, риторические рассуждения о защите интересов государства в целом вызвали большой интерес у аудитории. 427 комментаторов поддержали позицию государства по украинскому вопросу, остальные 311 посчитали, что России не следовало вмешиваться в ситуацию на Украине.

В конце июля 2014 г., после очередной волны санкций, корреспонденты «Комсомольской правды» неожиданно стали придерживаться рыночной концепции воздействия. Они опубликовали материал: «Американский экспорт в Россию вырос, несмотря на санкции» [11]. Главная мысль: «И все-таки политика — это одно, а бизнес — совсем другое». Аналитическая оценка ситуации: «Российские компании готовятся к самому негативному сценарию и закупают продукцию впрок». Читатели проявили к материалу сдержанный интерес — они оставили лишь 34 комментария. Несмотря на негативную аналитическую оценку ситуации, все 34 человека придерживались пророссийской позиции. При этом столь малое количество откликов можно связать с небольшим объемом материала, малым количеством информационного контента и отсутствием четкого противопоставления интересов России и интересов Запада в тексте. Иными словами, читателям практически некого было обвинять и некого защищать, «ломающая копья» в комментариях.

В начале августа журналисты «Комсомольской правды» вновь стали придерживаться государственной позиции. 5-го числа вышел материал «Санкции Евросоюза нарушают европейские законы» [12]. Главная мысль повторяет заголовок. Аналитическая оценка ситуации: «Доказать свою правоту российским лицам будет чрезвычайно сложно, если возможно в принципе». Стоит отметить, что к августу 2014 г. интерес читателей к теме санкций стал падать, поэтому материал собрал только 14 откликов. При этом все комментаторы высказались в пророссийском ключе. Однако спустя всего четыре дня произошел новый всплеск внимания общественности к этой теме. После введения Россией ответных санкций

журналисты «Комсомольской правды», все также придерживаясь государственной позиции, опубликовали материал, который собрал на сайте больше тысячи откликов — «Ответные меры Западу» [13]. Главная мысль: «Россия отказывается от ряда продуктов, закупавшихся в странах, которые ввели против нее санкции». Аналитическая оценка ситуации: «Санкции дают надежду на возрождение нашего сельского хозяйства». Материал собрал 1041 отклик, причем мнения разделились: 427 человек написали, что ответные санкции приведут к тому, что в России начнется дефицит продуктов, еще 614 были согласны на дефицит, рассчитывая, что таким образом Россия сможет «приструнить» Запад. При этом надо отметить, что большое количество откликов возможно было связано с тем, что в сознании россиян произошел перелом — спустя 5 месяцев после введения первых санкций оказалось, что России тоже есть чем ответить.

Таким образом, газета «Комсомольская правда» в своих публикациях, посвященных экономическому кризису, вызванному введением рядом стран санкций против России, придерживалась преимущественно государственной позиции. Отражение интересов капитала на страницах газеты случалось, но имело единичный характер. Публикации, посвященные притеснениям России Западом, всегда получали большое количество комментариев. Причем согласно анализу откликов, большая часть активной аудитории высказывалась в пророссийском ключе. Стоит отметить, что обычно материалы с сайта «Комсомольской правды» не могли преодолеть психологический порог в 200 откликов. Тем более любопытно, что при освещении темы торговой войны с Россией ряд публикаций собрал более 700 и даже более 1000 комментариев. Причем большинство читателей придерживались той позиции, которую отстаивали журналисты издания. Можно предположить, что читатели соглашались с газетой из-за того, что в публикациях «Комсомольской правды» отсутствовало разнообразие точек зрения, что ставит мнение читателей в зависимость от средства массовой информации. Это соответствует концепции неограниченного воздействия, которой придерживаются исследователи в последние два десятилетия (например, теория Г. Шиллера [7]). Также интересно то, как сотрудники «Комсомольской правды» проводят работу с комментаторами, несогласными с позицией издания. Их отклики всегда допускаются до публикации без цензуры, при условии, что авторы не используют ненормативную лексику и не нарушают своими высказываниями законы РФ. Делается это для того, чтобы создать обилие разных точек зрения в комментариях, что порождает споры между читателями с диаметрально-противоположными точками зрения и усиливает не только количество откликов, но и посещаемость страниц. При этом важно понимать, что, по сути, читателям, несогласным с позицией издания, отводится роль «угля», подбрасываемого в топку «народного негодования». С их помощью «Комсомольская правда» только усиливает позиции читателей, настроенных в пророссийском ключе. Здесь можно провести аналогию с таким явлением, как «доминирующее мнение», которое образуется при выработке общего мнения у двух из трех участников дискуссии [17]. Таким образом, «Комсомольская правда», всегда занимая сторону читателей, настроенных в пророссийском ключе, усиливает их позиции по отношению к тем, кто не согласен с политикой руководства страны относительно событий на Украине и роли Запада в них. Благодаря этому

«Комсомольская правда» оказывает на аудиторию влияние и подкрепляет ее убеждение в правильности избранного страной курса.

1. *Амиров В. М.* Журналистика переднего края // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования науки и культуры. 2011. № 2 (89). С. 85–91.
2. *Вырковский А. В.* Деловые СМИ в России и за рубежом в период кризиса: экономический, организационный, творческий аспекты [Электронный ресурс] // Медиаскоп. 2010. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/node/692> (дата обращения: 03.03.2014).
3. *Литман У.* Общественное мнение. М., 2004. 384 с.
4. *Лозовский Б. Н.* Российские СМИ: портфель заказов на модернизацию // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования науки и культуры. 2011. № 2 (89). С. 7–12.
5. *Федотова Л. Н.* Паблик рилейшнз и общественное мнение. СПб., 2003. 352 с.
6. *Хуссейн А. Д.* Влияние СМИ на современную экономику и экономический кризис [Электронный ресурс] // Перспективы науки (Тамбов). 2012. № 5. С. 128–130. URL: [http://moofrnk.com/assets/files/journals/science-prospects/32/science-prospects-5\(32\)-2012.pdf](http://moofrnk.com/assets/files/journals/science-prospects/32/science-prospects-5(32)-2012.pdf) (дата обращения: 01.03.2014).
7. *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием // Реклама: внушение и манипуляция: медиа-ориентированный подход / под ред. Д. Я. Райгородского. Самара, 2001. С. 622–628.
8. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/online/news/1753853/> (дата обращения: 28.07.2014).
9. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26245/3126645/> (дата обращения: 28.07.2014).
10. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26258/3137923/> (дата обращения: 15.08.2014).
11. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26261/3140645/> (дата обращения: 15.08.2014).
12. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26264/3142654/> (дата обращения: 15.08.2014).
13. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26265/3143798/?cp=14#comment> (дата обращения: 16.08.2014).
14. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26207.5/3092611/> (дата обращения: 27.07.2014).
15. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26219.7/3102415/> (дата обращения: 28.07.2014).
16. *Ball-Rokeach S. J., DeFleur M. L.* A dependency model of mass-media effects. // Communication Research. 1976. № 3. P. 3–21.
17. *Ito Y.* Mass Communication Theories in Japan and the United States // Communication in Japan and the United States / ed. by W. Gudykunst. Albany, 1993.
18. *Lasswell H. D.* Propaganda technique in the World War. N. Y., 1927.
19. *Lazarsfeld P. F., Berelson B., Gaudet H.* The people's choice. N. Y., 1948 (Original work published 1944).

Статья поступила в редакцию 10.09.2014 г.

УДК 070.133:316.47 + 343.13

Д. С. Татаренкова

## ОБРАЗ ОСУЖДЕННОГО В РОССИЙСКИХ СМИ

Анализируется криминальная ситуация в РФ, которая является сегодня социально значимой проблемой. Рассматриваются социальная реабилитация осужденных и роль средств массовой информации в этом процессе. Проводится контент-анализ СМИ для осужденных и СМИ для широкой аудитории, анализируется образ осужденного, сформированный российскими СМИ.

**Ключевые слова:** социальная реабилитация осужденных; воздействие СМИ; толерантное отношение; пенитенциарные газеты; образ осужденного; отбор фактов в СМИ; социальная ответственность журналиста.

По числу осужденных на тысячу жителей Россия находится на восьмом месте в мире. По оценке экспертов, каждый четвертый мужчина в стране — бывший заключенный [3]. На 1 января 2014 г. в учреждениях уголовно-исполнительной системы Российской Федерации содержалось 677,2 тыс. осужденных. 25 % находятся в местах лишения свободы за убийства, 20 % — за преступления, связанные с незаконным оборотом наркотиков, 18 % — за кражи, 10 % — за разбой, 9 % — за грабеж, 6 % отбывают наказание за причинение тяжкого вреда здоровью, 2 % — за изнасилования. Проблема рецидивной преступности в нашей стране особенно остра. 31,7 % осужденных судимы третий и более раз, 29,5 % — второй раз, и лишь 38,8 % получили судимость впервые [6]. Тюремные проблемы, в той или иной степени, затрагивают жизни и судьбы миллионов людей.

Таким образом, очевидно, что для современного российского общества необходимо реализовывать активную деятельность, направленную на ликвидацию последствий совершенного осужденным преступления. Согласно ст. 43 Уголовно-исполнительного кодекса Российской Федерации, «наказание применяется в целях восстановления социальной справедливости, а также в целях исправления осужденного и предупреждения совершения новых преступлений» [15]. От того, насколько эффективно будет осуществляться работа по социальной реабилитации осужденного, зависит уровень криминализации в стране, стабильность в обществе.

Социальная реабилитация осужденных — это процесс восстановления социальных ролей, функций, статуса, утраченных осужденными в результате совершения преступления, в связи с осуждением и непосредственным отбыванием наказания в специфических условиях изоляции от общества и законного ограничения в определенных свободах и правах; это усвоение осужденными стандартов поведения и ценностных ориентаций, осознанное подчинение правовым и иным нормам [7, 4].

---

ТАТАРЕНКОВА Дина Сергеевна — аспирант кафедры периодической печати Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета, старший инспектор пресс-службы ГУФСИН России по Свердловской области, старший лейтенант внутренней службы (e-mail: ttd1818@yandex.ru).

© Татаренкова Д. С., 2014

Социальная реабилитация осужденных — огромная разноплановая работа, поэтому ей занимается много субъектов. Это медицинские службы, в том числе уголовно-исполнительной системы (УИС), религиозные организации, психологические службы, производственные службы УИС и центры занятости населения, образовательные учреждения при исправительных учреждениях, общественные организации, благотворительные фонды. Особое место среди субъектов социальной реабилитации занимают средства массовой информации.

У средств массовой информации есть ресурс по оказанию воздействия на личность и массы. Существует множество теорий о воздействии СМИ на аудиторию. Так, к примеру, В. И. Ленин назвал прессу одним из главных орудий общественного воспитания населения [8, 372]. Американский исследователь Гарри Оверстрит утверждал, что «на формирование нашего сознания постоянно оказывает влияние четыре общественных института — пресса, радио, кино и реклама» [19, 203]. Ричард Харрис в своей книге «Психология массовых коммуникаций» доказывает, что СМИ оказывают немалое воздействие на сознание и поведение людей [16].

Любая газета является мощным средством социализации индивида [5, 14]. СМИ могут активно включиться в процесс социальной реабилитации осужденных и способствовать становлению социально значимого дела. Они могут повлиять на самого осужденного, дать справочную информацию, показать примеры того, как другие бывшие осужденные сумели успешно устроиться в жизни (нашли работу, создали семью), могут освещать деятельность каждого из субъектов социальной реабилитации. Посредством газет для осужденных те, кто отбывает наказание, могут поддерживать отношения с родными и близкими, подготовка осужденными текстов в газету способствует их творческой самореализации.

Кроме того, СМИ способны сформировать определенное отношение общества к осужденным, и от этого отношения будет зависеть социальная реабилитация после освобождения из мест лишения свободы. Останутся ли бывшие осужденные в глазах окружающих «зэками», вызывающими страх и неприязнь, или нет? Как к ним будут относиться коллеги и соседи? Примут ли их на работу?

Сегодня существует немало так называемых независимых интернет-СМИ, пишущих об осужденных. Только для тех, кто находится в местах лишения свободы, такие СМИ недоступны — согласно Уголовно-исполнительному кодексу РФ, пользоваться Интернетом в исправительных учреждениях запрещено.

На таких сайтах нет информации, которая могла бы помочь бывшим осужденным. Например, на сайте Союза заключенных [zeki.su](http://zeki.su) не найти полезной информации о том, что делать после освобождения, как найти работу, куда обратиться за помощью, если нет жилья, как лечить заболевания, которые распространены в местах лишения свободы. Большая часть материалов сайта на одну тему — о правонарушениях в тюрьмах России, причем часто эта информация ничем не доказывается и не подтверждается.

Бросаются в глаза ужасающие заголовки и еще более ужасающие фотографии к материалам. Например, к тексту «В Брянской области бывший сотрудник ИК-6 получил 10 лет колонии за причинение смертельных травм осужденному» иллюстрацией стала фотография тела осужденного в гробу, сделанная крупным планом, прилагалось и видео, на котором сняты побои на теле осужденного [2].

Понятно, что о таких жестоких преступлениях, совершаемых в колониях, нужно писать, с ними необходимо бороться, в том числе и с помощью средств массовой информации. Но фото- и видеосъемка трупа в гробу не может быть оправдана никакими целями, даже поиском правды, тем более что правда уже восторжествовала — приговор виновному в смерти осужденного вынесен, он понесет наказание за убийство.

Создатели другого известного сайта о защите прав осужденных Gulagu.net так пишут о своей миссии: «Основная цель проекта Gulagu.net — создание эффективной системы мониторинга нарушения прав заключенных, сбор информации обо всех незаконных действиях сотрудников ФСИН, огласка и публичное обсуждение наиболее вопиющих ЧП и фактов нарушения прав граждан в местах принудительного содержания» [18]. Создатели сайта готовы только разоблачать отдельные преступления, находить сенсационные материалы, но не говорить о других проблемах осужденных и путях их решения.

Контент-анализ материалов данного сайта за полгода (были проанализированы материалы, размещенные на сайте с ноября 2013 г. по апрель 2014 г.) показал, что из 690 текстов только в 171 (чуть меньше 25 %) сообщалась нейтральная информация. В этих текстах просто констатировались факты (объявлена амнистия, приняты поправки в закон об условиях содержания в следственных изоляторах, правозащитники разрабатывают этический кодекс) или поднимались проблемные вопросы, в частности, о недостаточной зарплате осужденных, трудоустроенных на производстве в исправительных колониях, развитии производства в колониях, сбыте товаров, производимых исправительными учреждениями, перелимите в следственных изоляторах, новых правилах приема передач и др.

Остальные 519 материалов (примерно 75 %) посвящены либо разоблачениям «оборотней в погонах», либо перечислениям пыток, которым подвергаются осужденные. Сайт переполнен такими заголовками, как «Экс-сотрудник колонии, забивший заключенного книгами, получил 10 лет» [17], «Чтобы защитить права заключенных, Путину отправили фото из морга» [11], «Задержанный капитан полиции пытался съесть взятку в 160 тысяч рублей» [4], «На Южном Урале растет количество суицидов в местах лишения свободы» [12], «Следователь, пытавшаяся забить молотком и ножом жену своего любовника, получила по максимуму» [13], «Новый способ вымогательства за решеткой: жен заключенных склоняют к проституции» [10].

Как видно, для написания материалов выбирают чаще негативные факты, что создает искаженное отражение действительности: все сотрудники УИС либо пытаются, либо берут взятки, а осужденные являются жертвами беззакония в местах лишения свободы. Осужденного представляют как некоего мученика, тем самым оправдывают преступное поведение, забывая почему-то, что в изоляции от общества человек оказался не просто так, а по приговору суда за совершенное преступление.

Подобные СМИ при всем стремлении пожалеть осужденных толерантными к ним на деле не являются и не формируют толерантного отношения к ним в обществе. У аудитории материалы о том, как издеваются над осужденными в колониях, только усиливают страх перед ними: формируется мнение, что даже тот, кто попал в тюрьму из-за судебной ошибки, нормальным человеком оттуда не выйдет.

Официальные сайты территориальных органов уголовно-исполнительной системы наполнены информацией совсем иного характера — сообщается о том, что в местах лишения свободы все хорошо.

Так, на сайте Главного управления Федеральной службы исполнения наказаний (ГУФСИН) России по Свердловской области за полгода (с ноября 2013 г. по апрель 2014 г.) был размещен 461 материал. Во всех сообщениях положительно оценивалась деятельность органов уголовно-исполнительной системы. В 240 (52 % от всех сообщений) материалах рассказывалось о высоком профессионализме, спортивных и других достижениях сотрудников УИС, о ветеранах системы, в 193 (примерно 42 % от всех сообщений) — о работе с осужденными, направленной на их социальную реабилитацию (о проведении спортивных, культурно-досуговых мероприятий, творческих конкурсов для осужденных, их увлечениях, о деятельности религиозных организаций в СИЗО и исправительных колониях (ИК), о работе школ освобождения в колониях, работе общественных организаций, центров социальной защиты, благотворительных фондов, правозащитников, специалистов центров занятости населения с осужденными, о производстве в колониях, трудоустройстве и профобразовании осужденных, о медицинской и психологической помощи осужденным); в 19 (4 % от всех сообщений) — об условиях отбывания наказания (в том числе о строительстве нового СИЗО, оснащении учреждений современными системами охраны и видеонаблюдения); в 18 (чуть меньше 4 % от всех сообщений) — об амнистии. 10 пресс-релизов на сайте (2 % от всех сообщений) — это опровержение недостоверной негативной информации, вышедшей в СМИ.

В ведомственных СМИ не говорится о проблемах осужденных, даже в конструктивном ключе. Создается ощущение, что проблем вообще нет, а это не объективно.

Пенитенциарные газеты, учрежденные Федеральной службой исполнения наказаний РФ, осужденные могут выписывать и читать в местах лишения свободы. В таких изданиях рассказывается о возможности получить образование, о том, как лечатся социально опасные заболевания, как трудоустроиться после освобождения. Рядом с текстом публикации осужденный может найти справочную информацию, которая будет ему полезна на свободе. К примеру, материалы о реабилитационных центрах, общественных организациях, центрах занятости всегда сопровождаются телефонами и адресами этих организаций. Через газету осужденные и освободившиеся из мест лишения свободы могут задать интересующий вопрос специалистам: юристам, психологам, медикам, сотрудникам центров занятости, работникам УИС, — и получить грамотную квалифицированную помощь. Рубрики типа «Ищу тебя», «Знакомства», в которых осужденные передают приветы своим близким и родственникам, знакомятся, ищут кого-то, дают возможность общаться посредством газеты, восстановить социально полезные связи, а иногда даже создать семью. В таких газетах не может появиться негативная информация, например, упоминания о депрессии и суициде даже в творческих текстах осужденных, не допускается критика в адрес сотрудников УИС, режима в исправительном учреждении.

Газеты для осужденных, издаваемые уголовно-исполнительной системой в разных регионах, не слишком отличаются друг от друга по содержанию, поэтому анализировать несколько таких изданий нецелесообразно. Для примера приведем

контент-анализ публикаций в газете для осужденных ГУФСИН России по Свердловской области «Зона» за второе полугодие 2013 г. (с 10-го по 24-й номер). Газета выходит тиражом 3 тыс. экземпляров, распространяется в следственных изоляторах, исправительных и воспитательных колониях области. За рассмотренный период в ней был опубликован 201 материал.

Значительная часть публикаций посвящена сотрудникам уголовно-исполнительной системы — 48 (почти 24 % от всех текстов). Конечно, данные материалы отчасти помогают разрушить стереотип — негативный образ человека в погонах, преодолеть психологический барьер между сотрудниками внутренней службы и осужденными, но не следует забывать, что газета «Зона» рассчитана прежде всего на осужденных.

50 материалов (25 % текстов) рассказывают о возможности профобразования в исправительных учреждениях, о трудоустройстве осужденных в исправительных колониях и на свободе. Широко освещена культурно-досуговая деятельность в учреждениях УИС — 34 материала (17 % текстов). 21 материал (почти 10 %) был о том, как осужденные смогли найти свое место в жизни. Одни нашли себя в работе и творчестве в колонии или на свободе — они рисуют картины, шьют, работают на производстве; другие борются с таким тяжелым недугом, как ВИЧ; третьи рассказывают о том, как приобретенная в исправительном учреждении (ИУ) профессия помогла им устроиться на работу на свободе. А кто-то пишет о своих товарищах по беде, которые нашли в себе силы начать новую жизнь и заняться общественно полезной деятельностью.

Всего лишь 12 публикаций (6 %) посвящены здоровому образу жизни, профилактике заболеваний и лечению осужденных, этого недостаточно, чтобы выработать у них стремление к лечению заболеваний и здоровому образу жизни. О посещении исправительных учреждений родственниками осужденных, правозащитниками, деятелями искусства, представителями религиозных организаций, студентами говорится в 11 текстах (5 %).

Среди публикаций можно также выделить те, которые посвящены адаптации к условиям режима, — 11 комментариев (5 % текстов) к Уголовно-исполнительному кодексу РФ.

Наибольший интерес у осужденных вызывают тексты, из которых можно узнать о работе реабилитационных центров, общественных организаций, помогающих после освобождения решить медицинские, жилищные, психологические, юридические проблемы. Однако в газете за полгода появилось всего 8 таких публикаций (примерно 4 % от всех текстов). Этого явно недостаточно для успешного решения проблемы социальной реабилитации.

Писем-раскаяний, где заключенные рассказывают о том, как совершенные преступления разрушили им жизнь, в газете было опубликовано всего 6 (3 % от всех материалов).

Восстановлению социально полезных связей, снятию психологического стресса, избавлению от чувства отрезанности от мира помогают объявления под рубриками «Отзовись», «От всей души» и «Знакомства». За полгода под этими рубриками вышло 232 объявления. Сами осужденные отмечают в письмах в редакцию, что эти рубрики для них являются одними из самых важных

и интересных, поскольку появляется возможность поддерживать хоть какую-то связь со своими близкими, познакомиться по объявлению в газете и в дальнейшем создать семью.

Осужденные могут опубликовать на страницах издания свои литературные произведения, а также выступить в роли журналистов, работая общественными корреспондентами. Так, ими было подготовлено 68 (33 %) материалов. Кроме того, за анализируемый период в газете было опубликовано 132 стихотворения и 16 художественных рассказов, написанных осужденными.

Коммуникативная и информационная функции газеты заключаются в том, чтобы осужденные и освободившиеся из мест лишения свободы смогли задать интересующий вопрос специалистам — юристам, психологам, медикам, сотрудникам центров занятости, работникам УИС, и получить грамотную квалифицированную помощь, способствующую решению проблем осужденных и их социализации. Эта функция в газете «Зона» не реализована.

Что же касается образа осужденного, который создают подобные СМИ, то это образ почти обычного человека, который учится или работает, увлекается, к примеру, иконописью или пишет стихи, но при этом отбывает наказание за то, что нарушил закон, и это вполне справедливо. Такие СМИ не дают ни позитивных, ни негативных оценок слову «осужденный», не формируют никаких стереотипов. Однако пенитенциарные газеты читают либо сами осужденные, либо их родственники, либо сотрудники уголовно-исполнительной системы. На формирование отношения широкой аудитории к осужденному они повлиять не могут.

Осужденные могут в свободное время смотреть телевизор, в соответствии с установленным распорядком, в колониях и СИЗО есть библиотеки, те, кто находится в местах лишения свободы, могут выписывать и читать любые газеты и журналы, разумеется, за исключением периодики, содержащей призывы к экстремизму и терроризму [15, ст. 94].

Средства массовой информации для широкой аудитории, не специализирующиеся на тюремной тематике, крайне редко помещают материалы, способствующие социальной реабилитации осужденных, несмотря на то, что эта проблема является социально значимой. В то же время СМИ формируют у нас определенный образ осужденного, и тут чаще всего журналисты впадают в две крайности: либо это несчастный, которого пытаются и мучают в тюрьме, либо это недочеловек, не способный ни на какую созидательную деятельность.

В качестве примера проанализируем выбор журналистами информационных поводов для написания материалов про уголовно-исполнительную систему Свердловской области.

По данным пресс-службы ГУФСИН России по Свердловской области, во втором полугодии 2013 г. в региональных и федеральных СМИ вышло 1818 материалов об уголовно-исполнительной системе области, из них позитивных — 535 (чуть больше 29 %), негативных и «материалов-страшилок», которые запугивают читателей, — 983 (54 %), нейтральных текстов, констатирующих факты без оценок (об амнистии, реформе уголовно-исполнительной системы, зарисовки о тюремной жизни и т. п.), — 208 (11 %). Материалов, которые не несут никакой смысловой нагрузки и вообще могли бы не публиковаться, — 92 (примерно 5 %).

Среди позитивных материалов преобладают тексты (их 247) о деятельности исправительных учреждений, направленной на создание нормальных условий отбывания наказания и социальную реабилитацию осужденных (о проведении спортивных, культурно-досуговых мероприятий, о медицинском обслуживании). О сотрудниках ГУФСИН, их профессиональной подготовке, высоких достижениях в службе и спорте вышло 169 материалов, чуть меньше (122) — о самих осужденных (об их трудовой деятельности, профобразовании, творчестве во время отбывания наказания, образовании).

Следует отметить, что практически все позитивные материалы выходили по разным информационным поводам, в то время как даже один негативный информационный повод вызывал огромный общественный резонанс и массу материалов.

Например, было опубликовано 142 материала о ЧП в исправительной колонии № 24. Газета «Комсомольская правда» так писала о трагедии: «На Урале зэка, убившего двоих при побеге, нашли повешенным. Дело обрастает зловещими подробностями, полиция и ГУФСИН не успевают вывозить из тайги трупы» (речь идет о жестоком убийстве осужденным офицера и другого осужденного во время работы на промзоне). В 57 материалах сообщалось о трех осужденных, которые сбежали с участка колонии-поселения при ИК-18. Сообщения выходили с однотипными заголовками: «Из КП Сосьвы совершил побег убийца». Не обошлось и без текстов о бывших сотрудниках ГУФСИН, которые получили взятку или были пойманы на мошенничестве, — 41 текст.

Вышло множество материалов, которые содержали недостоверную информацию. В 179 сообщалось о том, что смерть террориста, одного из подрывников «Невского экспресса», в исправительной колонии № 2 Свердловской области была несчастливой, его убили. В 29 интернет-сообщениях писали о том, что нарушаются права осужденных, они содержатся в жутких условиях (зимой замерзают, летом изнывают от жары, в камерах тесно, темно, не хватает санузлов и т. п.). В 19 сообщениях говорилось, что того или иного осужденного изощренно пытаются, 9 материалов были о том, что сотрудники колоний и СИЗО бьют осужденных и подследственных, 12 текстов — о том, что сотрудники колоний не дают осужденным встретиться с правозащитниками, 8 — о нарушениях условий труда осужденных, 17 — о деле известного фотографа Дмитрия Лошагина: по версии следствия он убил свою жену фотомоделю Юлию Лошагину, вывез ее тело в лес и сжег, но, несмотря на официальные заявления следователей, в текстах утверждалось, что убийство совершил не муж жертвы, а один из осужденных, поскольку недалеко от места, где нашли труп, расположена колония-поселение. В 4 сообщениях говорилось о том, что «липецкий душитель», маньяк, отбывающий наказание в колонии особого режима Свердловской области, повесился. Следует отметить, что ни один из этих фактов не нашел подтверждения.

На общественное мнение влияет не только оценка фактов в журналистских материалах, но и их выбор. М. Маклюэн пишет, что пресса «может придавать событиям “окраску”, просто используя их или не используя» [9]. Журналисты, освещая тюремную тематику, к сожалению, предпочитают выбирать крайне негативные информационные поводы. Такое ощущение, что им не важно, про «зэка» будет статья или про «тюремщика», главное — испугать читателя. Придавая

огласке недостоверные, скандальные случаи (побеги, суициды, нарушения прав осужденных), журналисты пытаются таким образом привлечь побольше читателей. Представители СМИ формируют нетолерантное отношение и к осужденным, и к сотрудникам уголовно-исправительной системы. Хочется, чтобы тюремная тема отражалась в СМИ адекватно — чтобы осужденными не пугали, их не жалели, а говорили о том, как снизить уровень рецидива.

Журналисту необходимо помнить о социальной ответственности, о том, какое действие окажут материалы на читателей, о том, для чего он их пишет. И здесь можно привести свежий пример. После того как осужденных — свидетелей «копейского бунта» было решено привезти в свердловские исправительные колонии, некоторые журналисты написали, что их перевезли, чтобы пытаться. Один из этих осужденных проглотил несколько бритвочек, чтобы попасть в больницу и избежать таким образом пыток.

Единственным положительным примером освещения проблем осужденных в СМИ является программа «Облака». Она выходит в эфир с 31 мая 2005 г. на «Радио России» по вторникам в 15 часов 10 минут по московскому времени, радиопередачу можно также послушать в прямом эфире на сайте «Радио России». Радио доступно в местах лишения свободы, так что при желании передачу «Облака» могут слушать осужденные. Кроме того, архив текстовых расшифровок выпусков программы выложен на сайте центра содействия реформе уголовно-исполнительного права «Тюрьма и воля» [14]. Идея создать такую передачу, разработка ее информационной политики принадлежит директору центра «Тюрьма и воля» Валерию Абрамкину, он сам бывший осужденный, российский общественный деятель, правозащитник. Валерий Федорович сумел найти совершенно иной подход к освещению в СМИ проблем осужденных. Это не описание кровавых картин и ужасов тюремных будней, не сенсационные разоблачения сотрудников УИС — подобные материалы не несут аудитории ничего кроме усиления агрессии либо чувства апатии.

Передача «Облака» — пример качественной журналистики, когда говорится о социально значимых проблемах, связанных с отбыванием наказания. Очевидно, что при подготовке программы авторы задумываются, будет ли она полезна слушателям. В материалах представлено несколько точек зрения на одну проблему, в эфир приглашают бывших осужденных, правозащитников, общественных деятелей, не боятся серьезного анализа происходящего. Журналисты не гонятся за новостями-однодневками, они обсуждают масштабные проблемы и пути их решения.

Так, например, в передаче «Облака» от 2 апреля 2014 г. обсуждали вопрос подготовки персонала колоний. Сегодня сотрудников учат соблюдать правила безопасности, контролировать заключенных, но у них недостаточно знаний правовых актов. В связи с нехваткой сотрудников и медиков из-за сокращения штата осужденным оказывается недостаточное внимание, нарушаются их права. Поднимался вопрос о профессиональном выгорании сотрудников УИС. Выпуск от 25 февраля 2014 г. был посвящен борьбе с насилием в тюрьме, проблеме психологической подготовки сотрудников уголовно-исполнительной системы, их кадрового отбора. Не раз в эфире говорилось и о положительном опыте помощи осужденным. Так, выпуск от 7 января 2014 г. был посвящен благотворительной деятельности отца Михаила

Резина в Ардатовской колонии. В течение 20 лет отец Михаил Резин вместе с женой, добровольцами и прихожанами Знаменского собора посещают Ардатовскую колонию, оказывая заключенным в ней подросткам, а сейчас — женщинам, духовную, социальную, правовую и материальную помощь. С 1997 г. эта работа, точнее сказать, служение, осуществляется в рамках общественной благотворительной организации «Сретенье». На пожертвования, которые собрала организация, был построен реабилитационный центр «Вера, Надежда, Любовь», где нашли приют подростки, освободившиеся из Ардатовской колонии, ребята из неблагополучных семей, бывшие воспитанники детских домов.

Но, к сожалению, одной качественной передачи об осужденных и для осужденных, которая выходит всего раз в неделю, слишком мало, чтобы способствовать решению проблемы социальной реабилитации осужденных.

Таким образом, можно выделить три основных образа осужденных, которые создают СМИ:

- мученик, подвергающийся пыткам;
- убийца или маньяк;
- человек, у которого все хорошо.

Первый образ навязывается интернет-СМИ, второй — средствами массовой информации для широкой аудитории, третий — ведомственными СМИ, выпуском которых занимается Федеральная служба исполнения наказаний. Все три не являются достоверными и формируют стереотипы.

Следует помнить, что, во-первых, Средневековье с жестокими пытками и казнями давно в прошлом, бьют и пытаются далеко не всех осужденных. В колониях, как и на свободе, случается все, преступления против жизни и здоровья в том числе, но это единичные случаи, а не массовая практика.

Во-вторых, далеко не все осужденные сидят за убийства, изнасилования и причинение тяжких телесных повреждений, люди оказываются в местах лишения свободы и за экономические преступления, кражи, вымогательство, хулиганство и другие преступления.

И в-третьих, несмотря на то, что физические наказания сейчас не применяют, а уголовно-исполнительная система стремится к гуманизации, жизнь в колонии совсем не похожа на жизнь на свободе, у осужденных есть масса проблем и ограничений, поэтому описывать осужденного как человека, живущего полной и интересной жизнью, неправильно.

Когда СМИ обращаются к теме осужденных, необходимо помнить о профессиональной этике. При освещении любой проблемы должны быть представлены как минимум две полярные точки зрения. Журналисты не должны вешать ярлыки ни на осужденных, ни на сотрудников УИС: не называть их «зэками» или «тюремщиками», не приписывать им «обязательные» качества, которыми они якобы обладают (осужденный — значит, подвергающийся пыткам или маньяк, сотрудник УИС — жесткий, бесчеловечный). Необходимо говорить о положительных примерах работы с осужденными, направленной на социальную реабилитацию, о том, что возможно и во время отбывания наказания остаться нормальным человеком, а после освобождения найти свое место в жизни. Но в то же время нельзя умалчивать

о проблемах этой категорией граждан. В идеале проблемы осужденных и бывших осужденных должны формулироваться ими самими, а вот о том, как решить эти проблемы, должны высказываться различные точки зрения.

1. *Беляев А., Горбунов А.* На Урале эзка, убившего двоих при побеге, нашли повешенным [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/online/news/1577186/>.
2. В Брянской области бывший сотрудник ИК-6 получил 10 лет колонии за причинение смертельных травм осужденному [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zeki.su/novosti/2014/4/09164614.html>
3. Данные международного центра тюремных исследований [Электронный ресурс]. URL: [http://www.prisonstudies.org/highest-lowest?area=all&category=wb\\_porrate](http://www.prisonstudies.org/highest-lowest?area=all&category=wb_porrate)
4. Задержанный капитан полиции пытался съесть взятку в 160 тысяч рублей [Электронный ресурс]. URL: <http://gulagu.net/news/5703.html>,
5. Исправительные программы различных категорий преступников. Домодедово, 1991.
6. Итоги деятельности Федеральной службы исполнения наказаний в 2013 году и задачи на 2014 год [Электронный ресурс]. URL: <http://фсин.рф/statistics/>.
7. *Кукаркин А. В.* Буржуазная массовая культура. М., 1985.
8. *Ленин В. И.* О печати. М., 1982.
9. *Маклюэн М.* Понимание медиа [Электронный ресурс]. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3528/3550>
10. *Меркачева Е.* Новый способ вымогательства за решеткой: жен заключенных склоняют к проституции [Электронный ресурс]. URL: <http://gulagu.net/news/5653.html>
11. *Меркачева Е.* Чтобы защитить права заключенных, Путину отправили фото из морга [Электронный ресурс]. URL: <http://gulagu.net/news/5712.html>
12. На Южном Урале растёт количество суицидов в местах лишения свободы [Электронный ресурс]. URL: <http://gulagu.net/news/5699.html>
13. Следователь, пытавшаяся забить молотком и ножом жену своего любовника, получила по максимуму [Электронный ресурс]. URL: <http://gulagu.net/news/5693.html>.
14. Тюрьма и воля [Электронный ресурс]. URL: <http://prison.org/index.shtml>.
15. Уголовно-исполнительный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/popular/uikrf/>
16. *Харрис Р.* Психология массовых коммуникаций. СПб., 2002.
17. Экс-сотрудник колонии, забивший заключенного книгами, получил 10 лет [Электронный ресурс]. URL: <http://gulagu.net/news/5723.html>
19. [Электронный ресурс]. URL: <http://gulagu.net/about/>
20. *Overstreet H.* Nature Mind. N. Y., 1995.

*Статья поступила в редакцию 16.06.2014 г.*

УДК 316.772.2 + 316.776.2:070

А. М. Юсупова

**СОВРЕМЕННАЯ РОССИЯ В ЗЕРКАЛЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИЛЛЮЗИЙ**

В статье описаны наиболее популярные в современном публицистическом дискурсе социальные иллюзии, способы их формирования и вербального выражения.

К л ю ч е в ы е с л о в а: СМИ; социальные иллюзии; структура; миф о герое.

Основной массив публикаций региональных СМИ посвящен событиям, которые происходят внутри страны и конкретного региона. В таких материалах зачастую прошлое и настоящее страны подвергаются иллюзорному переосмыслению.

В результате анализа выяснилось, что «внутренние» социальные иллюзии прочно завязаны на персоне президента страны. Это объективное следствие выстроенной Путиным вертикали власти: даже в регионах, на местах, то, что президент сказал или сделал, его взгляд на злободневные вопросы имеет определяющий характер как для простых людей (критерий оценки адекватности и результативности местной власти), так и власть предержащих (образец мышления и поведения).

Иллюзии относительно персоны Владимира Путина основываются на первомифе о герое. Процесс прихода Владимира Путина к власти сопровождался созданием героического и имперского мифа. Владимир Путин был молод (относительно правящего тогда Бориса Ельцина), он демонстрировал незаурядные физические способности (это подтверждается регулярными сообщениями в СМИ об увлечениях лидера: дзюдо, полеты на самолетах и пр.). Сам процесс передачи власти, хотя и носил формально добровольный характер («Я устал, я ухожу»), выглядел как свержение старого и немощного правителя Бориса Ельцина.

Впоследствии миф о герое получил дальнейшее развитие. Наше исследование захватывает несколько периодов «героизации» Владимира Путина. Первый пришелся на начало 2012 г. — период предвыборной президентской кампании Путина, второй — на начало 2014 г., период украинского кризиса. И в первом, и во втором случае для формирования нужного общественного мнения был задействован мощный административный ресурс, который включал в себя и работу проправительственных СМИ.

Согласно требованиям героического мифа, СМИ формировали образ Владимира Путина как человека незаурядных интеллектуальных, физических способностей, с огромным профессиональным опытом. Главные категории, которыми оценивается личность президента, — это сила и смелость. Это стало особенно актуально после четырехлетнего правления Дмитрия Медведева, который обладал многими достоинствами как руководитель страны, но вот путинской жесткости, решимости и безапелляционности ему не хватало:

---

ЮСУПОВА Альбина Муратжановна — аспирант кафедры периодической печати Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: yusupova88@yandex.ru).

© Юсупова А. М., 2014

В результате этих кампаний к власти пришел *сильный президент*. *А сильный президент — это сильное государство* (здесь и далее в цитатах курсив наш. — А. Ю.) [12].

Владимир Путин сегодня является *гарантом стабильности, защитником интересов страны* на международной арене, *единственной консолидирующей фигурой* в России. Владимир Владимирович умеет расставлять приоритеты, главный из которых — человек <...> Это квалифицированный работник, который имеет колоссальный опыт. *Более того, он смелый человек* [1].

Герои довольно часто бывают безжалостными по отношению к своим врагам. СМИ подчеркивают: Владимир Путин при всей своей жесткости, что очень близко российскому патерналистскому менталитету, тяготеющему к этатизму, прислушивается к нуждам и отстаивает интересы простого человека.

СМИ также акцентируют внимание на такой «мужской» черте характера, как верность своему слову. Для массового сознания, которое приучили к мысли, что политика — это господство лжи и лицемерия, это достаточно веский аргумент.

Поэтому, мне кажется, сейчас нужно более внимательно отнестись к инициативам Путина и Медведева, — перебил Евгения Потапова Вадим Дубичев, — потому что это федеральные лидеры, которые, если они что-то сказали, то они сделают. *У Владимира Путина я не знаю ни одного примера, чтобы он сказал и не сделал* [9].

Для героя характерно чудесное рождение. В случае с Владимиром Путиным к героическому мифу примешивается стереотип о человеке, который добился всего сам. Факт, что человек из простой семьи, без особых связей пришел к управлению страной, уже сам по себе рассматривается как чудо.

Понятно, что президентская должность очень нелегкая ноша, взять ее на себя *может только надежный, проверенный временем человек* <...> *Сам он, как говорится, вышел из народа, из простой рабочей семьи, сам проложил себе дорогу в жизни* [10].

Герой, как правило, в одиночку сражается с чудовищами. В российском обществе такими чудовищами в равной степени выступают западная экспансия, экономическая разруха, коррупция в высших эшелонах власти.

*Мучительными усилиями* Путин, пришедший после Ельцина, *стал с трудом выдираться из-под этой оккупации*, которая установилась в России после 1991 года [13].

Путин пообещал решительно пресекать коррупцию в военной промышленности и вооруженных силах, заявив, что *«коррупция в сфере национальной безопасности — это, по сути, национальная измена»* [4].

И конечно, от героя ждут великих свершений. Свершением, чудом может выступать выведение России на новый путь развития, курс на экономические реформы, в конечном итоге — возврат былого величия родной стране.

Мы по-прежнему *ждем от Путина рывка, развития* <...> Он борется с этой оккупационной ситуацией <...> Он не сдает Сирию. Вот если он сдаст Сирию, то все надежды кончены [13].

Путин твердо настроен на основе проведения взвешенной национальной политики *вывести Россию на передовые позиции в мире* [8].

На это работает и использование прецедентных феноменов. Так, возврат России статуса мировой державы формулируется в фольклорном образе птицы Феникс, которая возрождается из пепла:

Страданиями нескольких послевоенных поколений *мы возродились из пепла*, собрали силы, обрели незримое духовное единство и на костях вновь создали великую державу [14].

В деятельности героя есть место и более «камерным» чудесам. Так, СМИ пестрят сообщениями о том, как одного строгого слова или визита президента достаточно, чтобы самое сложное дело сдвинулось с мертвой точки.

В прошедшем году тревожил Богословский алюминиевый завод <...> *После того, как в его судьбе принял участие премьер-министр Владимир Путин, ситуация здесь резко изменилась к лучшему* [3].

С героическим мифом, посвященном персоне Владимира Путина, тесно коррелирует стереотип «лихие 90-е». Действительно, в этот период страна находилась в крайне тяжелой политической и экономической ситуации. Однако в СМИ наметилась тенденция к чрезмерной демонизации этого отрезка новейшей истории.

Первыми последствия экономического кризиса ощутили на себе простые люди: продовольственный дефицит, невыплата заработной платы, банкротство бюджетных учреждений и потеря работы.

После *эпидемии закрытия дошкольных учреждений* в 90-е годы в Петрокаменском остался всего один детсад [2].

«Я вспоминаю, как 20 лет назад, приходя домой, думала, *чем накормить детей*, — поделилась Раиса Шарапова, мастер механосборочного цеха. — *Зарплаты почти не было, приходилось работать «за идею»*, чтобы сохранить за собой место на заводе» [3].

«Вовремя получаем пенсии, в магазине есть все продукты. А ведь мы *при прежней власти часами стояли в очередях за хлебом*», — напомнила односельчанам Раиса Гайнанова [Там же].

Описывая условия жизни в те годы, авторы намеренно оперируют витальными ценностями и потребностями человека. Для матери не может быть ничего хуже, чем невозможность накормить своих детей. Если в обществе выстраиваются очереди за хлебом — это уже гуманитарная катастрофа. Если работа есть, но за нее не платят, — это глубокий экономический кризис.

На политической арене также царили неопределенность, клановая борьба за власть, господство олигархических кругов:

Попытка сделать это (скопировать демократию с западного образца. — А. Ю.) в 90-е годы привела к тому, что *«под флагом демократии мы получили не современное государство, а подковерную борьбу кланов и множество полуфеодалных кормлений»*, что породило у населения недоверие и к демократии, и к рыночным реформам [4].

На этапе 90-х — начала 2000-х годов государство в силу своей слабости не только не могло обеспечить легальность ведения бизнеса, но и фактически *полностью находилось под его контролем* [7].

В 90-е гг. страна переживала экономические потрясения. В числе прочего происходила масштабная приватизация крупнейших предприятий промышленности, успешные бизнесмены сказочно богатели на фоне обнищания основной массы населения. Поколение людей, воспитанных на советском лозунге «земля — крестьянам, заводы — рабочим», не смогло принять новую капиталистическую модель экономики. Путин, объявивший войну олигархам, сыграл на чувстве справедливости и получил мощную поддержку электората.

Экономические и политические потрясения не могли не сказаться на системе нравственных ориентиров общества:

Предыдущие десятилетия экономического и политического лихолетья породили *катеорию людей, которым ненавистна любая власть*, даже эффективная [1].

Согласно социологическим опросам, *подростки в «лихие 90-е» мечтали стать олигархами*, теперь массово выбирают карьеру госчиновников [4].

В конечном итоге все происходящее в стране в 90-е гг. воспринимается как глобальная катастрофа, мифологическое «скончание времен», хаос:

Люди прекрасно помнят 90-е годы, помнят, что происходило *во времена отсутствия порядка в стране*. И они благодарны тем, кто остановил этот распад, разгром государства [4].

27 декабря тагильские машиностроители <...> распространили в СМИ и Интернете манифест обращение «к коллективам всех заводов и фабрик, к рабочим и селянам» с призывом создавать на своих предприятиях комитеты в поддержку Владимира Путина «для того, чтобы не позволить снова, как в 90-е годы, грабить Россию, вернуть хаос и безработицу, власть олигархов и болтунов» [10].

Сложившаяся ситуация требовала вмешательства героя, который придет и сотворит чудо: спасет страну от самоуничтожения, вернет людям ощущение благополучия и стабильности. И таким героем стал Владимир Путин:

*Россия сегодня по основным параметрам экономического и социального развития вышла из глубокого спада*, который последовал за крахом тоталитарной модели социализма и распада Советского Союза. *По сравнению с 90-ми годами, бедность сократилась в 2,5 раза, а реальные доходы россиян превышают уровень 1989 года — «пика» развития СССР* [15].

*В 1990-х годах долг по зарплате доходил до 500 миллионов рублей*, в начале двухтысячных, по данным официальной статистики, задолженность достигала 105 миллионов рублей <...> *В 2007 году такое явление, как задержка зарплат, полностью исчезло* [5].

Общество приняло эти изменения (жесткую политику государства в области регионального законодательства. — А. Ю.), потому что *страна еще не оправилась от разрушительного кризиса 1998 года* <...> *Россия, мягко говоря, лежала в лежку*. Поднять ее было сложной задачей. Тем не менее Владимиру Путину это удалось [9].

Именно необходимостью формулирования героического мифа вызвано такое катастрофичное переосмысление периода 90-х гг. прошлого века. Главное призывание героя — бороться со злом. Если воспринимать «лихие 90-е» как абсолютное зло для страны и каждого конкретного ее жителя, то свою главную победу Владимир Путин уже совершил.

В рамках предвыборной кампании это стало мощным аргументом голосовать за, ведь если герой уйдет, есть риск, что страна будет снова ввергнута в пучину экономического и политического хаоса.

- 
1. Броня крепка, а правда сильнее // Областная газета. 2012. 17 янв.
  2. Вновь расцвела «Рябинка» // Областная газета. 2012. 11 янв.
  3. Возрождается аристократия. Рабочая // Областная газета. 2012. 14 февр.
  4. Государство другого качества // Областная газета. 2012. 7 февр.
  5. Зарплата в принудительно порядке // Новый мир. 2013. 16 июня.
  6. Заткнуть «варежку» рабочей рукавицей // Областная газета. 2012. 14 янв.
  7. Как заставить богатых делиться? // Челябинский рабочий. 2014. 5 июня.
  8. Капитальный подход // Областная газета. 2012. 31 янв.
  9. Назначать или избирать? // Областная газета. 2012. 5 янв.
  10. Поддержки хватает и без танков // Областная газета. 2012. 11 янв.
  11. Попасть в «яблочко» // Областная газета. 2012. 21 февр.
  12. Президент ставит цели // Челябинский рабочий. 2013. 6 июня.
  13. Проханов А. Путин пережил колоссальный шок // Новый мир. 2013. 6 июля.
  14. Россия непобедима! // Челябинский рабочий. 2012. 24 апр.
  15. Убрать с дороги все, что мешает идти вперед // Областная газета. 2012. 17 янв.

*Статья поступила в редакцию 13.10.2014 г.*

УДК 070:81'38 + 821.161.1-4

Е. А. Набиева

## ОСОБЕННОСТИ ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТИЛЯ СЕРГЕЯ ГОЛУБИЦКОГО

Рассматривается аспект индивидуализации журналистского текста, который весьма актуален в условиях интенсификации информационных потоков. Объектом исследования впервые выбраны тексты популярного журналиста С. М. Голубицкого, опубликованные в «Бизнес-журнале». Целью работы стала систематизация особенностей индивидуального стиля Голубицкого, которые позволяют его текстам быть узнаваемыми и востребованными читательской аудиторией делового журнала.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** индивидуальный стиль; эссе; диалогизация монологической речи; вставные конструкции; дубитация; экономические термины; англицизмы; графон.

Аксиома, что «если хочешь стать хорошим писателем, то должен читать хороших писателей», может быть адаптирована и к журналистам. Чтение статей известных журналистов, пользующихся у читателей доверием, а в профессиональной среде — заслуженным уважением, является одной из важных составляющих обучения студентов-журналистов. Почему так важно сформировать у студентов, обучающихся журналистике, индивидуальный стиль? Прежде всего потому, что «...подлинное художественное и публицистическое творчество *невозможно без наличия индивидуального стиля* (здесь и далее в цитатах курсив наш. — Е. Н.)» [14, 51]. Не менее важны и изменения в сфере журналистики, произошедшие за последние два десятилетия: «Если раньше (особенно в советское время) языковая личность журналиста сравнительно с писательской была социально ориентированной, но пассивно авторизованной, то сейчас публицистическая речь характеризуется журналистским подходом к отображению действительности: *через призму мировоззрения журналиста выявляется осмысление жизненных фактов, которые в речевой практике СМИ получают индивидуальное толкование и субъективную оценку с соответствующими комментариями*» [15, 167]. Это находит отражение в том, что личность журналиста выходит на первый план: «Своеобразие современного медийного диалога исследователями обычно определяется посредством понятия “персонификация” как проявления в публичном диалоге *личности, открыто заявляющей свое мировоззрение и утверждающей свой стиль*» [12, 63]. Данное явление отмечается многими исследователями языка СМИ, в частности, Г. Я. Солганик пишет о «преобладании в структуре категории автор человека частного» [18, 78], Н. И. Клушина отмечает, что «ведущая роль принадлежит адресанту» [7, 53]; им вторит современный литературный критик и публицист А. Л. Агеев: «Кредо журналистов: “новость — это я”» [1, 305]. И. Г. Дьячкова считает, что «автор обрел творческую индивидуальность и самостоятельность» [4, 84],

---

НАБИЕВА Елена Айбулатовна — кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры истории и теории журналистики Тюменского государственного университета (e-mail: ena4@list.ru).

© Набиева Е. А., 2014

В. Г. Костомаров квалифицирует это как «интимную разговорность» [9, 200], а Т. В. Чернышова — как «повышенную авторизацию» [22, 217]. Исследователи по-разному оценивают данное явление, но признают, что успешные журналисты имеют свой индивидуальный стиль, поэтому после ответа на вопрос «зачем?» необходимо определить суть феномена «индивидуальный стиль».

Согласно «Стилистическому энциклопедическому словарю русского языка» под редакцией М. Н. Кожинной, индивидуальный стиль — это «...совокупность семантических и стилистических особенностей речи отдельного носителя данного языка... Индивидуальный стиль свидетельствует о высоком интеллектуальном уровне, хорошем знании и чувстве языка, культурной эрудиции» [20, 95]. Если это определение в большей степени ориентировано на внутренние факторы наличия индивидуального стиля, то следующее — на внешние условия возникновения и функционирования индивидуального стиля: «...совокупность именно речетекстовых характеристик отдельной языковой личности (индивидуальности писателя, ученого, конкретного говорящего человека), тем не менее формирующихся *под воздействием экстралингвистической основы* — как функционально-стилевой, жанрово-стилевой, так и индивидуально-стилевой. Идиостиль имеет разноуровневый (по степени обобщения) интегрированный характер уже потому, что является “посредником” между текстом и его создателем» [21, 91–92]. Это определение из «Учебного словаря...» под редакцией Т. В. Матвеевой. Но мы хотели бы обратить внимание на еще один важный аспект индивидуального стиля, о котором пишет В. И. Коньков: «В том случае, если отобранные автором средства выражения авторского “я” складываются в систему, представляющую узнаваемую и воспроизводимую стилевую концепцию, мы можем в определенном смысле говорить о наличии индивидуального стиля» [14, 90]. В условиях функционирования этих текстов в средствах массовой информации необходимо учитывать фактор адресата: «С точки зрения читателя образ автора представляет мысленно фантазируемый читателем образ, который складывается в сознании читателя по прочтении всего текста» [8, 23].

Данная статья посвящена анализу творчества Сергея Михайловича Голубицкого, представителя деловой журналистики, печатающегося в «Бизнес-журнале». Признавая тот факт, что «творческая индивидуальность журналиста представляет собой единство личностных и профессиональных качеств, благодаря которым личность приобретает неповторимые и только ей присущие черты» [6, 30], процитируем его краткую самопрезентацию: «Филолог, кандидат филологических наук, писатель, журналист, специалист по интернет-трейдингу. Владеет английским, французским, немецким, португальским и румынским языками, изучает хинди и греческий. <...> С 1996 г. автор колонок о бизнесе, экономике, финансах и информационных технологиях в российских журналах: “Компьютерра” <...> “Бизнес-журнал” (первый главный редактор журнала; автор колонок “Apparebit” — 1999 и 2004 годы; “Великие аферы XX века” — 2003 г.; “Чужие уроки” — с 2004 года по настоящее время; а также блога о бизнесе на портале издания с февраля 2013 года по настоящее время). В 1998 году автор музыкальных рецензий для портала CDRU.com. С сентября 2011 года по февраль 2013 года автор ежедневных комментариев по финансовой тематике в *Национальной*

деловой сети. В разное время публиковался в журналах “Домашний компьютер”, “Русский журнал”, “Инфобизнес”, “Cigar Clan”, “Д-итрих” и др.» [19]. Приведем мнение экспертного сообщества «Global Intellect Monitoring», которое отдало ему 30-е место в рейтинге «100 творцов постсоветского пространства» (2009 г.) с формулировкой: «Сергей Голубицкий — один из наиболее ярких российских интеллектуалов начала XXI века, аналитик, обладающий энциклопедическими знаниями в различных сферах жизнедеятельности человека, *оригинальный мыслитель с уникальным видением мира...*» [23].

Материалом для анализа стали 20 публикаций С. М. Голубицкого из универсального делового «Бизнес-журнала» (далее в ссылках — БЖ) за период 2011–2013 гг. Все тексты опубликованы в рубрике «Чужие уроки». Мы специально не включили в исследование тексты С. М. Голубицкого, опубликованные в других изданиях, потому что формат издания накладывает отпечаток на тексты: «Формат — качество *обусловленности текста* (его темы, способов ее раскрытия, лексического ряда) *целевой аудиторией*» [13, 164]. По схожей причине мы не стали анализировать многочисленные авторские тексты в интернет-изданиях, а также исключили тексты других жанров.

Автор квалифицирует свои тексты как «эссе»: «В начале *эссе* я проговорился, что...» (Эликсир молодости // БЖ. 2011. № 10. С. 107); «На эти вопросы мы и попытаемся найти ответы в нашем *эссе*» (График Кругмана // БЖ. 2012. № 9. С. 108). Отметим, что коллектив авторов учебного пособия «Деловая журналистика» (2012) в таблицу «Самые распространенные жанры деловой журналистики» не включил этот жанр [2, 586–587].

Выбор автором данного жанра, на наш взгляд, имеет лингвистические и экстралингвистические причины. Первые связаны с тем, что этот жанр, имея подвижные границы, с легкостью включает в себя элементы других жанров, давая свободу самовыражению. Это настолько востребованный жанр, что исследователь Л. Г. Кайда определяет «эссеизацию публицистики» как одну из ведущих тенденций современной журналистики [5, 79]. Экстралингвистические причины связаны с духом времени: «Эссеистика, являясь частью журналистики и публицистики, проявляет свою специфику прежде всего в том, что, с одной стороны, *способствует развитию личностного самосознания читателя*, помогая преодолевать стереотипы массового сознания, с другой стороны — *требует развития личности самого автора*. Эссеизм — феномен эпох переломных...» [3]. Переход от плановой экономики к рыночной — глобальный мировоззренческий сдвиг, произошедший в рамках одного поколения, что требует осмысления и принятия. Тексты С. М. Голубицкого показывают принципы и механизмы именно рыночной логики и в какой-то степени помогают в формировании новой картины мира у читателей.

Мы считаем, что тексты С. М. Голубицкого обладают всеми отличительными чертами талантливого произведения, к которым «можно отнести *оригинальность и новизну журналистского выступления, совершенство литературного стиля, необычную форму подачи материала, общественную значимость* и др. Подобного рода результаты, конечно, во многом зависят и от особенностей восприятия журналистом мира (таких как обостренность и напряженность внимания), и от

развитости интеллектуальных способностей, а также от творческого поведения (уклонение от стандартного решения задач)» [6, 31]. Само название рубрики — «Чужие уроки» — дает возможность не ограничивать предметно-тематическое поле журналистских публикаций. С. М. Голубицкий пишет об отдельных странах («График Кругмана» — об Эстонии, «Хон Хай» — о Китае), о личностях («Контрабасист» — о С. Берлускони, «В стране чудес» — о мошеннике Мариуше Рыбаке), о компаниях («Выручалочка Коха» — о «Koch Industries», «Эликсир молодости» — о «Microsoft»), о тенденциях («Нам бы день простоять да ночь продержаться» — о проблемах на фондовом рынке, «Цена свободы: \$13,65» — о стремлении компаний выйти из-под влияния котировок фондовой биржи), о крупномасштабных аферах («Дело Божье», «Систематическое бесчестие» — о махинациях в банковской сфере, «Танцы Калисто Танци» — о судебных разбирательствах с компанией «Пармалат»). Оригинальность его выступлений связана с тем, что он самостоятельно определяет тему публикаций, не обращаясь к событиям, которые можно квалифицировать как «топовые». Иногда его внимание привлекает громкое событие, но, разрабатывая тему, он дает собственную, весьма оригинальную трактовку данному событию («Охота на Bloomberg», «Золото гномов», «Монеты и симулякры»).

Анализируя творчество С. М. Голубицкого, мы пришли к выводу, что он в своих текстах активно использует диалогизацию монологической речи — определенную стратегию «речевого поведения, а также комплекс риторических приемов, способствующих реализации риторического закона гармонизирующего диалога, суть которого в том, чтобы видеть в адресате (собеседнике или аудитории) не пассивный объект, а активного субъекта равноправного речевого взаимодействия» [10, 157]. Это выражается в активном употреблении на синтаксическом уровне вставных конструкций: «Порядок этот лоббистам банковского капитала (*будем называть вещи своими именами!*) видится двойко» (Нам бы день простоять да ночь продержаться // БЖ. 2011. № 11. С. 110); «Кто-то смирился со своей участью вечного наемного работника, кто-то — *из пассионарных* — пытался поймать удачу на Западе» (В стране чудес // БЖ. 2013. № 3. С. 92). Из примеров видно, что автор использует вставные конструкции для того, чтобы показать свое отношение к описываемым событиям, часто весьма эмоциональное.

Другим излюбленным приемом является диалогизация монологической речи с помощью дубитации — ряда вопросов к воображаемому собеседнику. Данный прием не только разнообразит текст, но и задает опорные точки для его развертывания, особенно если вопросы расположены в начале текста: «В самом деле: в какой мере президент Томас Ильвес может гордиться достижениями своей страны в борьбе против финансового и экономического кризиса? Насколько оправданы упрёки Кругмана? Наконец, какая из двух моделей ближе российскому менталитету?» (График Кругмана // БЖ. 2012. № 9. С. 106); «На что же апологеты “валюты будущего” делают ставку? Что заставляет их верить в благополучный исход начинания, которое серьезные экономисты оценивают не иначе как “пирамиду цифрового века?”» (Монеты и симулякры // БЖ. 2013. № 12. С. 91). Иногда С. М. Голубицкий располагает подобные вопросы перед началом новой главы, что помогает выстроить логику текста.

Продолжением диалогизации монологической речи мы посчитали и то, что автор изменяет дистанцию между собой и читателем: иногда он пишет о читателе в третьем лице, а иногда объединяется с ним, причем изменение дистанции происходит в рамках одного текста. Пример первой стратегии: «Подумаешь, — может возмутиться читатель, — какие-то неведомые Кохи мешают Бараку Обаме строить в Америке Новый Мировой Порядок. Мало ли их бродит по свету, мелких кохов?». Проблема (не читателя, а Барака Обамы), однако, в том, что Кохи отнюдь не неведомые и далеко не мелкие: бизнес братьев — Koch Industries — по состоянию на осень 2011 года является... самой крупной частной компанией Америки!» (Выручалочка Коха // БЖ. 2012. № 1. С. 91). Пример второй стратегии: «Банки, как мы только что продемонстрировали, получают дешевые деньги от государства и сразу же перезакладывают их — зачастую обратно самому же государству» (Дело Божье // БЖ. 2012. № 6. С. 111). Подобное увеличение/сокращение дистанции между автором и читателем способствует легкости и естественности восприятия текста.

Вызывает уважение ненавязчивая форма убеждения, свойственная текстам С. М. Голубицкого (отметим попутно, что персуазивность его текстов очень высока). С одной стороны, он избегает категоричных высказываний: «*Рискну предположить*: гешефты, творимые 15 лет... в “Пармалате”, — традиционная работа итальянской *камарильи*...» (Танцы Калисто Танци // БЖ. 2011. № 3. С. 111); «Этому обстоятельству исследователи биографии Мариуша Рыбака почему-то не придают большого значения, тогда как *мне оно кажется ключевым* в понимании менталитета польско-канадского ученого-предпринимателя» (В стране чудес // БЖ. 2013. № 3. С. 91). С другой стороны, он демонстративно ищет читательского согласия со своими доводами: «*Согласитесь*, когда такие “монстры” (или, если угодно, титаны) режутся прямо под боком, а мы даже не догадываемся об их существовании, сам бог велит разобраться в ситуации, дабы отделить пропагандистскую шелуху обвинений от реального положения дел» (Выручалочка Коха // БЖ. 2012. № 1. С. 92.); «*Согласитесь*, шаг беспрецедентный и чреватый непредсказуемыми последствиями не только для рынка ИТ, но и всей экономики страны....» (Цена свободы: \$13,65 // БЖ. 2013. № 8. С. 91).

Тексты С. М. Голубицкого не страдают типичной для многих деловых изданий «сухостью языка», автор создает эмоциональный накал с помощью восклицательных знаков и, надо признать, заражает им читателя: «Вдумайтесь только: не то что полагающейся суммы денег, которая гордо украшает активы баланса, а даже самого счета — нет!» (Танцы Калисто Танци // БЖ. 2011. № 3. С. 109–110); «Моя версия неожиданной войны... далека от конспирологии и цинична в своей приземленности: дело в деньгах!» (Охота на Bloomberg // БЖ. 2013. № 6. С. 95). Автор часто использует восклицательный знак во вставных конструкциях и факультивных скобках: «И всякий раз новый хозяин, получив контроль над компанией программистов, разворачивал “телегу” в своем оригинальном направлении, не считаясь, с интересами и пожеланиями — шутка сказать! — сотен миллионов пользователей» (Бунтарь на заработках // БЖ. 2013. № 11. С. 91); «Для начала: компания уже зарегистрировала 25 тысяч (!) собственных патентов и разработок» (Хон Хай // БЖ. 2011. № 2. С. 111). На порядок меньше примеров использования риторических вопросов: «Хорошо участвовать в пирамиде, если

точно знаешь, когда у этой пирамиды наступит последний день существования. Откуда знаешь?!» (Монеты и симулякры // БЖ. 2013. № 12. С. 95).

Лексика, используемая автором, также имеет особенности. В частности, мы выделили три наиболее ярких момента. Первый связан с использованием экономических терминов, зачастую английских. Не приводя примеров предложений, в которых встречаются термины, не требующие объяснений для читателей делового журнала, перечислим их списком: авуары, венчурный, вексель, долговые обязательства, котировки, лоббирование, ритейл, своп, трейдинг, хеджирование и т. д. Иногда автор поясняет значение терминов в тексте: «Во-первых, Мариушу Рыбаку позволили “волшебным образом” сохранить контрольный пакет специальных акций с правом голоса (так называемые *fonder's shares*)!» (В стране чудес // БЖ. 2013. № 3. С. 93). Реже термины расшифровываются в постраничной сноске. Весьма показателен следующий пример: «...в 2006 году Blackstone возглавил консорциум, который произвел крупнейший на тот момент в истории частный финансовый выкуп компьютерной компании — Freescale Semiconductor — за 17,6 млрд долларов» (Цена свободы: \$13,65 // БЖ. 2013. № 8. С. 94). В сноске автор пишет: «До сих пор в русском языке нет адекватного перевода английского финансового термина *leverage buyout*, поэтому приходится пользоваться описательными конструкциями». Здесь решается и подспудная образовательная задача, поскольку автор переводит термины, объясняя их суть, и способствует их освоению российским бизнес-сообществом.

Вторая особенность лексики — это англицизмы: бета-версия, багги, инсайдерство, копирастическая, «маст хев», мейнстримные, саспенс, стартап, фич, scoor, prime banks, money markets и т. д. При этом автор использует не только слова, но и идиоматические выражения: «События, связанные с беспрецедентным в истории спасением главных виновников мирового экономического и финансового кризиса — крупных банков, объявленных “*too big to fail*” (“слишком большими, чтобы позволить им разориться”), — поражают циничным лицемерием» (Дело Божье // БЖ. 2012. № 6. С. 108); «Он постоянно ищет пути для того, что американцы называют “*make a scoop*” — большого куша, который можно было бы сорвать одним махом» (В стране чудес // БЖ. 2013. № 3. С. 91). Обилие английских слов в текстах средств массовой информации современной России — одна из популярных тем обсуждений среди филологов и культурологов, которые подчеркивают негативный характер этой тенденции. Мы же хотим отметить, что англицизмы в текстах С. М. Голубицкого органичны, уместны и действительно являются особенностью его индивидуального стиля.

Автор иногда использует латинские выражения, придающие текстам налет интеллектуальности: «...поступил на юридический факультет Миланского государственного университета, написал диплом по законодательным аспектам рекламной деятельности, который и защитил *cum laude*» (Контрабасист // БЖ. 2012. № 12. С. 92), в сноске автор дает перевод: «С отличием (лат.)»; «Позвольте, друзья, представить вам выдержки из *curriculum vitae* одного видного ученого мужа...» (В стране чудес // БЖ. 2013. № 3. С. 90), и в сноске: «от лат. “ход жизни” — краткая биография с описанием профессиональных навыков, которая направляется работодателю».

Другим способом повышения интеллектуальности, мы бы назвали это «словесным инкрустированием текстов», является использование редко употребляемых слов: «В руках табачного капитана неповоротливый и забуревший 80-летний *гекатонхейр* действительно заплясал юной газелью» (Эликсир молодости // БЖ. 2011. № 10. С. 107), где «гекатонхейр» означает «сторукие пятидесятиголовые великаны, олицетворение стихий» (пер. с древнегреческого) [11, 469]; «Еще недавно 76-летний американец Давид Зигель слыл *авантажным* миллиардером» (Версаль для немущих // БЖ. 2012. № 10. С. 90), где «авантажный» означает «представительный, видный, находящийся в выгодном положении» [16]; «Достаточно отбросить цифровой *плюмаж*, призванный камуфлировать истинную сущность явления, как мы обнаружим два ключевых признака этой пирамиды...» (Монеты и симулякры // БЖ. 2013. № 12. С. 95), где «плюмаж» означает «украшение из перьев на головных уборах и конской сбруе» [17, 472]. Иногда автор для удобства читателей расшифровывает редкие слова: «До какого ослепления должно прийти общественное сознание, чтобы равнодушно взирать на творимую *гекатомбу*?» (Дело Божье // БЖ. 2012. № 6. С. 111), в сноске: «Крупное жертвоприношение в честь богов в Древней Греции (буквально с греч. — “сто быков”)»; «Вполне достойный *гелертер*, не лишенный практической жилки» (В стране чудес // БЖ. 2013. № 3. С. 90), в сноске: «От нем. — ученый; часто — в ироническом смысле, применительно к специалисту, обладающему широкими, но неглубокими и сугубо книжными знаниями». Безусловно, англицизмы, латинские выражения и использование редких слов придают текстам С. М. Голубицкого своеобразие и демонстрируют эрудицию автора.

Третья особенность: на фоне этих тенденций неким парадоксом выглядит активное использование автором разговорных слов: бедолаги, негодники, кореш, плюнуть, пахать, устаканилось, пошло-поехало, разрулить и т. д. На наш взгляд, эта особенность «работает» на сближение с аудиторией, показывая, что С. М. Голубицкий — эксперт, способный говорить на «обычном» языке со своими читателями.

Еще один прием, который разнообразит тексты С. М. Голубицкого, — это графон — «фигура речи, представляющая собой стилистически значимое отклонение от графического стандарта и/или орфографической нормы» [10, 145]. Автор применяет несколько способов создания графонов: курсив, прописные буквы, факультативные кавычки: «Формула эта проста: абсолютная гармония между *творческим началом*, олицетворением которого выступала четверка изобретателей конца XIX века — Питрап, Дей, Холлерит и Банди, *стратегическим мышлением* (Чарльз Флинт) и *универсальным оппортунизмом и гибкостью торговых тактик* (Томас Уотсон)» (Эликсир молодости // БЖ. 2011. № 10. С. 110); «Тем же, кто все-таки решился распрощаться с “благодетелями” раньше назначенного срока, пришлось выложить 20 миллиардов долларов только за то, чтобы выйти из спонсорских соглашений, суммарно превышающих триллион долларов» (Систематическое бесчестие // БЖ. 2012. № 8. С. 95); «Не долгосрочные перспективы структурных перестроек, а актуальная позитивная динамика деловой активности, которая выражается в постоянном росте коэффициентов прибыли в расчете на акцию, рентабельности капитала, доходности активов, удельной прибыли, операционного лимита, отношения оборотного капитала к долгосрочным обязательствам и прочих царьков и божков Его Величества Квартального Отчета» (Цена свободы:

\$13,65 // БЖ. 2013. № 8. С. 93). Графоны не только подчеркивают значимые слова, но и сигнализируют об авторском отношении к этим явлениям.

В анализируемых текстах автор крайне редко использует ссылки на книги по данной тематике. Зато часто в текстах фигурируют ссылки на зарубежные деловые издания: Financial Times, Bloomberg, Wall Street Journal, лондонский таблоид Daily Mail, онлайн-портал Zero Hedge. Подобного рода ссылки показывают, что автор включен в мировые информационные потоки, а читатели имеют возможность получить информацию из зарубежных источников.

Суммируя речетекстовые особенности индивидуального стиля С. М. Голубицкого, мы пришли к выводу, что они относятся к неофициальному подстилю публицистического стиля, поскольку у автора экспрессивно-воздействующие смыслы преобладают над стандартно-информативными [21, 261]. Лексические и синтаксические особенности публикаций данного автора вкупе с оригинальностью темы и необычностью трактовок делают его тексты узнаваемыми на страницах журнала и востребованными бизнес-сообществом. Знакомство с творчеством С. М. Голубицкого полезно для студентов-журналистов, поскольку чтение и анализ его текстов помогут понять составляющие элементы индивидуального стиля журналиста и начать формировать собственный.

- 
1. Агеев А. Кое-что о рецензии // Новое литературное обозрение. 2000. № 6. С. 302–306.
  2. Деловая журналистика / А. Афанасьева, М. Блинова, Д. Борисьяк и др. ; отв. ред. А. В. Вырковский. М., 2012. 728 с.
  3. *Дмитровский А. Л.* Эссе как жанр публицистики : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2003 [Электронный ресурс]. URL: disserCat <http://www.dissercat.com/content/esse-kak-zhanr-publitsistiki-0#ixzz2uDWJ979W> (2003) (дата обращения: 4.02.2014).
  4. Дьячкова И. Г. Оценка в газете // Вестн. Омск. ун-та. 2002. № 3. С. 8–84.
  5. Кайда Л. Г. Композиционная поэтика публицистики : учеб. пособие. М., 2006. 144 с.
  6. Ким М. Н. Творческая индивидуальность журналиста // Средства массовой информации в современном мире: Петербургские чтения : тез. межвуз. науч.-практ. конф. СПб., 2009. С. 30–32.
  7. Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста. М., 2008. 244 с.
  8. Коньков В. И., Митрофанова А. А. Литературно-художественный стиль : учеб. пособие для студентов факультетов журналистики. СПб., 1999. 32 с.
  9. Костомаров В. Г. Наш язык в действии : очерки современной русской стилистики. М., 2005. 287 с.
  10. Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. М., 2003. 840 с.
  11. Мифы народов мира : в 2 т. М., 1991–1992. Т. 2. С. 469.
  12. Полонский А. В. Язык современных СМИ: культура публичного диалога // Мир русского слова. 2009. № 1. С. 62–66.
  13. Романова В. Н. Индивидуальный стиль и рамки формата // Средства массовой информации в современном мире. С. 164–165.
  14. Русская речь в средствах массовой информации: Стилистический аспект / под ред. В. И. Конькова. СПб., 2007. 272 с.
  15. Самусевич О. М. Индивидуализация текстовой деятельности журналиста // Средства массовой информации в современном мире. С. 166–167.
  16. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/736966> (дата обращения: 16.01.2014.).
  17. Современный словарь иностранных слов: ок. 20 000 слов. 3-е изд., стер. М., 2000.

18. Солганик Г. Я. Автор как стилеобразующая категория публицистического текста // Вестник МГУ. Сер. 10 : Журналистика. 2001. № 3. С. 74–83.
19. Старый Голубятник и его друзья : [сайт Сергея Голубицкого]. URL: <http://sgolub.ru/about-us> (дата обращения: 19.01.2014).
20. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. М., 2002. 696 с.
21. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика / Т. В. Матвеева. М., 2003. 432 с.
22. Чернышова Т. В. Тексты СМИ в зеркале языкового сознания адресата : моногр. Барнаул, 2005. 293 с.
23. 100 творцов постсоветского пространства — 2009 по версии Global Intellect Monitoring [Электронный ресурс] // Независимое аналитическое обозрение. URL: <http://www.polit.nnov.ru/2010/03/03/thinker100creat2009/> (дата обращения: 20.01.2014).

*Статья поступила в редакцию 27.05.2014 г.*

УДК 070:316.75 + 316.774:165.74

**Т. И. Фролова**

## **ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ КОНСТРУИРОВАНИЯ ГУМАНИТАРНОЙ ПОВЕСТКИ СМИ**

Ретроспективный обзор, предпринятый в данной статье, представляет собой общий взгляд на журналистику разных исторических эпох с позиций отражения в ней гуманитарных проблем. Каждая из этих эпох отмечена особыми политическими, социальными, культурными, информационными чертами, обусловившими своеобразие гуманитарной повестки. И в каждой исторической ее форме есть нечто особенное, ценное и важное для построения современной повестки; то, что может и должно быть использовано при формировании ее сегодняшнего национального лица.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** российская журналистика; гуманистические идеалы и ценности; гуманитарная повестка СМИ; медиарепрезентации социальных проблем.

Проблема дегуманизации медиапространства, вызванная двойственной природой журналистики и в особенности фрагментарным характером российской модернизации, приведшим к ослаблению социальной ответственности СМИ с сопутствующим ему выпадением человека из информационной повестки, отчетливо осознается и активно обсуждается многими исследователями [7–9, 17, 20, 29, 31, 57]. В большинстве работ, а также и в профессиональном сообществе поставлен вопрос о разработке путей и средств гуманизации журналистики и СМИ, о нахождении баланса между экономической природой и общественным назначением массовой информации. Вопрос об оптимизации гуманитарной повестки СМИ становится все более актуальным [1, 3, 4, 19, 25, 26, 33, 69, 71].

---

ФРОЛОВА Татьяна Ивановна — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры периодической печати факультета журналистики Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (e-mail: [t\\_frolova@bk.ru](mailto:t_frolova@bk.ru)).

© Фролова Т. И., 2014

Такая глобальная задача не может быть решена легко и в короткие сроки. Однако на этом пути важно, на наш взгляд, осуществить экскурс в историю отечественной журналистики и указать на тот опыт, который может служить нравственной и профессиональной опорой в поисках современных решений. В российской журналистике немало традиций, которые могли бы заложить ценностное основание для современной гуманитарной повестки, жизнеспособность которой зависит не только от уровня общей цивилизационной компетентности журналистского сообщества; ее неотъемлемый компонент — коллективное бес-сознательное, ментальность, историческая память.

В научной литературе по журналистике отмечено, что отечественная журналистика отличается рядом исторически сложившихся особенностей [40, 151–158; 44, 146–154]. Примечательно, что эта специфика имеет прямое отношение к гуманитарной повестке, подчеркивает ее особое гуманистическое начало. Самобытность проявляется в таких чертах, как *человековедческий приоритет* — искренний интерес к личности другого, сочувствие ему, сопереживание, наиболее наглядно проявившиеся в распространенности очерковых форм; *эстетизация труда* — определение его первостепенности как важного объекта понимания и отражения; *конструктивное рассмотрение проблемных ситуаций* — национальный приоритет, состоящий в деловом сотрудничестве с органами управления, поиск выхода из ситуаций, а не только указание на них; склонность к журналистским исследованиям, *аналитическая традиция* — путь максимально глубокого проникновения в материал жизни; *коллективистское начало* — привлечение к редакционной работе народных корреспондентов и авторов писем; *жанровое разнообразие* — требовательность к творческой форме журналистских произведений в противовес технологической стандартизации и унифицированности журналистских материалов; *приоритет духовных ценностей* — важнейшая черта, ставшая особенно актуальной в эпоху дискуссий о ценностях журналистики, испытывающих давление коммерческих механизмов.

### **Идея общественного служения в дореволюционной журналистике**

Дореволюционная Россия была сословным монархическим обществом, отличавшимся архаичной социальной структурой, отсутствием социальных прав и свобод, бедностью и нищетой основных масс населения [6, 27, 32, 34, 41, 45, 50]; однако идеи добра, гуманизма, справедливости находили яркое отражение в культуре и журналистике того времени [46, 48, 49]. Идея социального служения объединила русскую интеллигенцию. Материалы социальной тематики всегда присутствовали на страницах отечественных изданий, включая тот период, когда еще не существовало публичного представления о социальности как таковой, когда отсутствовала социальная политика как самостоятельное направление активности государства и общества. Уже в первой российской газете «Ведомости» встречается информация, в которой внимание сосредоточено на социальных аспектах. Академическая журналистика и связанная с ней многогранная деятельность М. В. Ломоносова обогатили практику прессы новыми смыслами, и в первую очередь идеей общественного служения, в то время понимаемой как

просветительская миссия. В историю печати М. В. Ломоносов вошел также как основоположник отечественной концепции социальной ответственности прессы, воплотившейся в этических нормах профессиональной деятельности журналиста в знаменитых «Рассуждениях об обязанностях журналистов при изложении ими произведений, имеющих целью обеспечить свободу научного суждения». Нельзя обойти вниманием и его письмо «О сохранении и размножении российского народа» [43, 382–403].

На ранних этапах становления журналистики социальная тематика была представлена в ней фрагментарно, но по мере количественного и качественного роста периодики контент социально-гуманитарной направленности неуклонно расширял свое присутствие в печатных изданиях [35–37, 47, 62, 64]. Закономерно, что частная журналистика, зародившаяся в России в эпоху Просвещения, вынесла на публичное обсуждение прежде всего остросоциальные проблемы — как в конкретном их проявлении, так и в широком общественном контексте. Совокупность журнальных материалов Н. И. Новикова этого периода — смелое сатирическое исследование тех сторон российской жизни, которые ранее не становились предметом отражения в печати. Уже на начальном этапе формирования пресса России выступила как оппонент власти по актуальным общественным проблемам; именно в этот период в российской печати впервые прозвучали идеи самоценности человека и его естественных прав, в том числе права представителей низшего класса на лучшую жизнь и гуманное отношение. Состояние передовой общественной мысли с наибольшей мощью отразилось в творчестве А. Н. Радищева, автора «Путешествия из Петербурга в Москву». Этот манифест гуманизма оказал огромное влияние на последующее развитие отечественной культуры и прогрессивных умонастроений общества. Культурный срез российской эпохи Просвещения дополняют первые опыты провинциальной журналистики, которая стала своеобразным зеркалом, отразившим и увековечившим факты жизни, уклада, культурного развития разных регионов Российской империи. Журналы, где собран богатейший материал о жизни губерний, поражают своей фактологической насыщенностью.

Человечность лежала в основе всех русских социальных течений XIX в., утверждает Н. А. Бердяев [2]. Отечественная журналистика всегда существовала в тесной связи с литературой. Культурный контекст, в котором развивалась журналистика в первой половине XIX в., характеризуется важными тенденциями: с одной стороны, русская литература, вступившая в эпоху реализма, отразила глубокие раздумья о судьбах родины (творчество А. С. Пушкина, М. Ю. Лермонтова, Н. В. Гоголя), в то же время литература и искусство обратили внимание на простого человека: образ «маленького человека» в литературе, беззащитного перед лицом всемогущего и антигуманного бюрократического государства и взывающего к состраданию. Это создавало благодатную почву для демократизации и дальнейшей гуманизации общества и журналистики. В свою очередь, пресса, ретранслируя передовые идеи, вырабатываемые деятелями культуры, ускоряла социокультурные изменения в обществе.

Середина века отмечена расцветом жанра *очерка*, который открыл русскому читателю неизвестное ранее человеческое пространство: жизнь среднего и низшего

сословий общества, мимо чего зачастую проходила большая литература. «Физиологический очерк» демократизировал тематику русской литературы; для него была характерна скрупулезность анализа явлений, точность и широта охвата ее специфических сторон. Очерк стал социально-злободневным и общественно-филантропическим, с русскими «проклятыми вопросами», с сочувствием «маленькому человеку». Критика того времени отметила, что «натуральная школа» обязана своим рождением именно «физиологическому очерку». Эта публицистическая форма оказала влияние на все последующее развитие русской культуры: во всех случаях, когда требовалось раздвинуть горизонты социального видения, приковать внимание к новым вопросам, на первый план выходил очерк с его стремлением быть верным правде жизни и общественной честности. «Человековедение» как характерная черта отечественной журналистики выросла именно из очерка, и в особенности из «физиологического очерка» 40–50-х гг. [56, 5–18].

Во второй половине XIX в. наиболее значительные события, издания, имена связаны с развитием гражданских начал общественной жизни. «Современник» и «Отечественные записки»; Н. А. Некрасов, Н. Г. Чернышевский, Н. А. Добролюбов, М. Е. Салтыков-Щедрин оказали мощное влияние на рост национального самосознания и критических настроений, ориентировавшихся на гуманизацию общественных отношений.

Последняя треть XIX в. характеризуется многовекторным развитием журналистики. Читательская аудитория прирастает за счет рабочих и зажиточных крестьян. Редакции начинают уделять внимание разным формам взаимодействия с читателями, становятся центрами благотворительной деятельности — организуют благотворительные мероприятия, сбор пожертвований в пользу нуждающихся, на строительство приютов, школ и больниц, храмов и памятников и другие гуманитарные цели. Издания, обращавшиеся к благотворительной тематике, — их десятки и сотни — заслуживают специального упоминания. Содержание этих изданий было чрезвычайно широким и охватывало весь спектр социальных отношений, не ограничиваясь конкретной помощью неимущим, подтверждая тем самым понимание всей глубины проблемы народной бедности и ее многочисленных связей. В России сформировался особый тип социального журнала, в котором присутствовали «зерна» всех современных представлений о социальных отношениях. Многочисленные социальные проблемы: почему не удается победить бедность? как пополнить приток средств для призрения? нужен ли закон о принудительном труде? как помочь детям? как воспитать полноценную личность в семье? как вернуть обществу оступившегося человека? какова судьба и долг русской интеллигенции? — находили живейший отклик в русском обществе. Идея нравственного долга перед бедными никогда не ослабевала в культурной среде. Тогда же обсуждались такие подходы, которые и сегодня не утратили своей актуальности. Используя современную терминологию, можно выделить такие тематические аспекты, как идея социальной реабилитации через приобщение к труду, роль местного сообщества, адресность помощи, «детские деревни», донорство, управление пожертвованиями.

Сложилась разветвленная сеть изданий, освещавших благотворительность: *светские журналы* универсального содержания, в которых проблемы

благотворительности занимали ведущее место; *специализированные благотворительные журналы*, издававшиеся благотворительными обществами и частными лицами на постоянной основе («Вестник благотворительности», «Трудовая помощь», «Призрение и благотворительность в России», «Братская помощь»); *издания, сопровождавшие специальные акции* («Белая ромашка», «Белый цветок», «Красное яичко»); *проповеднические и нравственно-религиозные журналы* («Духовная беседа», «Русский паломник», «Весточки утешения»); *церковные издания* — епархиальные ведомости, в которых тема участия прихожан в благотворительной деятельности была ведущей; *органы благотворительных обществ и учреждений призрения* («Вестник Красного Креста», «Вестник попечительства о народной трезвости», «Журнал Императорского человеколюбивого общества»); *специальные издания для беженцев, военнопленных, раненых воинов и т. д.* («Жизнь беженцев», «Русский инвалид», «Босьяк») [18].

Плеяда ярких публицистов, которых можно рассматривать как предшественников современной социальной журналистики, определяла лицо прессы последней трети XIX в.: Г. И. Успенский (циклы очерков «Нравы Растеряевой улицы», «Из деревенского дневника»); Н. В. Успенский («Очерки народного быта», «Уездные нравы»); В. Г. Короленко (серии зарубежных и судебных очерков); В. А. Гиляровский (сборники очерков «Трущобные люди», «Москва и москвичи»); В. М. Дорошевич (остро критические фельетоны и памфлеты на злобу дня) [16, 21, 22, 55, 59]. Этим авторам предоставляли трибуну лучшие издания эпохи: такие, как демократический журнал «Отечественные записки», народнический журнал «Русское богатство», издания русской интеллигенции — журнал «Русская мысль» и газета «Русские ведомости»; самая популярная дореволюционная газета «Русское слово». Именно в этот период особенно востребованным становится жанр репортажа. В практику отечественной журналистики термин «репортаж» вошел в первой половине XIX в. и первоначально служил для обозначения информации о ходе судебных заседаний, собраний и других подобных мероприятий [66, 64], хотя признаки репортажа можно обнаружить еще в петровских «Ведомостях». Однако настоящий расцвет репортажа как истинно газетного жанра начался в период бурного роста газет (в первую очередь — массовых) во второй половине XIX в. Выделилась самостоятельная журналистская специализация — «репортер», появилась плеяда репортеров, которые сформировали каноны жанра (о сути профессии замечательно написал Влас Дорошевич в эссе «Репортер»). В репортаже всегда в центре внимания — человек, поэтому репортаж по своей природе — жанр социальный. В отечественной практике репортаж изначально стал самым демократичным жанром: город и его жители, события и происшествия местного значения составляли главную сферу интереса репортера. У истоков жанра репортажа в России стояли талантливые писатели, которые установили высочайшие стандарты жанра (первым следует упомянуть признанного «короля» социального репортажа В. А. Гиляровского). Жанр репортажа никогда не терял своей актуальности, составляя *особость* отечественной журналистики.

Российская журналистика всегда отличалась от коммерциализованной западной прессы публицистической тенденциозностью, погруженностью в социальную проблематику и приоритетом духовных ценностей над материальными. В значительной мере этому способствовала русская интеллигенция, сформировавшаяся

в XIX в. и ставшая главной направляющей силой духовного развития страны в последующие периоды. Идея неоплатного долга интеллигенции перед народом, ее «нужности» народу долгие годы и десятилетия питала общественную активность интеллигенции, ее социальные и философские воззрения [14, 15, 30, 70]. Именно представители интеллигенции стали той социальной базой, на основе которой в конце XIX — начале XX в. формировались партии и движения, выдвинувшие на повестку дня политические и социальные требования разных слоев общества.

Социальная журналистика последующих эпох, какими различными они ни были, вобрала в себя весь богатый и многообразный гуманистический опыт дореволюционной печати и смогла сохранить главное. Представленный обзор, несмотря на его краткость, указывает на то, что современная гуманитарная повестка имеет глубокие исторические и культурные корни.

### **Советский период: «героика будней»**

В прессе советского периода социальная тема также присутствовала. Ее содержательное наполнение, ценностные основания и транслируемые аудитории идеи, а также коммуникационные формы предопределялись характером государственной и общественной идеологии советского периода, особой моделью социальной политики, именуемой «патерналистской», общественной ролью и характером функционирования средств массовой информации («партийно-советской печати»).

Журналистика находилась в условиях этакратизма и партийного руководства. Содержательная модель советской прессы определялась принципами партийности, классовости, идейности, была ориентирована на формирование твердых политических убеждений и служила инструментом такого воспитания. Ее задачи в области социальной сферы были достаточно ограничены — они сводились к информационному обслуживанию патерналистской модели социальной политики и, следовательно, не включали поиск и обсуждение приоритетов социального развития. Этим занималось государство, а журналисты были призваны обеспечивать информационно-пропагандистское сопровождение не ими и не аудиторией сформулированных приоритетов. Характер общественных отношений того времени, идеологический прессинг, патерналистская культура, издержки коллективизма — все это серьезно искажало самую суть социального и личностного начал, низводило социальную журналистику до социально-бытовой, причем в предписываемых и строго контролируемых формах. Идеологический ракурс при освещении социальной проблематики формировал как отбор тем, так и их оценку [52, 53]. В современных исследованиях журналистики того периода отмечается, что для данного проблемно-тематического направления была характерна «снисходительность» к условиям обыденной жизни, признание их вторичности, тематической ограниченности: «Журналистика советского периода рассматривала проблемы социальной сферы как отдельные недостатки и, главным образом, как производные неблагоприятных межличностных отношений, качеств конкретной личности, индивидуальной недобросовестности» [3, 126]; «...читающая публика была приучена к тому, что о повседневном, личном, бытовом пишут мало; говорить

об интересе к этому не все считали возможным из-за господствующих идеологических стереотипов» [68, 206].

Однако, и это очень важно, советское время и советская журналистика, вопреки господствующей идеологии, сформировали и оставили в культуре и сознании общества немало ценных начал. Господство эгалитарности как политико-экономического принципа нередко подвергается критике в современных исследованиях («уровниловка»), но в повседневной жизни получили развитие множество важных для формирования гражданского общества черт: социальная защищенность, взаимоуважение, личная честность, достоинство и труд простого человека, справедливость, товарищеская ответственность, взаимовыручка и солидарность, искренность и дружеское бескорыстие в межличностных отношениях. Принцип народности [51, 68–69] имел реальное воплощение в практике партийно-советской журналистики — пусть и не всегда последовательно воплощавшийся с точки зрения современного понимания гуманитарных ценностей. Лишь недавно российское общество стало осознавать распад прежней социальности не только как исторически обоснованную смену укладов, но и как утрату — и прежде всего утрату многих гуманитарных ценностей, тяжело переживаемую обществом. Потребительские ценности и открывшиеся личные возможности не покрывают горечь утраты дружелюбности, справедливости, защищенности, обильно представленных в публикациях того времени.

Советская журналистика отмечена и другими достижениями [23, 34–46]. Так, ей была свойственна связь с самой широкой аудиторией посредством повсеместного развития рабселькоровского движения. Гуманитарная повестка советской прессы была жестко ограничена сверху доступным для освещения и обсуждения кругом явлений — системообразующие вопросы оставались за пределами этого круга, но снизу такие ограничения были менее заметны: журналисты активно занимались проблемами повседневности, нередко вмешивались в их решение и на бытовом уровне не допускали острых проявлений социальной несправедливости; публичное знание о нарушениях обязывало органы управления устранять их. Этому также способствовали хорошо развитые службы работы с письмами и обращениями, которые имелись во всех редакциях [11, 12, 13, 182–184]. В содержании советских газет особое место занимала тема труда как основной человеческой ценности, а главным героем был человек труда. Отношение к труду, воспитание через труд лучших человеческих качеств, пропаганда труда на благо Родины составляли тематическую основу прессы того времени [23, 47–54]. Незначительность материальных стимулов к производительному труду восполнялась царившей атмосферой почета и уважения к работающему человеку. Отдельного упоминания заслуживает и образ положительного героя. Особенности советской журналистики — как позитивные, так и исторически ограниченные — нашли яркое выражение в медиаобразе этого героя. Несмотря на политическую заданность эпохи, отмечают исследователи [61, 105], журналистика развивалась в традициях русской философии с ее стремлением к проблемному восприятию окружающего мира, что не могло не отразиться на внимании к внутреннему миру человека. Впрочем, на пути к этому советская журналистика прошла через схематизированное и упрощенное, во многом романтическое изображение

человека — передовика производства, частицы грандиозного производственного процесса, готового к самопожертвованию ради будущего, простого и скромного, действующего в экстремальных условиях и одерживающего победы над обстоятельствами, непримиримого к недостаткам в общественной и личной жизни, которому не свойственны сомнения и робость в достижении своих планов [61, 126]. Эти черты определили образ советского человека на многие годы, однако со временем, и особенно в послевоенный период, ситуация стала меняться, герой становился сложнее, реальнее, богаче, его жизнь — гораздо полнее и разнообразнее [38]. Герой стал изображаться в непростых ситуациях нравственного выбора. Расцветает проблемный и портретный очерк, в котором рассматриваются социально-экономические и нравственно-психологические проблемы через судьбы и характеры современников. Догматизм, схематичность и стереотипность изображения человека, свойственные предшествующей эпохе, уступают место естественности, психологичности, проблемности, внутренним конфликтам, неоднозначным жизненным ситуациям и героям.

Именно это время стало периодом заметного роста журналистского мастерства. Технологические особенности были ориентированы на раскрытие творческого многообразия социальной журналистики, которое и сегодня не утратило своей ценности. Разнообразие источников, форм и методов работы, жанров продемонстрировали такие журналисты, как А. Аграновский, Т. Тэсс, позже И. Руденко, В. Песков, Е. Богат, А. Рубинов и многие другие. Опередив свое время, М. Кольцов еще в довоенный период показал огромные возможности метода включенного наблюдения [39], который впоследствии получил широкое распространение в советской и российской журналистике, открыв читателю смысл проникновения в глубины повседневного бытия. Богатейшая отечественная школа журналистики развивалась и обогащалась, несмотря на идеологические ограничения, она «прорастала» сквозь них. Гуманистическое начало, отражая национальный характер, присутствует в духовном творчестве, включая журналистику, всех эпох, обуславливая и формируя конкретные исторические формы гуманитарной повестки.

### **Постсоветский период: новая гуманитарная повестка**

На протяжении своей истории отечественная журналистика пережила несколько кардинальных переломных моментов. Один из них совершается в текущий исторический период, он наблюдаем. Обращение к проблематике человека в его широком социальном контексте в период гласности и постсоветскую эпоху претерпевает сущностные изменения, обусловленные системной трансформацией общества и СМИ [7]. В становлении и развитии новой гуманитарной повестки можно выделить несколько временных фаз, каждая из которых отличается характером и качеством социальных реалий, «весом» и значимостью социальной сферы в политической повестке, отношением к социальной проблематике в информационной политике различных СМИ и, как следствие, доминированием тех или иных коммуникативных стратегий.

Первые годы перестройки и гласности знаменовались открытием новых тем и целых областей жизни; после отмены негласных запретов человеческое пространство заметно расширилось. Это чрезвычайно повысило социальный градус СМИ. Сформированы неизвестные ранее тематические ниши, высказано наболее острое, поставлены острые социальные и нравственно-психологические проблемы. Деформации социальной сферы, обусловленные отживающими свой исторический век патерналистскими принципами, а затем и разрушением всей прежней системы социальных отношений в новых политико-экономических условиях, дали обильную пищу для публичных обсуждений. Открытие новой проблематики сочеталось с заметно возросшей критичностью по отношению к окружающей жизни, резким размежеванием и аудиторией, и лидеров мнений по поводу основных общественных ценностей. Однако затем, в 90-е гг., освещение проблем человека и его связей в социуме резко снижается. В общественной повестке дня более востребованными оказались политическая интрига и раздел собственности. Именно так выстраивались стратегии государственного развития. Лицом российских реформ стали бедность, острейший демографический кризис, угрожающий национальной безопасности, общая криминализация жизни и сопровождающий их кризис ценностей, развал процессов социализации, беспрецедентное снижение социального контроля [24, 28, 54].

Журналистика в целом, так много сделавшая для разрушения тоталитарного режима, оказалась неготовой к тому, чтобы выявлять и обсуждать «будничные драмы», которые неизбежно следуют за радикальными социальными изменениями. «Покаяние и сменивший его отнюдь не очистительный эксгибиционизм вытеснили из журналистики человека: героя, персонажа, личность. Если только с этим героем не была связана сенсация — лучше политическая. Эта всеобъемлющая, казалось бы, проблематика больше никого не привлекает», — недоумевали некоторые журналисты [5]. На первом Гражданском форуме резонно прозвучал вопрос: «Почему российские СМИ не видят ни граждан, ни общества?» (так назывался один из «круглых столов»). «Социальная тема в большой прессе переживает не лучшие времена... Нам не хватает журналистов-“социальщиков”», — единодушно признались те, кто в теме оставался [60, 67].

С середины 90-х гг. набирает силу другой процесс. Коммерциализация, бурное развитие массовой прессы и телевидения, ориентация на большие тиражи и рейтинги приводят к тому, что проблемы человека, неизменно вызывающие интерес аудитории, но вытесненные с поля массовой информации политико-экономическим дискурсом, превращаются в своеобразную приманку — и очень скоро осознается ее богатый коммерческий потенциал. Конкретные проявления «человеческого интереса» в массовой прессе многочисленны и разнообразны, но крайне односторонни и примитивны. Пространство человека сужается, упрощается и искажается. С одной стороны — скандалы, сенсации, бытовой криминал, частная жизнь, светские сплетни. С другой стороны, аудиторию атакуют разного рода «полезная информация» и ориентация на потребителя — домашнее хозяйство, продажи товаров общего спроса, фитнес, народная медицина, путешествия и т. д. Судьба человека в новой социальной реальности остается его личным делом, но не предметом публичного дискурса. Гуманитарная повестка расширяется

тематически и «технологически», но идейная бедность, ценностная опустошенность дорого обходятся и обществу, и личности. Фактически сформировалась суррогатная «гуманитарная» повестка: журналистская «попса», обращаясь к человеку, не решает проблем социальности, гражданского воспитания, нравственной опоры в ситуации культурной травмы, т. е. всего того, что ведет к обретению личностных смыслов в новых условиях, к гармонизации социальных отношений. Ее пища — последствия общей разбалансированности, конвертированные в коммерческий медийный продукт.

Социальные последствия отчуждения прессы от проблем человека в 90-е гг. оказались весьма драматичными. Социальные сюжеты появлялись в прессе, но, по большей части, не приближали решений, не давали надежды, а лишь усиливали деморализованность, апатию, разобщенность и поддерживали ощущение, что страна принципиально не способна отойти от края пропасти. Это выразилось в преобладании манипулятивных информационных технологий: помимо депроблематизации, можно назвать информационный монолог, спекуляции и упрощения, безгеройность, сенсационность, морализаторство. В целом коммуникативные стратегии этого периода отражают общественные перемены и растерянность общества перед их лицом; эти подходы можно охарактеризовать как реактивные, произвольные, малокомпетентные, катастрофичные, построенные на протесте, на идеологии выживания, а также на отсутствии выраженного противодействия политизации и коммерциализации гуманитарных начал — едва ли здесь вообще уместно говорить о стратегиях; в большей степени это стихийно складывавшиеся коммуникативные практики, неэффективные для решения острых социальных проблем. Человек как мера общественной трансформации в текстах СМИ отсутствовал. Разумеется, было и другое, были образцы высокого профессионализма, силы духа, однако доминантными в отечественной журналистике 90-х стали стратегии вытеснения человека и разрушения социальности.

Описанные стратегии не ушли в прошлое, однако с течением времени их потеснили другие, более адекватные потребностям общества. Осознаны негативные последствия «отчуждения» основной массы аудитории СМИ от характера и направленности массовых информационных потоков. В общероссийских газетных изданиях, информационно-аналитических еженедельниках, в некоторых телевизионных программах, на форумах появились новые социальные сюжеты; на фоне интенсивного поиска и освоения современных творческих методов и технологий, принципиальных изменений в графическом дизайне, стилевых решениях, в условиях продолжающейся дифференциации по типовым моделям гуманитарные проблемы находят различные по значимости и смысловому наполнению, по творческим подходам, по объему и полноте решения. Выделились имена журналистов, получивших профессиональное признание благодаря своей приверженности проблемам человека, работающих на основе гуманистических принципов, — это Д. Соколов-Митрич, Г. Мурсалиева, В. Панюшкин, Т. Батенева, О. Алленова, М. Ахмедова и др. Все эти предпосылки заложили основу для развития другой социальной журналистики.

Некоторые из этих позитивных коммуникативных практик обозначили себя вполне определенно: распространение новостей с «человеческим лицом»

(расширение круга источников информации), реабилитация «нормальной жизни» (возвращение репортажа и очерка в новых форматах); освоение новых практик повседневности (ситуативно-прагматический подход); обретение обществом собственного голоса (письма, общественная экспертиза, дискуссия); распространение социальных расследований; развитие гражданской журналистики (пресса НКО, блогосфера); интенсификация социального проектирования (гражданские инициативы, осуществленные при непосредственном участии СМИ, благотворительные проекты и волонтерские программы); развитие корпоративного взаимодействия (конкурсы и специальные акции, образовательные программы в вузах). Основным результатом развития гуманитарной повестки стал сам факт ее включения в информационное поле, фактическое признание ее легитимности, стремление уравнять в правах гуманитарную и другие тематические повестки.

Если сопоставить развитие коммуникативных стратегий в социальной журналистике на различных временных отрезках постсоветского периода, то можно наблюдать медленную, противоречивую, но все же отчетливую динамику: от хаотичности к осознанию смысла и целей, к переносу содержательных акцентов на личность и условия ее развития. В качестве примера позитивных сдвигов можно было бы указать на цепочки некоторых взаимосвязанных и взаимообусловленных компонентов, наглядно демонстрирующих развитие гуманитарной повестки:

- *Информационный монолог власти* → *новости с «человеческим лицом»*, *исследовательская журналистика* → *гражданская журналистика*

Движение акцентов в типе ньюсмейкерства показывает, что в среде субъектов информационного производства происходят изменения. Позиции власти по-прежнему сильны (особенно в отдельных информационных кластерах), однако они потеснены: журналисты, обратившись к социальной сфере, играют лидирующую роль в исследованиях, они же создали ситуацию, когда интерес к «человеческим» новостям повлек за собой появление специализированных информационных служб социальной направленности, и эти новости стали конкурентоспособным информационным материалом. Но по-настоящему революционные перемены произошли тогда, когда гражданская журналистика стала полноправным участником коммуникационного пространства, наполнив каналы СМИ информацией, дефицит которой остро ощущался в отсутствие социальных медиа. Этот процесс только набирает силу, однако журналистика, и в особенности социальная, стала иной.

- *Упрощения и сенсации* → *ситуативный анализ, репортаж* → *социальные проекты*

Данная сторона связана с характером проблематизации новых жизненных реалий в журналистских текстах. Журналистика поначалу только фиксирует новые жизненные явления, нередко упрощает их, представляет как привлекающий внимание сенсационный материал; затем пытается детально разобраться в них, найти прагматически значимый выход из конкретных проблемных ситуаций; потом наступает момент, когда журналисты участвуют в поиске системных

решений, предлагают алгоритмы изменения социальной практики и организуют их апробацию. Вес и статус социальной журналистики возрастают.

- *Негативизм → позитивный анализ → социальное расследование*

Этот компонент отражает динамику преимущественных авторских позиций, характер оценочности в журналистских текстах. Тотальный негативизм сопровождал острое неприятие многочисленных проявлений дезорганизации институтов и дезадаптации населения в начале 90-х гг.; это была естественная эмоциональная реакция в условиях полной стратегической неопределенности. Ориентация на поиск выхода из самых затруднительных ситуаций породила распространение конструктивных тактик, стремление анализировать ситуации и преодолевать их. Социальные расследования, популярные в западной прессе, пока не получили у нас достаточного развития, однако они появились в практике и демонстрируют серьезность намерений медийных акторов к более глубокому, системному анализу не отдельных ситуаций, а целых областей жизни, крупных социальных проблем, пониманию их истоков.

- *Безгеройность → человек в ситуации вызова → новая личность и история ее успеха*

Характер персонализации в журналистских текстах социально-гуманитарной направленности говорит о многом. Типы медиаперсонажей открывают интерес СМИ к определенным областям жизни. Производственная пропаганда, героизация труда в советский период сформировала совершенно особый тип героя времени; затем радикальная трансформация общества и СМИ привела к ситуации, когда выдвинулись группы лидеров, но героя в традиционном смысле — личности, чей жизненный опыт нравственно одобряем общественным большинством, — в информационном пространстве не было. Фактически его нет и сейчас, что вызывает глубокую озабоченность. Однако возвращение в информационное пространство журналистики беллетристических форм, интерес к биографическим журналам отчасти восполняет пробел: аудитория знакомится с человеком в ситуации вызова, сложных жизненных обстоятельств. Эти истории постепенно формируют представление о новой личности, которой удастся преодолеть эти обстоятельства и разрушить имидж лжегероев, обильно представленных в прессе постсоветского периода, и отторгнуть их претензии на национальное лидерство.

- *Некомпетентность → профессиональные конкурсы и семинары → университетские специализированные программы*

Профессиональная компетентность — особая грань в дискуссиях о социальной журналистике. Особенности предмета этой профессиональной специализации порождают ошибочное представление о ней как о прозрачной, наблюдаемой, хорошо знакомой из индивидуального социального опыта реальности — и в результате имеет место поверхностная, житейская «социалка». Эта ситуация постепенно преодолевается усилиями самих журналистов и их профессиональных организаций, распространением обучающих семинаров, конкурсов, студий для начинающих

журналистов. Изменение стандартов профессионального журналистского образования позволило разработать специальную программу тематической специализации, которая готовит журналистов для работы в этой области на регулярной основе в течение двух лет. Именно повышение качества гуманитарной повестки уравнивает ее в правах с другими содержательными пластами современной журналистики, позволит выйти на принципиально иной профессиональный уровень.

Повторим: сегодня многие названные практики — как эффективные, так и неэффективные, и откровенно манипулятивные — сосуществуют. Развитию социальной журналистики способствует активизация гражданского сектора, который через своих агентов, НКО упорно стремится к попаданию в информационную повестку. Бурное развитие гражданской журналистики в Сети активно влияет на профессиональную журналистику, меняет систему взаимодействий в обществе и существенно корректирует гуманитарную повестку всей журналистики. В результате этих процессов социальная сфера в СМИ укрепляется и развивается; преодолена тенденция ее депроблематизации. Однако общее качество повестки пока еще не соответствует уровню потребности общества в решении гуманитарных проблем.

Основания для сдержанного оптимизма в оценке социальной журналистики есть, однако проявившиеся тренды — это не свидетельство свершившихся достижений. Социальная реальность — и в столицах, и в регионах — еще далека от высоких стандартов жизни. Складывавшаяся веками подчиненность общегуманитарных реалий политическим и экономическим интересам отдельных групп не преодолена. Основным результатом развития гуманитарной повестки стал сам факт ее попадания в информационное поле, фактическое признание ее легитимности, стремление уравнивать в правах гуманитарную и другие тематические повестки. Все вышесказанное о характере развития социальной журналистики, сдержанно-оптимистические прогнозы не означают, что она не испытывает серьезных проблем.

Проведенные исследования отдельных тематических сегментов общей гуманитарной повестки показывают, что при всех предметных различиях для них характерно сходство медиакарьер, состоящее в незавершенности их жизненного цикла. Попадание в информационную повестку — столь сложная задача для тех, кто стоит за проблемой, что удержание внимания аудитории и поступательное развитие темы в СМИ не осознается ими как новая и не менее важная задача. Поэтому информационная стагнация достаточно часто сопровождает развитие многих проблем — даже с учетом того, что те или иные актуальные проблемы попадают в информационное пространство. Говоря о концептуальности повестки, следует учитывать, что важна не только максимальная представленность тем в информационном пространстве, создающая в совокупности *полноту* гуманитарной повестки, но и движение отдельных тем во времени, разработка контент-стратегий, отражающая вовлечение аудитории в решение проблем, т. е. *динамику* повестки.

Если суммировать проблемы, лежащие перед российской журналистикой на пути формирования полноценной гуманитарной повестки, то оказывается, что наравне с такими общепризнанными тенденциями, как политизация и коммерциализация контента, не менее важен поиск полноценных коммуникативных

практик. Другими словами, речь идет о собственно профессиональных, технологических проблемах. Различным тематическим повесткам присущи собственные технологии, особые подходы. Достойное место гуманитарная повестка займет лишь обретя такие технологии, подняв социальные проблемы в СМИ на уровень высокого профессионализма. Изучение исторического опыта, безусловно, будет полезным на этом пути. Пришло время признать, что процесс концептуализации современных контент-стратегий отечественных СМИ, протекающий в сложный период обретения национальной медиасистемой собственного лица, не может быть успешным, если гуманитарная повестка не займет в нем приоритетные позиции.

Подведем итог: каждая историческая эпоха отмечена особыми политическими, социальными, культурными, информационными чертами, обусловившими своеобразие гуманитарной повестки; в каждом периоде есть нечто особенное, ценное и важное для построения современной повестки; то, что может и должно быть использовано при формировании ее сегодняшнего национального лица. Предпосылки к построению полноценной современной гуманитарной медийной повестки в истории отечественной культуры и журналистики, безусловно, есть.

- 
1. *Баутина П. В.* Журналистика как средство конструирования социальных проблем : автореф. дис.... канд. филол. наук. Казань, 2009.
  2. *Бердяев Н. А.* Русская идея: основные проблемы русской мысли XIX и начала XX века. СПб., 2008.
  3. *Бережная М. А.* Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики. СПб., 2009.
  4. *Бережная М. А.* Социальная тележурналистика. СПб., 2005.
  5. *Боссарт А.* Дети Лотоса // Известия. 1997. № 89.
  6. *Бугров Ю. А.* Социальные изменения в Центрально-Черноземном регионе и Курской губернии второй половины XIX — первой четверти XX века. Курск, 2012.
  7. *Вартанова Е. Л.* Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М., 2013.
  8. *Вартанова Е. Л.* Концепции модернизации и СМИ // СМИ в меняющейся России / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2009. С. 22–37.
  9. *Вартанова Е. Л.* Факторы модернизации российских СМИ и проблема социальной ответственности // Теория СМИ: актуальные вопросы. М., 2009. С. 451–462.
  10. *Вартанова Е., Смирнова О., Фролова Т.* Гендерное измерение политики в повестке СМИ // Гендер и СМИ : ежегодник. М., 2012. С. 67–95.
  11. *Верховская А. И.* Письмо в редакцию и читатель. М., 1972.
  12. *Верховская А. И.* Социологические методы работы с редакционной почтой. М., 1984.
  13. *Верховская А. И.* Письма в редакцию как элемент гражданского общества в России // Средства массовой информации и формирование гражданского общества / под ред. А. И. Верховской. М., 2010. С. 179–182.
  14. *Воронцов В. П.* Интеллигенция и культура : избр. соч. М., 2008.
  15. *Гидиринский В. И.* Русская интеллигенция в истории России (социокультурный аспект). М., 2005.
  16. *Гиляровский В. А.* Репортажи из прошлого. М., 2010.
  17. *Горохов В. М., Гринберг Т. Э.* Гуманизация массовых информационных процессов в рамках открытого общества // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2003. № 4. С. 22–27.
  18. *Горчева А. Ю.* Нищенство и благотворительность в России. М., 2013. Гл. 8.

19. Дзялошинский И. М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезным людям. М., 2006.
20. Дзялошинский И. М. Медиапространство России: пробуждение Соляриса. М., 2012.
21. Дорошевич В. М. Избранные страницы. М., 1986.
22. Есин Б. И. Репортажи В. А. Гиляровского. М., 1985.
23. Жирков Г. В. Ценности советской эпохи в журналистике: динамика теории и газетной практики // Журналистика. Общество. Ценности / ред.-сост. В. А. Сидоров. СПб., 2012. С. 34–46, 47–54.
24. Жуков В. С. Российские преобразования: социология, экономика, политика. М., 2003.
25. Журналистика социальной сферы : учеб. пособие / под ред. Г. А. Нуриджанова. М., 2003.
26. Журналистика социальной сферы : учеб. пособие / под ред. В. И. Новикова и И. В. Старостенкова. М., 2008.
27. Зайнетдинов Ш. Р. Социальная структура российского общества на рубеже XIX–XX веков: (По материалам Первой всеобщ. переписи населения Рос. империи 1897 г.). Уфа, 1993.
28. Заславская Т. И. Современное российское общество: социетальный механизм трансформации. М., 2004.
29. Засурский Я. Н. Социальная ответственность СМИ: концепция в развитии // Искушение свободой: Российская журналистика 1990–2004. М., 2004.
30. Золотуский И. П. От Грибоедова до Солженицына: Россия и интеллигенция. М., 2006.
31. Иваницкий В. Л. Модернизация журналистики: методологический этюд. М., 2010.
32. Иванова Н. А. Сословно-классовая структура России в конце XIX — начале XX века. М., 2004.
33. Иванян Р. Г. Журналистика и социальная работа: природа и опыт институционального взаимодействия (Россия, конец XX — начало XXI века) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2007.
34. История России. 3-е изд., перераб. и доп. М., 2006.
35. История российской журналистики : хрестоматия : в 2 ч. / авт.-сост. А. Г. Алтунян. М., 2002. Ч. 2.
36. История русской журналистики XVIII–XIX веков / под ред. А. В. Западова. М., 1973.
37. История русской журналистики XVIII–XIX веков / под ред. Л. П. Громовой. СПб., 2005.
38. Калашникова Л. И. Герой современного советского очерка. М., 1975.
39. Кольцов М. Три дня в такси; Семь дней в классе // Избранные произведения : в 3 т. М., 1957. Т. 1. 596 с.
40. Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. М., 2010.
41. Кошман Л. В. Город и городская жизнь в России XIX столетия: социальные и культурные аспекты. М., 2008.
42. Крузе Э. Э. Положение рабочего класса в России в 1900–1914 гг. Л., 1976.
43. Ломоносов М. В. Полное собрание сочинений. М. ; Л., 1952. Т. 8. С. 382–403.
44. Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. Барнаул, 2002. С. 146–154.
45. Миронов Б. Н. Социальная история России периода империи (XVIII–XX). Генезис личности, демократической семьи, гражданского общества и правового государства. СПб., 2003. Т. 1, 2.
46. Моряков В. И. Русское просветительство второй половины XVIII века (из истории общественно-политической мысли России). М., 1994.
47. Н. И. Новиков и общественно-литературное движение его времени / под ред. Г. П. Макогоненко. Л., 1976.
48. Очерки русской культуры XIX века. Т. 4 : Общественная мысль / редкол.: Л. Д. Дергачева и др. М., 2003.
49. Очерки русской культуры XIX века. Т. 6 : Художественная культура / редкол.: Л. В. Кошман и др. М., 2002.
50. Перепелицын А. В. Крестьянское хозяйство центрально-черноземных губерний России в пореформенный период. Воронеж, 2005.

51. *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М., 1993.
52. Проблематика газетных выступлений. М., 1975.
53. Проблематика СМИ: Информационная повестка дня. М., 2008.
54. *Римашевская Н. М.* Человек и реформы: секреты выживания. М., 2003.
55. *Рощина О. В.* Социальная очеркистика В. А. Гиляровского и В. М. Дорошевича в аспекте традиций народознания // Вестн. Моск. гос. гуманит. ун-та им. М. А. Шолохова. Сер.: Филол. науки. 2012. Вып. 3. С. 49–54.
56. Русский очерк. 40–50 годы XIX века / под ред. В. И. Кулешова. М., 1986.
57. *Свитич Л. Г.* Журнализм как аксиологический феномен // Массмедиа и ценностные отношения общества / под ред. Г. В. Лазутиной. М., 2013. С. 67–78.
58. *Смирнова О. В., Фролова Т. И.* Кризис семьи в медиаизмерениях (анализ текстов российских СМИ) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2011. № 1. С. 203–227.
59. *Соколова В. Ф.* Народознание и русская литература XIX века. М., 2009.
60. Социальная журналистика: антология возрождения. М., 2002.
61. *Стровский Д. Л.* Отечественная журналистика новейшего периода. М., 2011.
62. *Стеник Ю. В.* Русская сатира XVIII века. Л., 1985.
63. *Суворова С. П., Фролова Т. И.* Биомедицинские технологии: к вопросу о роли медиарепрезентаций в развитии новых реалий социальной практики [Электронный ресурс] // Медиаскоп. 2013. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1371>
64. *Татарина Е. Л.* Русская литература и журналистика XVIII века. М., 2001.
65. *Темичева Е. В.* Практика благотворительных фондов в зеркале российских СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2012. № 5. С. 134–145.
66. *Тертычный А. А.* Жанры периодической печати. М., 2014. С. 64.
67. *Федоров В. А.* История России. 1861–1917. М., 2013.
68. *Фомичева И. Д.* Аудитория печатных СМИ // Средства массовой информации России. М., 2011. С. 206.
68. *Фролова Т. И.* Динамика стратегий в социальном медиадискурсе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2010. № 5. С. 190–213.
69. *Хлебникова Н. В.* Общественные инициативы в медиaprостранстве гражданской журналистики : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2011.
70. *Щетинина Г. И.* Идеиная жизнь русской интеллигенции, конец XIX — начало XX в. М., 1995.
71. *Ясавеев И. Г.* Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации. Казань, 2004.

*Статья поступила в редакцию 15.09.2014 г.*

УДК 070.15:342.531 + 002(091)

А. В. Антошин  
В. А. Антошин

**ОППОЗИЦИОННЫЙ ЖУРНАЛИСТ В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ  
РОССИИ: СОТРУДНИК ГАЗЕТЫ «ГОЛОС УРАЛА»  
Ф. Н. ЛЕБЕДЕВ (Ф. СИБИРСКИЙ) В ПЕРИОД  
ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ В IV ГОСУДАРСТВЕННУЮ ДУМУ**

Статья посвящена роли оппозиционного журналиста в системе средств массовой информации Российской империи. В качестве примера взята деятельность секретаря редакции газеты «Голос Урала» Ф. Н. Лебедева (Ф. Сибирского) в период избирательной кампании в IV Государственную думу. На основе изучения публикаций Ф. Н. Лебедева показано, как он использовал возможности легального периодического издания для изложения взглядов радикальной оппозиции на существовавшую в стране социально-политическую систему.

К л ю ч е в ы е с л о в а: Российская империя; история печати; Государственная дума; оппозиционная журналистика.

Проблема оппозиционной журналистики относится к числу весьма актуальных, но, как это ни парадоксально, достаточно слабо изученных сюжетов истории печати дореволюционного Урала. Советские специалисты по истории печати уделяли основное внимание попыткам издания большевистских (легальных и нелегальных) газет и журналов [3]. Либеральные издания затрагивались прежде всего в контексте сотрудничества с ними большевистских журналистов [4, 5]. Из трудов постсоветского периода можно выделить работу В. А. Павлова, посвященную эпохе первой русской революции, когда наблюдался всплеск общественно-политической активности, отразившийся на состоянии СМИ [7]. В последние годы проблематикой истории дореволюционной уральской прессы активно занимается Л. Д. Иванова [2]. Однако деятельность оппозиционных журналистов Урала после окончания революции 1905–1907 гг., в период спада общественной активности, по-прежнему редко привлекает внимание исследователей. Между тем именно этот период был одним из самых сложных для оппозиционно настроенной прессы. Какой выбор приходилось делать журналисту в этих условиях? Какие пути использовал он для того, чтобы донести свою позицию до читателя? Насколько велика была степень свободы, которой пользовалась уральская пресса после революции 1905–1907 гг.? Попыткой ответа на эти вопросы и является данная статья.

Период избирательной кампании в IV Государственную думу взят для анализа отнюдь не случайно. Как обычно, выборы в общероссийское народное

---

АНТОШИН Алексей Валерьевич — доктор исторических наук, профессор кафедры востоковедения Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: alex\_antoshin@mail.ru).

АНТОШИН Валерий Алексеевич — кандидат философских наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления Уральского института Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Екатеринбург.

© Антошин А. В., Антошин В. А., 2014

представительство были периодом подъема общественной активности. Однако кампания 1912 г. занимает особое место. Она проходила после того, как закончилась пятилетняя деятельность III Думы, избранной на основании закона 3 июня 1907 г. Этот парламент был единственным в истории дореволюционной России, отработавшим весь положенный ему срок. Избежать роспуска и стабильно существовать III Думе удалось благодаря тому, что ее большинство было нацелено на тесное сотрудничество с правительством П. А. Столыпина. Однако к концу функционирования этой Думы в российском обществе все сильнее проявляли себя оппозиционные настроения. Все явственнее звучали голоса тех, кто критиковал власть за медленные темпы реформирования России. В этой атмосфере и проходили выборы в IV Государственную думу.

Специфика избирательной системы Российской империи заключалась в том, что широкие слои городского населения избирали своих депутатов по второй городской курии. Именно по этой курии наибольшие шансы на избрание имели оппозиционные кандидаты. На выборах в IV Думу здесь чаще всего шла острая борьба между кандидатами от либеральной оппозиции (преимущественно связанными с партией кадетов) и революционерами, представлявшими РСДРП. В Екатеринбурге свою кандидатуру выставил депутат III Думы социал-демократ Н. М. Егоров, известный своими статьями на страницах челябинской газеты «Голос Приуралья». В публикациях Н. М. Егорова резкой критике подвергались уральские золотопромышленники, эксплуатировавшие труд старателей. Весьма негативно характеризовал уральский социал-демократ деятельность III Думы, в частности, предложенные ей законопроекты по аграрному вопросу [4, 18, 25]. К началу избирательной кампании в новый российский парламент Н. М. Егоров был уже весьма известным деятелем радикального крыла оппозиции на Урале.

Зная настроения многих рядовых екатеринбуржцев, местные либералы прекрасно понимали, что противостоять кандидатуре Н. М. Егорова сможет лишь другой яркий представитель демократической оппозиции. Поэтому кадеты Екатеринбурга поддержали выдвижение левого журналиста Ф. Н. Лебедева, известного под литературным псевдонимом «Ф. Сибирский». По своим взглядам последний отнюдь не был либералом. Однако он прекрасно понимал, что без финансовой и агитационной поддержки со стороны кадетов (многие из них были достаточно состоятельными людьми) у него нет шансов на победу. Ф. Н. Лебедев был давно связан с кадетскими кругами Екатеринбурга, выступая с оппозиционными статьями на страницах либеральной прессы города. Сначала он был журналистом известной кадетской газеты «Уральский край», а в 1912 г. стал секретарем редакции нового кадетского проекта — газеты «Голос Урала». Именно «Голос Урала» стал главным рупором избирательной кампании Ф. Н. Лебедева.

С весны 1912 г. Ф. Н. Лебедев регулярно выступал на страницах «Голоса Урала» с изложением своей позиции по наиболее важным проблемам российской политической жизни. Следует отметить, что условия легальной либеральной газеты накладывали некоторый отпечаток на его позиционирование в ходе избирательной кампании. Характеризуя политические убеждения Ф. Н. Лебедева, «Голос Урала» неизменно употреблял некий эвфемизм: «народник левее трудовиков» [1]. В этой части политического спектра располагалась партия эсеров, и совершенно

очевидно, что в целом взгляды журналиста соответствовали именно ее программе. Но социалисты-революционеры, естественно, не были легализованы, выступали за свержение существовавшего строя, поэтому заявить о принадлежности к этой организации Ф. Н. Лебедев не мог.

Вместе с тем руководство екатеринбургских кадетов, очевидно, санкционировало весьма откровенное развернутое изложение Ф. Н. Лебедевым его политических воззрений. Нередко это давало лишние козыри местным либералам в их борьбе против социал-демократа Н. М. Егорова. РСДРП ассоциировалась с марксизмом, и в ряде публикаций именно выводы марксистской философии были поставлены Ф. Н. Лебедевым под сомнение. Здесь очень пригодились народнические взгляды журналиста, которые в данном случае скрывать было политически невыгодно. Ф. Н. Лебедев доказывал, что марксистская концепция уже устарела и не соответствует реалиям начала XX в. Он отстаивал классический народнический тезис о том, что российское общество должно было двигаться «вперед вопреки капитализму» [12]. И здесь можно было раскрыть перед избирателями всю картину тех социальных проблем, с которыми сталкивались страны Запада, переживавшие капиталистическую стадию развития. Стоявшие за «Голосом Урала» либералы хорошо понимали, что именно ситуация в социальной сфере больше всего интересует широкие слои городского населения — избирателей по второй городской курии. Между тем социал-демократы-марксисты, к которым относился главный противник «Голоса Урала» на выборах Н. М. Егоров, доказывали, что капитализм (а значит, и все связанные с ним проблемы) является неизбежной стадией развития общества.

Впрочем, иногда откровенное изложение Ф. Н. Лебедевым своей позиции на страницах «Голоса Урала» принимало такие формы, с которыми вряд ли были полностью согласны круги, финансировавшие издание газеты. В августе 1912 г., разъясняя своим избирателям, с какой целью он идет на выборы в Думу, уральский журналист прямо заявлял: он не собирается работать в рамках существующей парламентской системы. Ф. Н. Лебедев не скрывал, что его не привлекала конструктивная работа по улучшению в интересах основной массы населения тех законопроектов, которые предлагались правительственным большинством. Видимо, он считал бессмысленным вносить «мелкие поправки» к законопроектам партии власти. Цель журналиста была гораздо более грандиозной: он собирался «речью, как молотом, бить большинство, развертывать перед страной и Думой свою программу во всю ширь, звать массы вперед в заманчивые лазурные дали, где нет ни бедных, ни богатых, где нет угнетенных ни за национальность, ни за веру, ни за мысль, где все равны и счастливы» [1]. Таким образом, для Ф. Н. Лебедева Государственная дума была, прежде всего, трибуной, где, пользуясь статусом депутата, он мог бы отстаивать свои взгляды. Он надеялся в стенах парламента говорить о тех проблемах жизни российского общества, которые (учитывая цензурные условия) он не мог освещать в качестве журналиста.

Естественно, такая позиция приводила к острейшему конфликту Ф. Н. Лебедева со всей существующей в Российской империи социально-политической системой. Свое место в этой системе занимала Государственная дума. Уральский журналист крайне негативно характеризовал результаты деятельности третьего

российского парламента, оценивая их как «мизерные» [16]. Доставалось от него и партии большинства этой Думы, с которой к 1912 г. прочно ассоциировалась политика власти, — октябристам. Многие из последних (в том числе и лидер «Союза 17 октября» А. И. Гучков) постепенно сами разочаровались в правительственной политике и уже на выборах в IV Думу начали переходить в оппозицию к власти. К тому же и сама власть постепенно сделала ставку на формирование новой, полностью подконтрольной партии — Всероссийского национального союза (ВНС). Ф. Н. Лебедев на страницах «Голоса Урала» решительно разоблачал этот политический проект, доказывая, что под «гримом» ВНС («несколько фраз о порядке, о том, что свобода необходима, но должна быть ограничена твердыми нормами, о великих задачах России») фактически скрывались откровенные черносотенцы. Он указывал, что программа «партии власти» не содержала описания конкретного механизма проведения реформ, практически не уделяла внимание социальным проблемам. Вместе этого — «откровенные красноречивые рассуждения об инородческом засилье, о необходимости репрессий и т. д.» [11]. Иными словами, уральский оппозиционный журналист доказывал, что активно «раскручиваемый» перед выборами в IV Думу политический проект власти был попыткой замаскировать стремление правительства продолжать прежнюю политику, не решая насущные проблемы в жизни российского общества.

В публикациях Ф. Н. Лебедева на страницах «Голоса Урала» [10–16] было показано, что власть не случайно сделала ставку на русский национализм как свою новую опору в Государственной думе. Он отмечал, что для проправительственных изданий была характерна своеобразная психология «осажденной крепости». Их публицисты стремились доказать, что «нет ни одного пункта на бесконечной русской границе, за исключением разве только австро-германской границы (правые благоволят к Австрии и Германии), где бы нам ни грозили осложнения». При этом Ф. Н. Лебедев подчеркивал, что реально для правительственных газет была характерна наступательная риторика: «Не нас ждет война, а нам необходимо самим ее вызвать». На Ближнем Востоке «нам необходимо воспользоваться затруднениями, переживаемыми Турцией в войне с Италией, и добиться компенсаций в виде свободного прохода нашего флота через Дарданеллы». Что же касается Среднего Востока, то заявлялось о желательности усиления русского влияния в Персии, чтобы «довести его чуть ли не до оккупации северной полосы Ирана». На Дальнем Востоке, по мнению правительственных изданий 1912 г., «как раз теперь время захватить Урянхайский край, аннексировать северную Маньчжурию и распространить протекторат на Монголию». В чем причины такой агрессивности проправительственных изданий? Ф. Н. Лебедев указывал, что реально за этим стояло стремление отвлечь внимание общества от необходимости решения социальных и экономических проблем, стоявших перед Россией, сделать так, чтобы население забыло о неудачах политики власти. Сам же уральский журналист полагал, что все эти внешнеполитические мероприятия были «авантюрами» [10], которые требовали колоссальных средств из государственного бюджета. Между тем эти деньги были необходимы для улучшения жизни людей, развития целого ряда отраслей российской экономики.

Ф. Н. Лебедев выступал против проводимой властью протекционистской политики, «стены таможенных пошлин, ограждающей Россию от Запада». Он

доказывал, что такая линия правительства вела к тому, что иностранный капитал или вообще не хотел идти в Россию, «избегал русских рынков», или шел в нашу страну лишь «в надежде на неслыханные на Западе проценты» [14]. Тесная связь между крупным бизнесом и властью, доказывал уральский журналист, вела к тому, что предприниматели всегда могли получить поддержку государственных структур при возникновении конфликтов с рабочими. Он полагал, что надо было коренным образом менять проводимую правительством экономическую политику.

Одной из основных социальных групп, которые составляли электорат второй городской курии, были торговые служащие. Поэтому традиционно все кандидаты стремились в своих предвыборных выступлениях уделить им внимание, показать, что они отстаивают интересы этого слоя населения. Не был исключением и Ф. Н. Лебедев. Как и другие кандидаты, он обещал в случае своего избрания поддержать идею сокращения рабочего дня для приказчиков, доказывая, что данная мера не окажет негативного воздействия на состояние национальной промышленности и торговли в целом. «Интересы торговли и промышленности не пострадают ни на одну иоту, — подчеркивал уральский журналист. — Национальный доход не сократится ни на одну полушку. Наоборот, сокращение рабочего дня торговых служащих подымет культурный и физический уровень огромной массы служащих, что, несомненно, отразится на национальном доходе, но не в сторону понижения, а, наоборот, в сторону повышения» [15]. Ф. Н. Лебедев указывал, что предприниматели обычно старались подменить понятие «национальный доход» совершенно другой величиной — «прибылью капиталистов». Естественно, процент прибыли, получаемый самим бизнесменом, в случае сокращения продолжительности рабочего дня служащих будет снижаться. Однако тождественны ли интересы конкретных предпринимателей и национальные интересы России? По мнению Ф. Н. Лебедева, на этот вопрос следовало ответить отрицательно.

Выдвигая свою кандидатуру на выборах в Государственную думу, уральский журналист уделял не очень большое внимание изложению конкретных пунктов своей программы. Очевидно, он прекрасно понимал, что в условиях существовавшей политической системы у него было мало шансов реализовать на практике свои идеи. Прежде всего, считал Ф. Н. Лебедев, необходимо было менять избирательную систему, а для этого ввести всеобщее, равное, прямое и тайное избирательное право [13]. Введение этой нормы, бесспорно, кардинальным образом изменило бы и расстановку сил в парламенте, и атмосферу в стране в целом.

Следует отметить, что поддерживавшая кандидатуру Ф. Н. Лебедева партия кадетов старалась помочь ему в борьбе против социал-демократа Н. М. Егорова. На страницах «Голоса Урала» был опубликован ряд статей известного российского либерала, видного деятеля левого крыла кадетов М. Л. Мандельштама, направленных против кандидатуры Н. М. Егорова. Выбор именно фигуры М. Л. Мандельштама здесь, конечно, тоже не был случайным. Руководство кадетской партии прекрасно понимало, что именно он (занимавший в партии левые позиции, не во всем согласный с умеренной линией своего ЦК) может достаточно эффективно бороться с РСДРП за голоса демократически настроенных жителей Екатеринбурга. М. Л. Мандельштам стремился показать, что социал-демократы как партия рабочих на практике отнюдь не всегда отстаивали интересы приказчиков, что

в их программе немало демагогии, подчеркивал решающую роль либеральной парламентской оппозиции в активизации общественной деятельности в России [6–8]. При этом нередко «за кадром» оставался тот факт, что кандидат «Голоса Урала» в Екатеринбурге Ф. Н. Лебедев по своим взглядам — отнюдь не либерал. Сам уральский журналист в публикациях вообще обходил вопрос о своих взаимоотношениях с партией кадетов.

В конечном итоге Ф. Н. Лебедеву все-таки не удалось стать депутатом российского парламента. Однако, идя на определенные компромиссы, сотрудничая в издании, взгляды владельцев которого он не полностью разделял, он пытался донести до читателя и свою точку зрения на происходящие в стране процессы. Деятельность секретаря редакции «Голоса Урала» представляет собой пример интеграции журналиста, поддерживавшего идеи радикальной оппозиции, в систему легальных средств массовой информации. Успешность такой интеграции, бесспорно, зависит отнюдь не только от самого журналиста. Огромную роль играет и точка зрения владельца печатного издания, допускающего присутствие в составе его сотрудников оппозиционного журналиста.

- 
1. Голос Урала (Екатеринбург). 1912. 17 авг.
  2. *Иванова Л. Д.* Типологические особенности деловых корпоративных СМИ рубежа XIX–XX вв. // Вопросы истории и теории журналистики. Екатеринбург, 2013. С. 62–70.
  3. *Курасов А. И.* Становление и развитие революционной печати на Урале в начале XX в. Свердловск, 1981.
  4. *Макашина Л. П.* Легальная печать и публицистика Урала в 1907–1917 гг. Свердловск, 1988.
  5. *Макашина Л. П.* Публицистика уральских большевиков в легальной печати 1905–1907 гг. Свердловск, 1987.
  6. *Мандельштам М. Л.* Что такое пролетариат и что такое демократия? // Голос Урала. 1912. 17 авг.
  7. *Мандельштам М. Л.* Кто будил страну: Егоров или Родичев и Маклаков? // Голос Урала. 1912. 18 авг.
  8. *Мандельштам М. Л.* Как социал-демократы в Москве высылали приказчиков из Совета рабочих депутатов // Голос Урала. 1912. 24 авг.
  9. *Павлов В. А.* Лики «свободы печати». Власть и пресса. Урал. 1905–1907 гг. Екатеринбург, 2002.
  10. *Сибирский Ф.* Авантюры // Голос Урала. 1912. 7 марта.
  11. *Сибирский Ф.* Выборы, националисты и... грим // Голос Урала. 1912. 15 июня.
  12. *Сибирский Ф.* Жизнь и теория // Голос Урала. 1912. 14 июля.
  13. *Сибирский Ф.* Задачи IV Думы // Голос Урала. 1912. 15 июня.
  14. *Сибирский Ф.* Ложь! // Голос Урала. 1912. 7 апр.
  15. *Сибирский Ф.* Отдых торговых служащих // Голос Урала. 1912. 29 марта.
  16. *Сибирский Ф.* Перед выборами // Голос Урала. 1912. 7 июня.

*Статья поступила в редакцию 27.05.2014 г.*

УДК 050(571.12)“19” + 339.1(571.12)

Н. Ю. Калинина

**КНИГИ И ЖУРНАЛЫ КАК СРЕДСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ  
ЗНАНИЙ О МОДНЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ  
НА ТЕРРИТОРИИ ТОБОЛЬСКОЙ ГУБЕРНИИ  
В КОНЦЕ XIX – НАЧАЛЕ XX В.**

В статье исследуются вопросы распространения знаний о модных тенденциях. Описываются источники поступления информации на территорию Тобольской губернии, среди которых главное место занимает сфера торговли.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** информационное пространство; Тобольская губерния; ярмарочная торговля; книги и журналы; модные тенденции.

Информационное пространство Тобольской губернии конца XIX – начала XX в. включает такой немаловажный аспект, как распространение знаний (способов передачи, источников) о модных тенденциях. Соотнося полученные сведения с имеющимися, можно выявить как сходства, так и различия. На рубеже XIX–XX вв. общество в информационном плане было иное, и базовые принципы существования и образования пространства отличались от современных.

Описывая пространство потоков в информационном обществе, М. Кастельс выделял сочетание трех слоев материальной поддержки: «Первый слой состоит из цепи электронных импульсов, которые, взятые вместе, образуют материальную основу процессов» [6, 386]. Далее автор уточнял: «...железные дороги определяли “экономические регионы” и “национальные рынки” индустриальной экономики» [Там же]. «Третий важный слой относится к пространственной организации доминирующих менеджерских элит (скорее элит, чем классов), осуществляющих управленческие функции, вокруг которых строится организованное пространство» [Там же, 388]. Данный слой может быть представлен купечеством и торговцами, занимающимися не только непосредственно актом купли-продажи, но и организующими систему товарооборота и инфраструктуры, благодаря которой происходил обмен традициями, знаниями и пр. Торговые люди являлись наиболее мобильной частью населения, выступали носителями различных идей, создававшими базу для диалога культур.

Описанные слои, взаимодействуя, и образовывали необходимый базис движения информации. Распространение информации не было первопричиной организации данной схемы, но являлось ее неотъемлемой частью. Структура торговли обеспечивала определенную связь «прошлого» и «настоящего», способствовала централизации государства, рождению общего культурного поля, которое позволяло получать и транспортировать новые идеи, отчасти отраженные в документах и прессе, дневниках и письмах.

---

КАЛИНИНА Наталья Юрьевна – аспирант Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий (e-mail: tyumm@yandex.ru).

© Калинина Н. Ю., 2014

Концепция М. Кастельса применима и к процессам, происходящим в регионе в рассматриваемый период. В соответствии с описанными слоями можно представить и сферу торговли как базовый элемент в распространении знаний о модных тенденциях. Отметим, что в конце XIX в. в Сибири сосуществовали различные виды транспортного сообщения, создавая определенную сеть.

География распространения моды была обширной, существовало единое торгово-экономическое пространство, включающее множество ярмарок, торжков, базаров, универсальных и «модных» магазинов, первых ателье и пр., выполняющих функции узлов. Различная специализация мест торговли, сырьевая связь регионов, транспортное сообщение формировали взаимозависимость территорий, реализуя второй слой концепции: «пространство потоков состоит из узлов и коммуникационных центров» [6, 386].

Процессы передачи информации происходили как в отношениях центр — периферия, так и с учетом социальной стратификации. Сведения о модных тенденциях были доступны лишь ограниченному кругу лиц, как правило, относящихся к купеческому сословию. Иные группы населения могли лишь подражать, но не в полной мере и не первоисточнику, а уже видоизмененным образцам. Известен случай передачи «отреза розового шелка» от сосланной в Тобольск царской семьи Романовых местной жительнице [19, 3]. Но это были единичные (зафиксированные) случаи передачи информации в материальном выражении «вниз».

Развитие печати позволило женщинам получить неограниченный доступ к информации, но лишь часть ее доходила до Сибири, в основном в виде приложений к журналам, о чем свидетельствуют издания, хранящиеся в фондах музеев и архивах. А. Э. Жабрева приводит список из 47 изданий «о модах XIX — начала XX в.», не включая «модных приложений к журналам и альманахам» [5, 84]. Это были как переводные издания, так и российские.

Доставлялись подобные издания в Сибирь «с почтовым ямщиком для ответов на разнообразные вопросы подписчиков» [8]. Какого характера вопросы мог удовлетворить ямщик, не указывается, но можно предположить, что он являлся коммивояжером и носителем информации о модных тенденциях. Схожим образом в конце XIX в. происходил сбыт продукции текстильных фабрик: через разъездных приказчиков-коммивояжеров [3, 61].

Уместно привести высказывание В. А. Крючковой: «Добиться чего-то в капиталистическом обществе — значит суметь выгодно продать себя на рынке, наводненном конкурентами, суметь продать — значит выделиться среди них» [15, 240]. При таких сделках происходил контакт непосредственно покупателя и продавца — прямые продажи.

Основным источником распространения европейской моды являлись журналы. Имелись и книги — пособия для женщин, где давались ответы, например, на такой вопрос: «Можем ли мы сделать себя красивыми?» [17, 3]. Г. Прево приводят советы: «...весьма благоразумно поступали бы родители и воспитатели, если бы почаще водили детей в художественные музеи, дабы с раннего возраста внедрить в ум их истинное понятие и правильное представление о красоте обоих полов» [17, 17]. Интересны «типы очаровательных женщин», описываемые Л. Ганье:

«обворожительница, покорительница сердец, меланхоличная, поэтическая красота, сентиментальная, женщина-ребенок, истинная очаровательница» [4, 227].

Выпускаемые за рубежом и в Российской империи (и получаемые в Сибири) издания были многогранны по содержанию. Например, они могли размещать информацию о том, как живут люди в других странах, как нужно вести себя. В «Спутнике изящной женщины» значится: «Эта книга имеет целью показать, что без значительного ущерба своему бюджету, как бы он ни был скромен, можно достигнуть высшей элегантности путем искусства, как к туалету, так и к убранству комнаты» [4, 227]. Данные издания, впрочем, были недоступны людям со «скромным бюджетом», а иногда и отторгались — ввиду иного типа мышления и специфических традиций, например, аборигенами и старообрядцами.

В целом издания включали в себя информационное оповещение, сочетали описание как духовных, так и материальных качеств, присущих современной женщине. Данные издания носили новаторский характер, но читающие их женщины в большинстве своем находилась между двумя «лагерями» — патриархальных устоев, традиций семьи и социума, либеральных тенденций.

Формируемое информационное пространство было противоречивым, появлялись издания, направленность и содержание которых могли негативно трактоваться их читательницами.

В России новации распространялись осторожно, с учетом сложности нравственного выбора, стоявшего перед женщинами, лишенными многих гражданских прав.

Так, в журнале «Друг женщины» периодически публиковались статьи о положении женщин разных эпох, стран, специальностей. В восьмом номере за 1884 г. выходит статья, где пропагандируются идеи Rational Dress Association — общества рациональной одежды: «...пожелаем, чтобы и наше общество не оставалось чуждым влиянию начавшегося движения, — чтобы наши женщины содействовали, по мере сил своих, распространению в своей среде здравых понятий о костюме и тем подготавливали бы почву к принятию реформы его у нас, так как вопрос об одежде тесно связан не только с положением женщины, но и с благополучием и здоровьем человечества вообще» [1, 103]. Данную организацию «обвиняли в желании подражать мужчинам» [Там же, 102]. Кинг, выражая позиции части женского сообщества, призывала: «Женщина, не посягая на “основные начала своего бытия”, может и должна развивать свой ум и проявлять его, между прочим внешним образом, в своей одежде» [Там же, 103].

На территорию Тобольской губернии информация о модных тенденциях поступала в основном через приложения к журналам. Например, в фондах ГАУК ТО (Государственного автономного учреждения культуры Тюменской области) «Музейный комплекс им. И. Я. Словцова» хранятся выпуски журнала «Вестник моды» [10], где представлены зарисовки и краткое описание технологии изготовления костюма, и журнала «Нива» [7–9], содержащие, как правило, рекламу модных магазинов и товаров. В Троицком историко-краеведческом музее (Талицкий район Свердловской области) сохранились приложения к журналу «Родина» — «Новишія моды и рукодѣлія», где описаны модные туалеты, предназначавшиеся для различных событийных поводов [11–13].

Известен и другой путь получения информации о модных тенденциях — через соотечественниц и привезенные ими предметы, проспекты, выкройки, журналы, фотографии, рисунки, и, конечно, через живые описания и ощущения. Так, впервые в Москву (а может быть, и в Россию) «реформированные» платья Поля Пуаре привезла Анна Николаевна Бурышкина, жена наследника богатейшего «Товарищества мануфактурных товаров А. В. Бурышкина», красавица и щеголиха. П. П. Бурышкин вспоминал, что жена надевала новомодные платья Пуаре «к некоторому смущению тех, к кому мы ездили в гости» [16, 226]. После посещения Полем Пуаре Восточной Европы, включая Варшаву, Москву и Петербург, им была создана первая в мире коллекции на русскую тему — «Казань» [18, 11]. Так заимствование элементов русского национального костюма привело к появлению новых форм в индустрии моды.

Но это были редкие явления «обратного» влияния. Подтверждая этот факт, В. А. Верещагин писал о моде: «...вследствие рабского заимствования вкусов, господствовавших во Франции. В этом последнем отношении александровское время ничем не отличается от некоторых ему предшествующих и всех, безусловно, ему последовавших исторических эпох» [2, 471]. Модные тенденции, провозглашаемые Парижем, были неоспоримыми, и русские модницы «несмотря ни на что... продолжали слепо следовать всем бесчисленным прихотям парижской моды [2, 473].

Очевидно, что распространение в провинции новинок было длительным процессом. В Тобольскую губернию они поступали разными способами: в Троицком историко-краеведческом музее хранится пальто французского производства, приобретенное, по легенде сдатчика, на Ирбитской ярмарке [14].

Сибирский характер моды определялся воздействием как внешних, так и внутренних факторов. Исходя из того, что основным торговым и информационным местом долго служили местные ярмарки, на моду оказывали влияние приезжие торговцы. Не стоит забывать и о влиянии климатического фактора: некоторые модные вещи приобретались, несмотря на то, что их было нельзя носить в данных условиях.

Внутри городской жизни происходили определенные изменения, связанные с тесным проживанием на одной территории представителей различных сословных и национальных групп. О взаимном влиянии культур свидетельствуют коллекции одежды, выполненные в этническом стиле. Речь идет не о копировании существующих форм, а о заимствовании приемов декоративного оформления одежды — отделки и вышивок, элементов и способов кроя, предметов одежды [20, 88].

В Сибирском крае новации моды были обусловлены в первую очередь внутрироссийским культурно-информационным пространством и в меньшей мере — общемировым. Хотя встречалось и прямое подражание европейско-атлантическим (западным) тенденциям. Тем не менее можно утверждать, что здесь складывался особый, «сибирский» характер моды, где информация «препарировалась», а костюмная новация подвергалась изменениям и адаптации, поскольку климат был иным, а общество — более консервативным.

Происходил не хаотичный обмен информацией, а организованное движение, обусловленное реалиями соответствующего периода. С точки зрения времени,

движение осуществлялось последовательно, вначале по географическому признаку, затем — по сословному.

Жительницы края стремились познать и воссоздать моду по тем источникам, которые до них доходили. Невозможно было провести анализ модных тенденций из-за ограниченного количества источников и отсутствия специалистов, готовых это сделать. Были мастерицы, изготавливающие высококачественную одежду и дополнения к ней, но они не могли формировать модные тенденции в масштабах страны.

Можно утверждать, что торговля стояла во главе источников знаний о процессах, происходящих в обществе. Рассматриваемые сведения о распространении модных тенденций в Тобольской губернии являются наглядным примером, демонстрирующим не только источники получения информации, но и их дальнейшую трансформацию и участие жителей в этом процессе.

1. *В-ва*. Значение реформы женского костюма в общей системе преобразовательных движений // Друг женщин. 1884. № 8. С. 96–104.
2. *Верещагин В. А.* Женские моды александровского времени // Старые годы. 1908. № 7/9. С. 472–494.
3. *Гальских Е. В.* Текстильный рынок Западной Сибири во второй половине XIX в. Барнаул, 2002.
4. *Ганье Л.* Спутник изящной женщины. СПб., 1896.
5. *Жабрева А. Э.* Русский костюм. СПб., 2002.
6. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.
7. Коллекция ТОКМ (Тюменский областной краеведческий музей) (ГАУК ТО «Музейный комплекс им. И. Я. Словцова»). 1898 г. № 4.
8. Коллекция ТОКМ (ГАУК ТО «Музейный комплекс им. И. Я. Словцова»). 1899 г.
9. Коллекция ТОКМ (ГАУК ТО «Музейный комплекс им. И. Я. Словцова»). 1905 г.
10. Коллекция ТОКМ (ГАУК ТО «Музейный комплекс им. И. Я. Словцова»). 1917 г. № 2.
11. Коллекция ТрМ (Троицкий историко-краеведческий музей). 1905 г. № 2.
12. Коллекция ТрМ. 1912 г. № 5.
13. Коллекция ТрМ. 1912 г. № 6.
14. Коллекция ТрНВ (Троицкий историко-краеведческий музей), б/н.
15. *Крючкова В. А.* Мода как форма потребления // Мода: за и против / ред., сост. В. И. Толстых. М., 1973. С. 240.
16. Мода и стиль : современная энциклопедия. М., 2007.
17. *Прево Г.* Искусство одеваться. СПб., 1892.
18. *Пуаре П.* Одевая эпоху. М., 2011.
19. *Пушкаревич О.* Дарившие любовь друг другу // Казачья застава. 2013. № 4(32). С. 3.
20. *Тухбатуллина Л. М.* Проектирование костюма. Ростов н/Д, 2007.

Статья поступила в редакцию 02.07.2014 г.

# Медиаэкономика

УДК 070:330 + 37.01:316.773.2

С. А. Большева  
А. С. Макшакова

## НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ МЕДИАПРЕДПРИЯТИЯ В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ\*

В статье выявляются причинно-следственные связи, возникающие в процессе кардинальных преобразований в современном обществе. Учитывая интенсивные темпы развития нового направления в экономике — экономики знаний, доказываем, что нематериальные активы как стратегически важные ресурсы требуют детального переосмысления. В связи с этим авторы акцентируют внимание на обосновании методологических основ, способных объяснить ценность и решающую роль нематериальных активов в ходе управления медиапредприятием. Выделяется проблема отсутствия методологических инструментов, способных отразить ценность неосязаемых компонентов в ценовом эквиваленте медиапредприятия.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** медиаменеджмент; нематериальные активы; имидж; репутация; бренд.

Радикальные перемены в информационном обществе ознаменовались увеличением степени значимости знаний и информации как ресурсов, обладающих восполняемым и неисчерпаемым характером, а в случае исключительной уникальности — высоким стоимостным выражением. Актуализация данной тенденции обусловлена появлением нового направления в развитии постиндустриальной и инновационной экономики — экономики знаний.

---

\* Работа выполнена при финансовой поддержке УрФУ в рамках реализации Программы развития УрФУ для победителей конкурса «Молодые ученые УрФУ».

БОЛЫШЕВА Светлана Александровна — кандидат филологических наук, доцент кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: pr-ural@yandex.ru).

МАКШАКОВА Анастасия Сергеевна — магистр менеджмента, аспирант Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук (Екатеринбург) (e-mail: Nesty16@mail.ru).

Более десяти лет назад академик В. Л. Макаров отмечал, что «инвестиции в знания растут быстрее, чем вложения в основные фонды. 90 % всего количества знаний, которыми располагает человечество, получено за последние 30 лет, так же, как 90 % общего числа ученых и инженеров, подготовленных за всю историю цивилизации, — наши современники. А это явные признаки перехода от экономики, основанной на использовании природных ресурсов, к экономике знаний» [5]. Из этого следует, что экономике знаний как новому этапу развития общества свойственно преобладание такого состояния, в котором знания и информация становятся товаром, а рыночная цена на него предопределяется степенью его актуальности и востребованности. Вторая особенность состоит в том, что знания становятся одним из главных факторов производства (например, создание и практическое внедрение инновационных продуктов, основанных на реализации научно-технических разработок, и т. п.). Третья особенность, которая является следствием предыдущей, заключается в том, что обладание уникальными знаниями способно повышать конкурентоспособные преимущества предприятия, формировать его статус, структуру управления, поддерживать коммерческий потенциал производимой продукции на высоком уровне. Ориентация на максимальное использование вышеобозначенных концептов стала своего рода общемировой тенденцией.

В инфраструктуре экономики знаний существенная роль отводится массмедиа, которые за последние десятилетия превратились в универсальную категорию, предопределяющую закономерности развития и становления процессов и явлений человеческой жизнедеятельности. В самой сфере массмедиа как динамично развивающейся системе отмечаются радикальные перемены. Говоря о качественных преобразованиях СМИ в контексте экономики знаний, стоит отметить, что данная парадигма получила широкое распространение в научных исследованиях западных ученых и экспертов. В России этому процессу пока не уделяется должного внимания. По мнению авторов данной статьи, трансформация современной медиасферы нуждается в комплексном, системном анализе с учетом новейших методологических и методических подходов, прежде всего в экономике, а также в смежных с журналистикой науках и видах деятельности: коммуникативистике, маркетинге, рекламе, public relations и др. В связи с этим одной из актуальных проблем является использование потенциала нематериальных активов медиапредприятия с целью повышения его стоимости.

Важную роль в управлении стоимостью играют нематериальные активы, способные самым существенным образом изменить положение медиабизнеса на рынке. В первую очередь к ним относится классическая триада стратегических коммуникаций: благоприятный имидж медиапредприятия, его надежная репутация и узнаваемый бренд. В практике широко известных в мире медиагигантов, например *Financial Times*, нематериальные активы рассматриваются как основа их капитализации, поэтому ими целенаправленно управляют. Понимание актуальности данной проблемы еще не стало доминирующим в сфере отечественной медиаэкономики. В России только формируется понимание эффективности управления компанией не как величины прибыльности, ликвидности или рентабельности, а как максимизации стоимости собственно компании, т. е. цены

компания как товара. Исследователи отмечают, что первые попытки формирования культуры управления стоимостью компании связаны с выходом на IPO (первичное размещение акций за рубежом). По оценкам экспертов, руководство российских компаний называет управление стоимостью компании одной из самых актуальных для них тем в управлении бизнесом. В связи с этим главный переход, который еще предстоит, — это переход «от операционного управления, через стратегическое — к стоимостному мышлению» [3]. Иными словами, перед топ-менеджментом компаний стоит задача: «Для того чтобы стоимость компании осталась не просто термином в разговоре с инвестором, а была инструментом реального подъема эффективности бизнеса, **нужно научиться ею управлять**: выявить факторы создания стоимости именно вашей компании, разработать **РЕАЛЬНЫЙ** план управления, дающий баланс долгосрочных и краткосрочных целей и приоритетов, внедрить стоимостные элементы управления **НА ВСЕХ УРОВНЯХ** компании» [Там же].

Пока нематериальные активы составляли относительно небольшую часть стоимости компании, это не вызывало проблем. Но с ростом экономики знаний такая практика перестала быть адекватной реальной действительности. «Согласно опубликованным в 1994 году данным комиссии по бухгалтерским стандартам УК, суммы, выплачиваемые за goodwill, возросли с 1 % в 1976 году до 44 % в 1986 году. Спустя десятилетие уже стало понятно, что относить указанную разность на goodwill не имеет смысла, так как она составляет до 90 % от суммы сделки» [6, 32].

Отечественный медиабизнес с точки зрения стоимостной экономики находится в эмбриональном состоянии, и переход от функционального мышления — к рыночному, стоимостному — вот что может определить его успех в долгосрочной перспективе. Преобразование нематериальных активов в стратегические приоритеты компаний уже трансформировали сложившиеся в мире и в России представления о роли и предназначении PR, напрямую связанных с управлением нематериальными активами. Так, немаловажным открытием для российских PR-специалистов стало участие в Первом Всемирном саммите Международного комитета ассоциации компаний-консультантов в сфере связей с общественностью (1998 г., Швейцария). Серьезным толчком вперед в практике, впрочем, как и в науке, стал один из докладов участников саммита, в котором прозвучала ключевая мысль: «За последние пятнадцать лет доля стоимости репутации в общей стоимости западных компаний выросла с 18 до 82 процентов. То есть если компания стоит 40 миллионов долларов, это всего 7,2 миллиона материальных активов и 32,8 миллиона репутации» [4]. Данные другого доклада свидетельствовали, что «снижение индекса репутации фирмы всего на один процент дает падение ее рыночной стоимости сразу на три процента» [Там же].

Вместе с этим произошла и переоценка роли нематериальных активов, значение которых возросло в несколько раз, учитывая последние перемены, происходящие в информационном обществе. Эти изменения обусловили расстановку приоритетов на «неосязаемые» активы предприятия: имидж, репутацию, бренд и многие др. Объяснить такое распределение соотношений между материальными и нематериальными активами возможно, оценивая перспективы дальнейшего существования и развития организации, так как стабильность и развитие компании

может обеспечить наличие не только материальных, технических, финансовых и прочих ресурсов, но и размер ценности нематериальных активов, которые в состоянии обезопасить данное предприятие от определенного количества ошибок, которое оно может допустить без риска потери существенной части своей целевой аудитории. Второй момент — значительно возрастает роль нематериальных активов и в процессе оценки стоимости компании. В условиях жесткой конкуренции ресурсы неосязаемого характера могут обеспечить компании стабильное получение доходов на рынке. А в некоторых случаях результат оценки всех объектов интеллектуальной собственности превышает стоимость материальных активов компании.

Вышесказанное непосредственно отразилось на пересмотре участниками профессионального сообщества концепции и миссии медиаизданий. В частности, коррекции подверглось общее понимание базисных функций СМИ. В результате все большее значение приобретают задачи по созданию и поддержанию доверительных отношений с реальной и потенциальной аудиторией, привлечению рекламодателей, партнеров, формированию имиджа, репутации и бренда периодического издания. Таким образом, медиаиндустрия как динамично развивающаяся система претерпевает изменения, которые меняют сущностные характеристики данной сферы и способствуют практическому переосмыслению специфических свойств и особенностей функционирования средств массовой информации в совершенно иных обстоятельствах.

Оценка и верификация деятельности современных средств массовой информации показали, что большинство существующих изданий отличаются традиционные подходы к видению своего предназначения на рынке. Из этого следует, что игнорирование качественных и количественных преобразований на медиарынке заведомо обрекает СМИ на неконкурентоспособность, вследствие чего оно рискует потерять определенное число читателей, зрителей или слушателей. Решение обозначенной проблемы возможно в том случае, если издания станут концентрировать внимание на комплексном использовании технологий и инструментов коммуникации, которые в совокупности могли бы обеспечить продвижение и поддержание позитивного имиджа, надежной репутации и бренда издания, его грамотное позиционирование на информационном рынке.

Научная рефлексия коммуникационного дискурса является важным этапом в изучении специфического изменения комплекса технологий и инструментов как фундаментальных элементов коммуникационной политики современных СМИ.

Исследование методологических основ современного мейнстрима в средствах массовой информации позволяет констатировать, что понятие «конвергенция» в отношении медиасферы является преобладающим и определяет актуальные сценарии развития и будущее СМИ. Само понятие «конвергенция» (от лат. *convergo* — приближаюсь, схожусь) достаточно широкое. Оно связано не только с появлением цифровой площадки для обмена данных через унифицированные каналы передачи информации, но и слиянием смежных видов массовой коммуникации: журналистики, маркетинга, рекламы, *public relations* и др. Анализ профессиональной прессы, наиболее полно отражающей научный и практический уровни осмысления проблемы, дает представление о содержании и направленности трансформации самого

профессионального сознания, неизбежно отражающегося на теоретическом уровне разработки темы и различных моделях актуальной медиапрактики.

Так, Е. Л. Вартанова в своем труде [2] утверждает, что в ближайшие десятилетия конвергенция может полностью изменить не только системы средств массовой информации и коммуникации, но и связанные с ними индустрии. Во-первых, это произойдет посредством слияния технологий. В основе технологической конвергенции медиа лежит процесс «дигитализации» (от англоязычного термина *digitalisation*, который обозначает перевод содержания СМИ во всех его формах — текстовой, графической, звуковой — в цифровой формат). Во-вторых, конвергенция — это слияние различных и разобщенных медиа. Передача функций одних СМИ другим, «перемена ролей» у разных каналов коммуникации, возможность получать одинаковые содержательные продукты разными каналами — все это радикально меняет прежние представления о каналах коммуникации и информации. Сближение различных СМИ, появление общих для разных каналов содержательных продуктов ведет к рождению новых интегрированных жанров. Таким образом, за счет перевода информации в цифровую форму происходит унификация каналов передачи информации и тем самым уравниваются различные форматы информации. В-третьих, конвергенция — это слияние рынков в один общий, на котором неразрывными связями скрепляются мультимедийные услуги, сетевое обслуживание, создание программных продуктов. В связи с этим общепризнанным является факт: Интернет — основной локомотив конвергентных процессов и одновременно плацдарм, на котором они разворачиваются.

Конвергенция технологий, приводящая к существенному «перераспределению ролей» в традиционных СМИ, изменяет роль аудитории. По мнению ученых, из пассивной и безликой массы, которая терпеливо потребляет предлагаемое ей содержание, она преобразуется в довольно конкретные группы, информационные потребности и коммуникационные привычки которых могут быть определены весьма точно. Но кроме этого аудитория конвергирующихся СМИ приобретает еще одну ключевую особенность. Интерактивность новых медиа предоставляет традиционному потребителю СМИ безграничные возможности выбора содержания. Но одновременно с этим пользователь онлайн-медиа становится отчасти редактором, а отчасти — даже создателем новых содержательных продуктов. В его лице объединяются и потребитель, и производитель, интегрируются различные роли и функции, прежде разделенные.

Подобная многомерность анализа конвергенции как ключевого явления процесса трансформации современных СМИ в условиях информационного общества позволяет рассматривать его в качестве фундаментального методологического основания «новой теории новой журналистики в новом обществе» — проблемы, поставленной отечественными теоретиками СМИ еще в самом начале 90-х гг. минувшего века. Правда, провидцам смены ролей российскими СМИ в силу объективных причин не дано было заранее смоделировать содержание и направленность предстоящих изменений. Впереди — почти два десятилетия активного противостояния СМИ, рекламы и PR, поддерживаемого искусственными и нередко — деструктивными усилиями самих профессиональных сообществ — журналистского, рекламного и связей с общественностью,

направленными на поиск самоидентификации профессиональных пространств, методов, сфер влияния.

Вхождение России в мировое информационное пространство и динамичное развитие информационного общества неизбежно скажутся на содержании исследовательских программ теоретиков СМИ, значительно расширят объектную и предметную области их научных интересов. В связи с этим можно констатировать формирование новой информационно-коммуникативной парадигмы медиа, где конвергенция как процесс интеграции нивелирует дистанционные границы между средствами массовой коммуникации. Журналистика, представляя собой только один из элементов целого комплекса интегрированных коммуникаций, постепенно «растворяется» в смежных видах массовой коммуникации: маркетинговых, рекламных, публичных рилейшнз, интернет-коммуникациях и др.

Апробация данной исследовательской идеи проводилась авторами с использованием качественно-количественных характеристик контент-анализа [1]. Эмпирическую базу составили публикации по данной теме за 2007–2012 гг. в двух профессиональных изданиях — журналах «Журналист» и «Вестник Московского университета» (серия «Журналистика»). Предмет исследования непосредственно связан с анализом проблематики научных статей и публикаций теоретиков и практиков, имеющих отношение к трансформации системы массмедиа под влиянием конвергенции.

Анализ показал, что научные статьи «Вестника Московского университета» характеризуются сакраментальными подходами в констатировании и исследовании данной парадигмы. Представленные в статьях традиционные взгляды относительно качественных преобразований в массовых коммуникациях недостаточно отражают современные тенденции в развитии медиаиндустрии. Как правило, анализируя современные СМИ, авторы ссылаются на мнение теоретиков и практиков, которые отмечают, что «чистой» журналистики становится все меньше. В одном из интервью председатель Союза журналистов России Всеволод Богданов высказал мысль о том, что журналистика на информационном пространстве России занимает маленькое место. По официальным исследованиям, на журналистику как таковую в СМИ приходится от 3 до 12 % площади. Исследователи не видят журналистику ни в газетах, ни в журналах, ни на ТВ, ни на радио.

В «Журналисте», напротив, представлен богатый спектр материалов, имеющих отношение к конвергенции СМИ. Журнал более оперативно реагировал на изменения, происходящие в сфере массмедиа.

Большинство авторов характеризуют тему конвергентных СМИ как весьма популярную наряду с прогнозами развития печатных СМИ в ближайшее время. Переход на новые бизнес-модели, технологии и форматы невозможен без оптимизированной маркетинговой политики, которая смогла бы адаптировать традиционный издательский бизнес к новым условиям цифровой медиасреды, выстроить эффективные отношения с читателями и рекламными клиентами, правильно позиционировать себя на фоне ТВ, радио, Интернета и стремительно растущих «новых медиа».

Появление конвергентных СМИ связано с изменениями модели потребительского поведения целевой аудитории и переводом информации в цифровую форму.

СМИ выступают одновременно как: инструмент доступа рекламодателей к аудитории (аудиториям); источник информации и знаний; инструмент формирования общественного мнения (создание, управление, манипулирование); индустрия свободного времени (важная форма проведения досуга). Таким образом, будущее и успешное развитие СМИ тесно связано с активным внедрением новых технологий, охватом всех возможных каналов распространения информации, а также созданием новых эффективных моделей взаимодействия как с аудиторией, так и с рекламодателями.

Публикации, отражающие подобный, истинно инновационный подход к решению неотложных проблем СМИ, могли бы расцениваться как прорыв одиночек, если бы не ставшая стратегическим направлением в управлении состоянием российского медиарынка политика ряда профессиональных сообществ — журналистского, маркетингового, рекламного, связей с общественностью и др. Создавая условия для реального взаимодействия средств массовой коммуникации (СМК), они давно приняли на вооружение один из самых продуктивных методов PR — регулярное проведение профессиональных конкурсов, назначением которых является наиболее профессиональная и авторитетная оценка современных достижений отечественного медиабизнеса, креативных (творческих) решений в современном маркетинге. Так, ежегодными стали конкурсы Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) — национальная премия в области медиабизнеса «Медиаменеджер России» и «Лучшее копоративное медиа», Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО) — «Серебряный лучник». Союз журналистов учредил не один десяток конкурсов, активными участниками которых являются специалисты в области рекламы, маркетинга, связей с общественностью. Премии присуждаются топ-менеджерам средств массовой информации, маркетинговой, рекламной и PR-индустрии за профессионализм и неординарный подход в менеджменте. Усилия российского Союза журналистов, РАСО, АКАР, УОЮО и других профессиональных сообществ стали неотъемлемой инфраструктурой медиарынка. Одним из учредителей национальной премии РАСО является Союз журналистов России, а конкурс «Информационное партнерство: власть, общество, СМИ», учрежденный Союзом журналистов, в большей степени отражает сущность деятельности в сфере связей с общественностью, поэтому предполагает активное участие пресс-служб.

На основании анализа статей в профессиональных изданиях можно сделать ряд выводов относительно того, каково содержание представлений теоретиков и практиков СМИ о процессах конвергенции в медиасфере:

— уровни теоретического и практического осмысления процесса конвергенции пока неадекватны реальному содержанию и направленности изменений. Если практика, реализуя стратегии развития, в основном ориентируется на метод проб и ошибок, то теория довольствуется преимущественно умозрительным, порой далеким от практики анализом ситуаций, лишенным прогноза и обоснованных рекомендаций;

— дальнейшее эффективное развитие журналистики как средства массовой коммуникации должно быть адекватно содержанию и направленности развития других видов СМК — рекламы, связей с общественностью, промоушн, прямого

маркетинга, ВТЛ и др., что предполагает принятие их в качестве ключевого инструментария деловой политики журналистики и организацию продуктивного взаимодействия в контексте интегрированного комплекса маркетинговых коммуникаций (ИМК);

— конвергенция непосредственно влияет на выбор обоснованных коммуникативно-управленческих стратегий в сфере СМИ, в частности, конвергенция как процесс создания единой цифровой площадки для обмена данными с помощью унифицированных каналов передачи информации. В Интернете сокращается коммуникативная дистанция между журналистом и читателем, что способствует размытию границ абстрактного представления об издании. В результате СМИ перестает быть явлением «нарицательным» и приобретает более четкие очертания в сознании аудитории;

— успешные исследования в области СМИ, средств воздействия в сфере массовой коммуникации и родственных с ними областей невозможны без учета изменений, происходящих в медиаиндустрии. Конвергенция — это и развивающийся процесс, и процесс, который уже определил направление дальнейшего прогресса СМИ. С полной уверенностью можно говорить о системной трансформации информационно-коммуникативной среды нашей общественной жизни. Делать прогнозы относительно направления вектора развития СМИ представляется возможным, учитывая фрагментарные изменения средств массовой коммуникации. При принятии во внимание всех методологических аспектов, почва для рациональных размышлений в отношении обозначенной парадигмы будет более подготовленной.

---

1. *Большеева С. А., Макиакова А. С.* Представления профессионального сообщества современных российских СМИ о процессах конвергенции медиасферы // Коммуникативно-управленческие стратегии в развитии социальных систем: тенденции, ресурсы, технологии : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2012. С. 72–82.

2. *Вартамова Е. Л.* К чему ведет конвергенция? // Информационное общество. 1999. Вып. 5. С. 11–14.

3. *Герчикова З.* Стоимостное мышление — а приоритет ли это? : [портал iTeam]. URL: [http://www.iteam.ru/publications/strategy/section\\_20/article\\_768/](http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_20/article_768/)

4. *Зотиков А.* PR в квадрате? [Электронный ресурс] // Профиль. 1998. № 4. URL: [http://www.profile.ru/arkhiv/item/41031-items\\_3901](http://www.profile.ru/arkhiv/item/41031-items_3901) (дата обращения: 29.04 2014).

5. *Макаров В. Л.* Экономика знаний: уроки для России [Электронный ресурс] // Вестн. Рос. акад. наук. Т. 73, № 3. URL: [http://www.labrate.ru/articles/makarov\\_knolege-economy-2003.htm](http://www.labrate.ru/articles/makarov_knolege-economy-2003.htm) (дата обращения: 6.05.2014).

6. *Ханнанова Т. Р.* Методологические подходы к оценке человеческого капитала и деловой репутации на основе взаимосвязи в составе гудвилла // Вестн. Башк. гос. аграр. ун-та. 2005. № 8. С. 31–36.

*Статья поступила в редакцию 27.05.2014 г.*

УДК 316.346.2-055.2:028 + 004.773.7

М. Ю. Гудова

## ЖЕНСКОЕ ЧТЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Рассматривается женское чтение в методологии феминистской критики как специфическая социокультурная практика, включающая не только чтение-понимание, но и конкретно-чувственное взаимодействие читателя и текста. Новизна состоит в анализе сетевых женских гипертекстов, обращенных к различным каналам восприятия. Делается вывод, что сетевые женские гипертексты формируют специфический язык женского высказывания и дают дополнительные возможности женской социализации.

**Ключевые слова:** женское чтение; социальные сети; женские сайты; женские форумы; гипертекст.

Один из факторов, радикально трансформировавших современную социокультурную ситуацию чтения, — это доминирование нового субъекта чтения — женщины, предъявляющей к текстам, их языку и способам взаимодействия автора и читателя новые специфические требования.

Проблема женского чтения как проблема философии языка впервые была сформулирована в философии французского феминистского постструктурализма такими выдающимися французскими философами, как Р. Барт, Ж. Бодрийяр, Ж. Деррида, Ж. Делез, Р. Гваттари, Ю. Кристева, М. Фуко.

Развитие теории женского языка, женского письма и женского чтения далее было продолжено феминистской психоаналитической лингвистикой и феминистской критикой в лице Л. Иригэри, Ю. Кристевой, Э. Сиксу, Ш. Фельман и др.

Рефлексируя собственную практику чтения, Э. Сиксу выделяет важнейшие способы выбора тех текстов, которые входят в круг ее чтения. «Тексты, зовущие меня, разноголосы, но есть между ними и нечто общее, одна мелодия, один тон, на который я настроена, и в этом весь секрет» [2, 3]. Делая выбор текстов для

---

ГУДОВА Маргарита Юрьевна — доцент, кандидат философских наук, доцент кафедры этики, эстетики, теории и истории культуры Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: MargGoodova@gmail.com).

© Гудова М. Ю., 2014

чтения, Э. Сиксу опирается не на доводы разума, а на единство интонационного тона внутреннего мира своей личности и интонационного тона произведения. Обосновывая свой читательский выбор, Элен Сиксу говорит: «Писатели, которых я люблю, не поднимаются, а спускаются, они — исследователи глубин. <...> все, кого я упомянула, кого я люблю, упрямо пишут об этой истине-на-глубине, вкладывая в ее поиски невероятный труд; они сражаются со стихиями, со властями и с началами, с неисчислимыми внутренними и внешними врагами. Внешние — это сплетни и шумопроизводящие машины, мешающие нам слышать голос истины. Внутренние враги... это наши страхи, то, из чего мы сделаны: наша слабость» [2, 5]. В процессе чтения Э. Сиксу ищет в читаемых текстах силу, которая компенсирует женские слабости; об этой силе и этих слабостях знают только женщины, поэтому Сиксу предпочитает читать тексты, написанные женщинами и для женщин.

Люси Иригарэ, анализируя женское письмо и женское искусство, задается вопросами о том, почему искусство, созданное женщинами, «воплощает скорбь, страдание, взвинченность и уродство, а не счастье, удовольствие, праздность, негу? Почему женское искусство, как правило, выставляет на всеобщее обозрение муки и измученность?». Ответ на эти вопросы Л. Иригарэ видит в потребности отчуждения/вытеснения женской травмы: «Преодолеть себя, высказать публично индивидуальные и коллективные беды — одно это уже дает терапевтический эффект, высвобождает тело и предоставляет возможность начать новый отсчет времени» [1, 418]. Исповедальность женского чтения, приобретение опыта прочитывания и проговаривания глубоко личного и вытесняемого в обычных практиках общения содержания мысли с неизбежностью вызывает потребность в чтении текстов, созданных женщинами, имеющими сходный жизненный опыт, обладающими «женской», прощающей точкой зрения на проблемы и наделяющими читательниц возможностью обсуждения своих личных бед.

Люси Иригарэ подвергает жесткой критике мужское письмо и предлагаемые для женского чтения тексты, написанные мужчинами: «Мы, женщины, до сих пор заключены в чуждые для нас формы... Может быть, разрушая стены навязанных нам форм, разрывая оковы, мы обнаружим то, что в нас осталось от плоти. Как мне представляется — именно в цвете сохраняется жизнь — жизнь вне готовых форм, вне истин и верований, вне испытанных радостей и перенесенных страданий» [1, 419]. Женское чтение, таким образом, у Л. Иригарэ связано с поиском новых форм культурной презентации — новых форм бытия и новых форм представленности в этом бытии. Одной из таких новых форм социальности, соотношения пола и гендера, образования и воспитания является, на наш взгляд, Интернет, и интересно выяснить, как «женское чтение» использует возможности новой социальности вне пола и только лишь с гендером. А с другой стороны, когда Л. Иригарэ утверждает, что «наше творчество требуется и современному миру, серому, абстрактному, расколотому. И даже если этот мир отказывается признавать, что наше творчество ему необходимо, мы, женщины и матери, должны сделать свой вклад, помочь жизни не только природной, но и духовной. В этом смысле красота наших творений, оставаясь природной, поможет переходу от природы к духу» [Там же, 421], то разнообразные проявления этого творчества мы можем видеть

в разнообразных мультимедийных текстах современной электронной культуры, в их богатом декорировании, в текстах, существующих в сочетании вербальности и визуальности, женского авторства и женского чтения.

Феминистская критика в лице Ш. Фельман, возвращаясь к традиционному пониманию женского чтения как чтения женщинами, делает достаточно радикальные выводы о процессе чтения исходя из традиционных социологических понятий. Один из главных вопросов, который задает Ш. Фельман, — это вопрос о том, чего желает женщина и чего желает читающая женщина. Ш. Фельман утверждает, что для того, чтобы ответить на вопрос о том, чего желает женщина, нужно дать ответ на вопрос о сущности женщины, о том, кто она есть, кем она является. Размышляя над этими вопросами, критик замечает, что Фрейд однозначно отождествлял женщину с материнством, а значит, не только не различал пол и гендер, но и отождествлял сексуальность и репродуктивность. Как считает Ш. Фельман, именно репродуктивность отличает, по Фрейду, женщину от девочки и женщину от мужчины. Кроме того, анализируя различия мужской и женской репродуктивности, Ш. Фельман заявляет, что в мужской сексуальности и репродуктивности Фрейд видит активное, творческое, порождающее, иницилирующее начало, а в женской сексуальности и репродуктивности — пассивное, исполнительское начало. Соответственно, Фельман полагает, что сущность женщины и женского желания Фрейд видит в том, чтобы женщине быть дочерью, женой и матерью, т. е. женщина якобы всегда желает того, чего желает мужчина. Сама же Ш. Фельман утверждает возможность непатриархального, феминистского взгляда на женщину. Женщина есть то, что она есть, и она желает быть такой, какова она есть. Женская сексуальность не есть то же самое, что и женская репродуктивность. Отождествлять женщину и материнство, тем более определять женщину и ее желание через материнство — патриархальный, фрейдистский подход, который Ш. Фельман подвергает решительной критике [5, 208].

Автономность женского субъекта и женского желания приводит, по мнению Ш. Фельман, к автономности женщины как субъекта культуры, и в том числе как субъекта чтения. Как субъект чтения женщина вольна самостоятельно выбирать предмет чтения, самостоятельно воспринимать и интерпретировать текст.

Как пишет Ю. Кристева, Ш. Фельман утверждает женскую сущность в «неразделимом единстве жизни — взгляда — речи» (*indivisible unity of life-look-speech*) [6, 315–316]. В искусстве это воплощается в «триединстве жизни — видения — значения» (*life — vision — meaning*) [Там же, 316]. Вопрос о подлинности в искусстве состоит в том, что если подлинное содержание истории травматично и свидетели истинно происшедших событий утратили дар речи, то может ли искусство показывать и обсуждать травматические события с их свидетелями и участниками и показывать и говорить о них другим? Ю. Кристева утверждает, что Шошанна Фельман обнаруживает возможность демонстрации и обсуждения вытесняемого сознанием травматического содержания женской истории (*not history, but herstory*) только в рефлексивном и условном искусстве. Такое экзистенциально-женское искусство, по мнению Ю. Кристевой, способно воскресить для современной культуры библейские послания и спасти культуру. Если искусство хочет открывать истины, оно должно быть «женским» [Там же, 318].

Женское чтение — это процесс, сущностью которого является деконструкция бинарных оппозиций: в этом процессе снимается противостояние не только оппозиций, характеризующих особенности художественной коммуникации, — автора и читателя, читателя и героя, героя и персонажа, разглядывания и обдумывания, вербального и визуального, листания и слушания, оценки и ценности, подлинности и истинности, но и оппозиций, на которых строится сама художественная реальность: культура/природа, пространство/время, мужское/женское, взрослое/детское, жизнь/смысл, прекрасное/безобразное, реальное/воображаемое.

Если Э. Сиксу утверждает, что женское чтение деконструирует фундаментальные оппозиции классической культуры, в том числе разрушением доминанты рациональности, разумности, и обвиняет логоцентризм в утверждении фаллокра­тизма, то Л. Иригарей предлагает один из рецептов преодоления логоцентризма — использование колорита, иллюстраций, других невербальных средств выразительности. Она считает, что визуальные эффекты служат разрушению монополии слова и разума, создают многообразные полифонические и полиморфные каналы трансляции социокультурной информации. Женское чтение, которое на практике соединяет не только чтение-размышление, но и чтение-иллюстрирование, чтение-раскрашивание, а также чтение-листание, чтение — разглядывание иллюстраций, фотографий, цветных вкладок и т. д., чтение — дегустирование запахов и т. д., тем самым разрушает привычную патриархатную модель работы ума и чтения.

Соединение чтения с процессами, доставляющими наслаждение, воплощающими женскую природу, — с чувственным наслаждением информацией от различных каналов восприятия, не только зрения, но и обоняния, слуха, осязания, — все это предуготовило восприятие чтения в современных техниках, когда чтение включено составной частью в процессы взаимодействия информационного суперхайвея и его читателей.

Не случайно женское чтение как феминистская практика преодоления оппозиций становится доминирующей практикой среди практик мужского или детского чтения, и в том числе в сфере Интернета, где, как провозгласил феминистский портал, «равенство... уже наступило» [4]. В Интернете женщины создают разнообразные площадки для чтения — женские сайты, форумы, женские блоги и женские посты в социальных сетях [3].

О чем пишут и читают женщины в социальных сетях в России, есть ли какая-либо специфика в этих текстах?

Женские страницы в социальных сетях, таких как Odnoklassniki.ru, Vkontakte.ru, Facebook.ru, Professionaly.ru, отличаются, во-первых, характером текстов — это мультимедийные гипертексты, включающие достаточно краткие вербальные тексты, ритмичные и энергичные, содержащие отсылки к другим текстам. Главное отличие женских записей в социальных сетях состоит в том, что они могут содержать только визуальный текст: фотографии, видеозаписи, рисунки. Они могут быть оформлены в «женских» жанрах — «линейки», «медали», «сердечки», «открытки».

Во-вторых, женское чтение в сетях отличается характером ссылок. Как правило, они делаются не только на хранилище информационных файлов, таких как статьи в сетевых газетах и журналах, новости, прогноз погоды, курс валют, но и,

главным образом, на интерактивные сервисы, такие как свадебный калькулятор, счетчик калорий, словарь иностранных слов, конкурсы среди пользователей, обучающие программы, а также полезные консультации специалистов: детский врач, диетолог, семейный психолог, стилист, косметолог, бухгалтер, юрист и др.

В-третьих, женские записи в социальных сетях носят разнонаправленный характер: это и презентация личных (семейных) достижений, и презентация социальной активности и успешности, и продвижение бизнес-проектов, и формирование индивидуального имиджа для профессионального окружения, и, реже, обсуждение личных проблем, обращение за советом, просьбы о помощи.

В-четвертых, женские записи в социальных сетях имеют ярко выраженную направленность на интерактивное взаимодействие, не только на прочтение, но и на одобрение, поддерживающий идею комментариев, положительную оценку («Мне нравится»).

Обязательной составной частью женских записей в социальных сетях является наличие публичных обсуждений личных (семейных) проблем или достижений. Социальная значимость публичного обсуждения традиционных «женских» тем, проблем и бед состоит в том, что личная тема оказывается общей, проблема находит решение в общей дискуссии. В тяжелой ситуации женщина, поднявшая тему, получает советы, а также действенную помощь от читательниц. Социальные сети становятся новой формой женской солидарности: взаимной психотерапии и взаимной помощи.

Популярным женским чтением в социальных сетях являются разделы блогов, например, такие как [belonika.livejournal.com](http://belonika.livejournal.com), [t-yumasheva.livejournal.com](http://t-yumasheva.livejournal.com), [hakamada-irina.livejournal.com](http://hakamada-irina.livejournal.com), [evelinakhromtchenko.com](http://evelinakhromtchenko.com). Каждый женский сетевой дневник не похож на другой. Это разнообразие делает их привлекательными для читательниц. Сетевой дневник Эвелины Хромченко использует доминанту визуальности, это фотовидеодневник не только эксперта в мире моды, но и мировой индустрии красоты в целом. Сетевой дневник Татьяны Юмашевой — это виденье политической истории страны во времена правления Ельцина глазами близкого к президенту человека, а потому этот дневник эмоционально окрашен, включает личные записи, фотографии из домашнего фотоархива, ссылки на архивные газетные статьи и книги. Это один из немногих примеров политической истории, написанной женщиной. Сетевой дневник Вероники Белоцерковской соединяет личный дневник с элементами художественного восприятия (словесного и графического) и публичного продвижения личных бизнес-проектов. Ирина Хакамада в своих записях более разнообразна: это и политические прогнозы, и отзывы на просмотренные фильмы и спектакли, и некролог любимой актрисе, и продвижение собственного бренда, и заметки про стиль и про спорт, и многое другое, о чем размышляет активный общественный деятель.

Какими бы разными ни были женские сетевые дневники, все они представляют собой пространство личного высказывания, сделать которое в публичной сфере невозможно, поскольку оно передает особый женский взгляд на события личной и общественной истории. Женское сетевое чтение формирует особый женский язык. Женский язык сетевых текстов отличается эмоциональной окрашенностью, ритмической сложностью и насыщенной визуальностью, т. е. триединством

жизни — взгляда — речи, внутренним полиморфизмом. Читателями сетевых женских историй выступают как женщины, так и мужчины. Сетевые дневники популярных женщин-блогеров пользуются большим интересом читателей, которые не только читают тексты, но и просматривают фотографии и видеоролики, рисунки и открытки, дают комментарии, задают вопросы авторам дневников, вступают в полемику с ними. Тем самым в практике чтения блогов устраняется дистанция между автором и читателем, между словом устным и письменным, между текстом вербальным и визуальным, между мужской (*history*) и женской историей одних и тех же самых событий (*herstory*).

В итоге мы видим, что женские записи и женское чтение в социальных сетях в Интернете воплощают все основные идеи феминистской литературной критики: они являются сложными полиморфными гипертекстами, создают пространство для женской исповеди, формируют специфический язык, используемый для передачи историй и для их комментария. Кроме того, женские порталы служат утверждению не только женской природы, но и женской социальности. Уделяя огромное внимание организации женского общения, женские страницы в социальных сетях дают своим читательницам не только информацию, полезные советы, но и психологическую разгрузку, отдых. Женское чтение в социальных сетях — это надежный механизм организации общения, компенсации недостатков общения в реальной жизни и развития женской социальности и солидарности.

---

1. *Иригарэ Л.* Как нам создавать свою красоту // Гендерная теория и искусство : антология 1970–2000 / под ред. Л. М. Бредихиной, К. Дипуэлл. М., 2005. С. 417–421.

2. *Суксу Х.* Три ступени на лестнице литературного творчества // Гендерные исследования. 2003. № 9. С. 3–15.

3. *Смеюха В. В.* Процессы идентификации и женская пресса. Ростов н/Д, 2012.

4. *Смирнова О. В.* Феминизация Интернета: тенденции и прогнозы. [Электронный ресурс] // Медиаскоп. 2009. Вып. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/271> (дата обращения: 03.07.2014).

5. *Felman Sh.* What Does a Woman Want? // The claims of literature: a Shoshana Felman reader / ed. by E. Sun, E. Peretz and U. Baer. 1<sup>st</sup> ed. N. Y., 2007. P. 201–210.

6. *Kristeva J.* For Shoshanna Felman: Truth and Art // The claims of literature: a Shoshana Felman reader / ed. by E. Sun, E. Peretz and U. Baer. 1<sup>st</sup> ed. N. Y., 2007. P. 315–322.

*Статья поступила в редакцию 02.09.2014 г.*

УДК 7.036(470.54-25)(061)

Л. Э. Старостова

## **УРАЛЬСКАЯ ИНДУСТРИАЛЬНАЯ БИЕННАЛЕ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА КАК ПОИСК ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ\***

Предметом статьи является Уральская индустриальная биеннале, проблематизируемая в контексте брендинга Екатеринбурга. Опираясь на понятие идентичности, разработанное в теории территориального маркетинга, автор делает попытку обозначить потенциал уральской биеннале в формировании идентичности Екатеринбурга.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** биеннале; идентичность; территориальный брендинг; коммуникация; индустриальное; город.

В 2010 г. в Екатеринбурге впервые состоялась Уральская индустриальная биеннале (УИБ) современного искусства. В 2012 г. прошла вторая биеннале. Это событие вызвало неоднозначную реакцию со стороны местного сообщества. Многие просто не понимали выставленных арт-объектов. Вопрос оправданности этого мероприятия приобрел остроту еще и в связи с тем, что опыт проведения выставок современного искусства уже имеется у соседнего с Екатеринбургом города — Перми. Как и Екатеринбург, Пермь — город советской индустриализации со сформированным ею менталитетом жителей. Поэтому пермское локальное сообщество в штыки встретило идею московского галериста М. Гельмана о позиционировании Перми как культурной столицы через выставки современного искусства, мало понятного горожанам.

У УИБ история немного другая. Она изначально позиционирует себя как индустриальная, тем самым ограничивая смысловую рамку художественных проектов исторической идентичностью города.

В январе 2013 г. Вторая Уральская биеннале современного искусства была награждена премией «Серебряный лучник» в номинации развития и продвижения территорий. Целью данной статьи является выяснить, насколько Уральская биеннале решила задачу «размещения города на карте мира» [8]. Причем речь здесь должна идти не просто об имени города, а об определенной идентичности, поскольку в противном случае города в коммуникационном пространстве как такового нет.

### **Понятие идентичности в теории территориального брендинга**

Тема идентичности места стала предметом многочисленных исследований в проблемном поле брендинга территорий. Брендинг территорий как маркетинговая стратегия предполагает формирование и трансляцию целевым аудиториям

---

\* Статья подготовлена при поддержке гранта РГНФ № 14-13-66011.

уникального образа места с целью привлечь к нему инвесторов, жителей, туристов. С точки зрения теоретиков геобрендинга определение и трансляция локальной идентичности составляют атрибут территориального брендинга (Г. Эшворт, М. Каваратзис, А. Стась, Д. Визгалов, Кан-Сень Оой). По мнению Г. Эшворта (Ashworth) и М. Каваратзиса (Kavaratzis), «место должно дифференцироваться через уникальную идентичность бренда, если оно хочет, во-первых, восприниматься как существующее, во-вторых, обладать конкурентными преимуществами в глазах потребителей и, в-третьих, потребляться в соответствии со своими целями» [24, 510]. Брендинг мест сформировался на основе концепции корпоративного брендинга, когда бренд компании выступает как зонтичный бренд по отношению к набору ряда брендированных продуктовых линеек. Поэтому, так же как и в корпоративном брендинге, территориальный бренд складывается из комплекса коммуникативных элементов — суб-брендов.

Понятие идентичности в теории брендинга места стало одним из ключевых. Например, С. Анхольт построил свою теорию национального брендинга на понятии конкурентной идентичности [16, 25].

Особенностью территориального брендинга является то, что состав субъектов бренда и целевых аудиторий более сложный, чем в корпоративном брендинге. Одной из ключевых аудиторий являются жители, которые конструируют образ места в ходе своей повседневной жизни. Идентичность включена в относительно замкнутую систему взаимодействия жителей с городом в различных его проявлениях (публичные пространства, дворы, дома, названия улиц и т. д.), оседая в символический капитал города [2, 39]. Идентичность формируется и хранится в местном самосознании. Сила или слабость идентичности города измеряется в таких параметрах, как уникальность, тождественность восприятия, позитивность восприятия, сплоченность городского сообщества [Там же].

Для жителей большое значение приобретает общий опыт места, ведь именно этот опыт аккумулирует культурные характеристики места: «чувство места основывается на уникальности опыта места и, в свою очередь, создает его» [17, 155].

Как видно из приведенных выше цитат, многие авторы рассматривают идентичность места как некое общее ощущение, складывающееся в ходе повседневной жизни.

Однако с позиций территориального брендинга идентичность становится предметом сознательного управления. М. Каваратзис и М. Джо Хатч (Jo Hatch) считают, что «территориальная идентичность должна рассматриваться больше как комплексный процесс конструирования идентичности, чем как специфический результат такого процесса» [25, 71]. Идентичность не может рассматриваться изолированно от брендинга, поскольку она формируется в процессе брендинга.

А. Каландидес (Kalandides) считает, что идентичность места постоянно изменяется, поскольку формируется в системе ряда отношений, он выделяет пять компонентов территориальной идентичности: имидж места, его материальность (здания, улицы и т. д.), институции (законы, организации и т. д.), отношения (гендерные, производственные, властные, классовые и т. д.) и люди и их практическая деятельность (традиции, повторяющиеся действия, повседневная жизнь и т. д.) [23]. М. Каваратзис и М. Джо Хатч отвергают понимание идентичности как

объекта манипуляции. С их точки зрения брендинг есть «набор взаимосвязанных коллективных суб-процессов» [25, 7], поскольку в процесс брендинга включены различные стейкхолдеры, вступающие в диалог друг с другом. Идентичность вызревает на основе соприкосновения их точек зрения: «поскольку бренды создаются из “сырья” идентичности и идентичность возникает в диалоге между стейкхолдерами и на основе того, в чем они согласны между собой» [Там же, 82].

Таким образом, идентичность места является основанием бренда территории, включает в себя его уникальные качественные воспринимаемые характеристики, выявленные и транслируемые в коммуникациях бренда. Идентичность зачастую имеет исторические предпосылки и складывается в опыте повседневной жизни. Вместе с тем с точки зрения организационного подхода территориальная идентичность динамична и формируется в процессе диалога стейкхолдеров о сущности и преимуществах места, когда местное сообщество пытается концептуализировать позиционирование территории и выразить его в бренде.

Конкретных инструментов выявить и транслировать локальную идентичность в бренде существует множество. Одним из них является инициация событий.

### **Биеннале как глобальное событие**

**Понятие «биеннале».** Биеннале представляет собой разновидность глобальных событий, поскольку является международной выставкой современного искусства, проходящей один раз в два года. Богатый мировой опыт проведения биеннале продемонстрировал широкую вариативность использования данного типа событий как инструмента решения различных задач.

Исторически городом — основателем биеннале стала Венеция, в которой это событие впервые прошло в 1895 г. и стало способом репрезентации наций через их художников. Венецианская биеннале создала развитую инфраструктуру национальных павильонов, выражающую идею интернационального диалога. Эта модель потом неоднократно повторялась: Парижская биеннале (1959), биеннале в Сиднее (1973).

Биеннале непосредственно связаны с практикой современного искусства. Сама ситуация, которую создает биеннале, формирует особые отношения по линиям «зрители — объекты, один объект — другой объект, все эти элементы и пространство, архитектура, культурная и институциональная история» [20, 15]. Таким образом, биеннале есть институционально организованное событие, призванное служить катализатором процессов коммуникации, в которую вовлекаются зрители, художники, кураторы, среда и история, предметным же основанием этой коммуникации выступает современное искусство.

Дискуссии в проблемном поле биеннале проходят в основном по поводу вопроса о том, как влияют на саму биеннале цели, которые преследуют ее организаторы. Изначально биеннале служили организационной формой для глобального современного искусства, так они давали возможность неизвестным художникам получить всемирное признание. Но как явление международного уровня биеннале сегодня рассматривается также в контексте глобальной политики: и как инструмент культурного доминирования западных стран, и как средство

позиционирования в этом контексте стран третьего мира. В этом смысле биеннале есть коммуникационное средство, своеобразная форма делания заявлений со стороны и в адрес международных сообществ [21].

Поэтому уже перестал быть спорным вопрос, считать ли биеннале феноменом сугубо искусства или она выходит за пределы художественной практики и, собственно, порождена требованиями социального порядка.

Особенности организации выставочного пространства на большинстве биеннале также стали объектом критики. Согласно позиции Е. Филипович (Filipovic), эстетика выставочного пространства, сформировавшаяся в модернистской традиции и ориентированная на абстрагирование выставочной среды в форме белых стен, образующих квадрат (так называемый белый куб (White Cube)), уже изжила себя, но продолжает использоваться в практике современных биеннале. По мнению Е. Филипович, кризис биеннале кроется не в широком распространении, а в распространении формы, которая не меняется в большинстве случаев [19, 341].

**Типология биеннале.** Богатый опыт проведения биеннале в различных городах мира позволил М. ван Хал выявить основные подходы к использованию данного выставочного формата, различия в которых обусловлены целями, преследуемыми инициаторами биеннале:

1. *Инициативы художественного сообщества.* Эти биеннале призваны содействовать распространению художественных практик, интенсификации диалога художников друг с другом и публикой (Венецианская биеннале).

2. *Реакция на политику Запада.* Эти биеннале отвечали нуждам художников стран третьего мира (биеннале в Гаване и Стамбуле), когда страны третьего мира инициатируют биеннале с целью заявить о себе миру в условиях доминирования Запада (например, Сиднейская биеннале 1973 г.).

3. *Институциональные инициативы.* В эту группу входят биеннале, организованные по инициативе музеев. В этом случае в биеннале интегрируются их художественные экспозиции (триеннале галереи Тэйт Модерн в Лондоне, Берлинская биеннале по инициативе Института художественных работ (Kunst Werke Institute)), а сама биеннале призвана повысить интерес общественности к музейным коллекциям.

4. *Историко-политически мотивированные биеннале.* Эта группа биеннале возникла как реакция на значимые политические события. Documenta появилась как реакция на советское прошлое и была ориентирована на интеграцию немцев в международное сообщество. Manifesta отсылает к падению Берлинской стены.

5. *Экологические биеннале* возникли как реакция на экологические катастрофы. Биеннале в Гюмри, например, помогает армянским художникам и армянской диаспоре показать свое отношение к городу, пережившему землетрясение, и восстановить город как хаб современного искусства, а Проспект Нового Орлеана нацелен на преодоление травмы, нанесенной городу ураганом Катрина.

6. *Государственные и муниципальные инициативы.* Этот тип биеннале работает как инструмент продвижения города. Биеннале в Салониках возникла как реакция греческого Севера на биеннале Юга — Афин. Для Сингапура биеннале значимо как выражение претензии города на статус хаба культуры и мирового искусства. Абу-Даби с помощью развитой системы развлечений биеннале привлекает туристов.

7. *Альтернативные событие*. Эта группа по сути биеннале не является, но использует это понятие, чтобы спровоцировать его критическое переосмысление. Например, 6-я международная Карибская биеннале [22, 20–28].

Итак, говоря о современной биеннале, следует указать ее ключевые признаки:

— биеннале является международной площадкой, преследующей задачу интенсификации диалога художников и общественности в рамках обозначенной организаторами темы, способствующей продвижению малоизвестных художников и созданию арт-инфраструктуры;

— преимущественно художественный способ ведения такого диалога служит катализатору критического осмысления заявленной куратором проблемы;

— международный формат и тематическая привязанность биеннале доказали наличие у этого события высокого коммуникативного потенциала, поэтому биеннале и сегодня реально используются как инструмент коммуникации между инициаторами и группами локальной и международной общественности;

— нередко инициаторами биеннале становятся региональные власти, использующие международный резонанс события для повышения уровня известности своей территории.

Биеннале как глобальное событие способно вызывать широкий информационный резонанс вовне и служить катализатором социальной активности внутри территории. Поэтому биеннале может использоваться как инструмент территориального брендинга.

### **Биеннале как инструмент продвижения территории**

События давно доказали свою эффективность в качестве инструментов продвижения крупных компаний (Кока-кола, Ред булл).

В маркетинге и брендинге мест события также играют далеко не последнюю роль. Туристы, привлекаемые событиями (Октоберфест, Зальцбургский фестиваль, Каннский фестиваль и т. д.), оставляют на территории большие суммы денег, создают рабочие места. Многие города даже сделали ставку на события как на стратегическую платформу своего позиционирования (Эдинбург, Мельбурн, Авиньон).

Если сконцентрироваться на таком аспекте биеннале, как возможность ее использования в системе маркетинга города, то следует обратить внимание на то, какие маркетинговые задачи биеннале способна решать.

Маркетинг города предполагает в конечном счете увеличение прибыли города. Увеличение прибыли возможно в следующих случаях: жителям более комфортно жить и работать в городе с насыщенной культурной жизнью, событие создает новые рабочие места, стимулирует местную экономику, привлекает туристов, повышает узнаваемость города в мировом коммуникационном пространстве.

Когда речь идет о событиях, призванных привлечь внимание к территории, имеется в виду не просто определенная известность, но прежде всего установление ассоциативных связей между местом и его атрибутами с целью извлечения выгод в экономическом и социальном развитии [24, 513]. Эти ассоциативные связи могут развиваться на основе выраженной идентичности.

Д. Визгалов приписывает городским событиям следующие характеристики: уникальность, символичность содержания, имеющая отношение к идентичности города, зрелищность, привлекательность для целевых аудиторий [2, 114]. Выгоды от проведения событий заключаются не только в экономическом эффекте. Они могут быть социальными (рост гражданской активности местного населения) и инфраструктурными.

Анализируя мировой опыт по инициации событий с точки зрения преимуществ, приобретаемых городом, Г. Кларк (Clark) выделяет экономические, социальные и финансовые выгоды. По его мнению, города, иницирующие события, могут преследовать различные цели: использовать событие как катализатор локального развития, обновления инфраструктуры, повышения самосознания местного сообщества [18, 176–177].

Хотя события давно доказали свою способность служить эффективным инструментом городского маркетинга, потенциал влияния события на бренд города зависит и от типа самого события и от того, как именно соотносятся событие и территориальный бренд, включая идентичность места.

При сопряжении глобального события и города возможен ряд проблем. Во-первых, не всегда маркетингизация события в интересах территории идет на пользу самому событию (Абу-Даби). Например, может оказаться ущемленным дискуссионный потенциал биеннале, являющейся дискуссионной площадкой по определению. Во-вторых, при привязке биеннале к конкретному месту большое значение имеет не просто территориальная прописка события, но генерация ключевого сообщения о месте: важно грамотно упаковать в тематику события ключевые атрибуты территориальной идентичности. Например, анализируя опыт Шанхайской биеннале, С. Вотерман (Waterman) относит к слабым сторонам этого события размытость идеи биеннале [26].

В-третьих, как показывает опыт, крупное событие, привлекающее много гостей, более самодостаточно, чем город, в котором это событие проходит. Анализ «переезда» Северного морского джазового фестиваля (North Sea Jazz Festival) из Гааги в Роттердам показал, что новый город только выиграл от этого [15].

Многие биеннале связаны с темой городов и регионов, в которых они проводятся: например, первая Афинская биеннале «Разрушь Афины» (Destroy Athens) была нацелена на изменение стереотипов в восприятии Афин как античного города.

Итак, можно сделать вывод, что глобальные события давно используются городами как средство привлечения к себе внимания и извлечения прибыли от туристов. Для этого биеннале как коммуникативный инструмент должна быть тематически связана с территориальной идентичностью и быть привлекательной как развлечение для туристов. Однако интересы организаторов события и местных жителей нередко приходят в противоречие с интересами администрации города и бизнеса, заключающимися в коммерциализации события, в то время как событие вполне самодостаточно по отношению к городу.

### Уральская индустриальная биеннале в контексте индустриального наследия российских городов

Тема индустриального наследия и постиндустриального будущего российских городов сегодня активно обсуждается среди теоретиков и практиков территориального брендинга в России (Абашев, Тимофеев, Шабурова, Кочухина). Для России эпоха индустриализации тесно сплелась с советскими формами реализации государственной власти, отпечатавшись в гуманитарной истории. И сегодня многие российские города, вступив в эпоху постиндустриального общества на фоне глобализации, оказались в кризисе. Это не только различного рода социальные кризисы, но и кризис идентичности в ситуации, когда крупная промышленность перестала быть экономическим драйвером территории, но сохраняется в качестве инфраструктурного наследия.

Процесс брендинга постиндустриальных городов осложняется двумя факторами: во-первых, отсутствием культурного и исторического наследия, что делает проблематичным формирование уникального образа территории, т. е. выстраивание ее идентичности; во-вторых, наличием сложившейся в индустриальную эпоху местной идентичности, когда местное сообщество идентифицирует себя как службу крупного предприятия [6, 355–356].

Западный опыт демонстрирует успешные примеры конверсии в прошлом крупных промышленных территорий в центры новой креативной экономики (самый знаменитый пример — Рур в Германии). Между тем «если на Западе индустриальные парки являются памятниками прошлому и свидетельствуют о следующем витке урбанизации, то постсоветский индустриальный мусор часто предполагает обратное: деурбанизацию и культурную провинциализацию многих постсоветских городов» [13, 74].

И многие российские города обращаются к разным основаниям конструирования новой идентичности: нравственные ценности, заложенные в семантике названия города (Добрянка Пермского края), культурная столица, центр современного искусства (Пермь), самый чистый город (Челябинск) или город — родина известного сказочного персонажа (Тверь). Иногда города с богатым индустриальным наследием пытаются музеефицировать историю (Нижний Тагил) [12].

Екатеринбург несколько лет назад активно включился в гонку городов мира за известность и привлекательность. В городе уже проводились крупные международные мероприятия. Первым из них стал саммит глав стран Шанхайской организации сотрудничества (ШОС) в 2009 г. В 2018 г. город будет принимать у себя матчи чемпионата мира по футболу, город номинировался на проведение ЕХРО-2020. Все эти действия нашли свое объективное выражение и в том, что в Екатеринбурге стала активно развиваться современная инфраструктура международного делового туризма.

Сегодня в городе активно дискутируется вопрос о его идентичности — исторической и актуальной. Среди самых известных исторических фактов, претендующих на то, чтобы стать основанием идентичности города, — расположение вблизи границы Европы и Азии, расстрел в 1918 г. семьи императора Николая II,

место начала карьеры первого Президента России Бориса Ельцина, центр горно-заводской цивилизации и советской индустриализации, оставившей после себя не только промышленную инфраструктуру, но и архитектурные памятники советского конструктивизма и особый менталитет местных жителей.

*Уральская индустриальная биеннале (УИБ)* — событие, которое состоялось пока только два раза — в 2010 и в 2012 гг. Инициатором данного проекта стал Екатеринбургский филиал Государственного центра современного искусства (ГЦСИ).

УИБ имеет ряд особенностей.

Само название — Уральская индустриальная биеннале — отсылает к теме индустриальной идентичности Урала как крупного индустриального региона.

Слоган первой УИБ — «ударники мобильных образов». Как писали кураторы первой биеннале Е. Деготь, К. Костинас и Д. Рифф, «мы, конечно же, стахановцы. “Ударники мобильных образов” — романтическое название. Почти как “Искатели утраченного ковчега”. Забавная и безопасная (теперь) советская фразеология вкупе с модным кураторским техницизмом» [3, 31].

В Первой Уральской биеннале приняли участие более 250 художников из 59 стран. Они представили около 100 работ. Работы были размещены на основной площадке в здании типографии «Уральский рабочий» (экспозиция «Ударники мобильных образов») и на площадках, отведенных под спецпроекты (выставки принимали Уральский завод тяжелого машиностроения, Свердловский камвольный комбинат, Верх-Исетский металлургический завод, завод «ВИЗ-сталь», Центр культуры Орджоникидзевского района Екатеринбурга) [4].

Бюджет биеннале составил 9,5 млн руб., в основном это была финансовая поддержка Министерства культуры РФ. За месяц, что длилось мероприятие, основную экспозицию «Ударники мобильных образов» посетили не менее 20 тыс. человек [4].

УИБ сделала основой позиционирования Екатеринбурга саму тему напряженного переосмысления индустриального прошлого как главную составляющую резонансного события — публичного диалога художников со всего мира с городской средой. Как утверждала комиссар биеннале А. Прудникова, «биеннале выдвигает на первый план современное искусство в качестве образа мышления, способного активизировать смыслы индустриального наследия, сделать их видимыми и значимыми в культурном пространстве города» [9, 25].

Широкая городская общественность встретила первую биеннале настороженно — город не привык к современному искусству. Поэтому М. Соколовская оценивает УИБ как эффективный инструмент культурной политики, поскольку в конечном счете биеннале должна привести к развитию духа инноваций у местного сообщества [11].

Итак, особенностью Первой Уральской биеннале заключалась в том, что она инициировала дискуссию по поводу индустриального наследия, не пытаясь транслировать готовые интерпретации индустриальной идентичности города.

Вторая УИБ современного искусства проходила с 13 сентября по 22 октября 2012 г. и продемонстрировала большой размах. Ее бюджет составил 18 млн руб: по 5 млн руб. от администрации Екатеринбурга и правительства Свердловской области, а также 8 млн — от Министерства культуры РФ [1].

В 2012 г. биеннале не ограничилась производственными пространствами, теперь она вышла за пределы Екатеринбурга — на площадки нескольких малых городов Урала с индустриальным прошлым. Малые города Урала приняли так называемые арт-резиденции, которые разместились в Первоуральске, Нижнем Тагиле, Невьянске, Верхней Салде и Верхотурье.

Интересным оказался проект уральских резиденций, предполагавший, что каждый из участвующих в нем художников получит в свое распоряжение заброшенный завод в одном из малых уральских городов и сможет свободно распорядиться им в соответствии с собственной художественной концепцией. В результате получилось 6 драматических инсталляций (например, «Заброшенные утопии: верхотурский коньковый завод» Л.Тишкова).

Вторая УИБ «продолжила работать с проблематикой, заявленной в рамках первого мероприятия. Глубокую отнесенность 2-nd UIB к рефлексии по поводу собственной идентичности подтверждает и то, что посетители выставки больше спорили не о художественных проектах, а о местной идентичности: “о произведениях искусства говорят мало, больше — о том, что такое Урал, его индустриальность, и как биеннале моделирует среду”» [10].

Как можно заключить из приводимых цифр, объем финансирования биеннале с годами растет, как и число посетителей. Расширяется и география экспозиций. Между тем нельзя сказать, что на сегодня УИБ работает как коммуникационный инструмент брендинга Екатеринбурга или Урала. Как показал анализ публикаций в мировых СМИ через сервис Google News, информационный резонанс мероприятия незначителен как в России, так и за рубежом (см. таблицу).

#### Ссылки на Уральскую индустриальную биеннале в зарубежных источниках

2010	2012
<a href="http://en.uralbiennale.ru">en.uralbiennale.ru</a>	<a href="http://www.e-flux.com/announcements/the-2nd-ural-industrial-biennial-of-contemporary-art/">http://www.e-flux.com/announcements/the-2nd-ural-industrial-biennial-of-contemporary-art/</a>
<a href="http://www.ncca.ru/en/events.text?id=299&amp;filial=5">http://www.ncca.ru/en/events.text?id=299&amp;filial=5</a>	<a href="http://www.ncca.ru/en/events.text?filial=5&amp;id=726">http://www.ncca.ru/en/events.text?filial=5&amp;id=726</a>
<a href="http://blog.frieze.com/1st-ural-industrial-biennial/">http://blog.frieze.com/1st-ural-industrial-biennial/</a>	<a href="http://baibakovartprojects.wordpress.com/2012/04/09/the-2nd-ural-industrial-biennial-gets-its-intellectual-foundations-in-ekaterinburg/">http://baibakovartprojects.wordpress.com/2012/04/09/the-2nd-ural-industrial-biennial-gets-its-intellectual-foundations-in-ekaterinburg/</a>
<a href="http://www.aaa.org.hk/WorldEvents/Details/16075">http://www.aaa.org.hk/WorldEvents/Details/16075</a>	<a href="http://www.aaa.org.hk/WorldEvents/Details/16075">http://www.aaa.org.hk/WorldEvents/Details/16075</a>
<a href="http://www.mutualart.com/OpenArticle/1st-Ural-Industrial-Biennial/250F5A5973BC3F65">http://www.mutualart.com/OpenArticle/1st-Ural-Industrial-Biennial/250F5A5973BC3F65</a>	<a href="http://culture.pl/en/event/polands-industrious-vision-at-the-ural-biennial-2012">http://culture.pl/en/event/polands-industrious-vision-at-the-ural-biennial-2012</a>
	<a href="http://culture.pl/en/event/polands-industrious-vision-at-the-ural-biennial-2012">http://culture.pl/en/event/polands-industrious-vision-at-the-ural-biennial-2012</a>
	<a href="http://europa.zero.eu/2012/09/ural-industrial-biennial-of-contemporary-art/">http://europa.zero.eu/2012/09/ural-industrial-biennial-of-contemporary-art/</a>

Те немногие сообщения, которые появились в зарубежных источниках, в основном представляют собой упоминания о событии (иногда ограничивающиеся

только датой и местом проведения), в этих материалах совсем нет статей. Основную долю занимают сайты, посвященные культуре, выставкам, новостных сайтов нет. Мероприятия биеннале посещали местные жители, в основном представители креативного класса и студенческой молодежи. Интеллектуальная платформа биеннале вызвала интерес у ограниченного сообщества местных интеллектуалов.

Итак, можно сделать выводы об особенностях уральской биеннале в контексте продвижения Екатеринбурга.

Достоинства УИБ:

1. Стремление сохранять дискуссионный формат при установлении четкой смысловой рамки события — «уральская индустриальность».

2. Полный отказ от выставочной модели White cube. Напротив, использование заброшенных промышленных пространств и активное вторжение в пространство города.

3. Попытка осмыслить культурное наследие прошлого как часть своей идентичности.

4. Ориентация на стимулирование креативной экономики, что составляет важное социальное приобретение биеннале.

Слабые стороны УИБ:

1. Хотя организаторы уральской биеннале рассматривали ее как средство продвижения Екатеринбурга, тема биеннале — «индустриальность» — не выявляет пока уникальной идентичности города, поскольку богатый индустриальный опыт есть у многих российских городов, в том числе уральских.

2. Уральская индустриальная идентичность и индустриальная идентичность Екатеринбурга не одно и то же, кураторы же биеннале пока обходят этот вопрос стороной.

3. Тема индустриальной биеннале в контексте территориальной идентичности обращена не в будущее, а в прошлое, что затрудняет формирование контуров будущей локальной идентичности.

4. Слабый информационный эффект биеннале.

5. Почти отсутствующий маркетинговый эффект — туристы на биеннале не приехали.

### **Индустриальная идентичность Екатеринбурга: потенциал версии**

Как платформа для диалога художников со всего мира УИБ есть классический образец биеннального движения XX в., но как средство обозначения города на информационной карте мира она принадлежит веку XXI. Однако в общепринятый формат брендинга города данная биеннале не вполне вписывается, потому что не столько транслирует сформулированную идентичность, сколько представляет собой способ катализации дискуссии местного сообщества об исторической уникальности места. В рамках уже рассмотренной выше концепции территориальной идентичности как организационной составляющей территориального брендинга [25] уральская биеннале доказывает, что формат биеннале как площадки международного диалога вполне может сочетаться с задачами территориального брендинга,

если бренд трактовать динамически — как идентичность, формируемую в процессе дискуссии стейкхолдеров.

К преимуществам обеих УИБ можно отнести стремление организаторов активно вовлекать в выставочный процесс разнообразные городские пространства, не только индустриальные, но и публичные. В частности, витриной биеннале стала инсталляция Юлиуса Попа «Bit:Fall» на одной из центральных площадей, представлявшая собой ритмично падающие слова из капель воды, напрямую связанные с лексикой самых популярных запросов в поисковых системах Мировой сети. Между тем не все постиндустриальные локусы города еще освоены.

Индустриальность как ключевой смысл позиционирования территории еще не есть фактор, который поможет Екатеринбургу дифференцироваться по отношению к другим местам исторического индустриального опыта. Только в выявлении особенностей и способов конституирования именно екатеринбургской индустриальности в локальных нарративах можно будет сделать ставку на индустриальность как основу исторического позиционирования Екатеринбурга. А для этого биеннале стоит в дальнейшем включать в поле современного арт-дискурса новые слои исторического индустриального опыта — это не только архитектурное наследие, но и пространства городской повседневности, до сих пор хранящие в себе жизненный уклад индустриального города.

Все знают, что города прирастают районами в рамках определенной эпохи, а это ведет к тому, что время накладывает свой отпечаток на инфраструктуру района и как бы застывает в его пространстве. Конструируя пространство города-завода, советская власть использовала концепт «трудового подвига во имя светлого будущего. Базовая ценность труда и трудовых свершений отливается в форму — организацию пространства с закреплением на этом пространстве данной символики» [14, 153]. В Екатеринбурге есть городские районы, застраивавшиеся в советское время, что существенно повлияло на их облик и названия улиц. Приведу в пример два таких самых знаковых района города — ВИЗ и Уралмаш. Оба района росли вокруг заводов, что нашло выражение в семантике названий улиц. Причем если район вокруг завода ВИЗ образуется улицами с названиями рабочих профессий (улицы Металлургов, Токарей, Ткачей, Каменщиков, Рабочих, Сварщиков, Плотников, Старателей, Танкистов), то район за заводом Уралмаш был наделен именами революционной ориентации (улицы Ильича, Восстания, Победы, Стахановская, Старых Большевиков, Красных Борцов, Красных Партизан, Уральских Рабочих, Социалистическая, Новаторов, Индустрии, Машиностроителей).

Конечно, в районах есть и улицы, названные в честь исторических личностей, но улицы с индустриально-пролетарскими названиями формируют базовую семантику места.

Поэтому, в продолжение намеченного прошедшими уральскими биеннале вектора на поиск территориальной идентичности и стратегии интеграции выставочной платформы в городское пространство, возможная проблематизация современными художниками советской индустриальной топонимики помогла бы не только уточнить, в чем заключается специфика индустриальности именно Екатеринбурга, но и облечь символику унаследованного от прошлого городского

пространства в образы, синтезирующие в себе желаемое и воображаемое в логике экономики впечатлений.

Трудно заранее судить о том, куда выведет биеннальная форма конструирования идентичности Екатеринбурга. Однако бесспорным остается тот факт, что классический (дискуссионный) формат биеннале современного искусства в рамках стратегии территориального брендинга на примере Уральской индустриальной биеннале продемонстрировал неоспоримый потенциал биеннале как средства выявления и оформления территориальной идентичности представителями местного сообщества.

Поле поиска территориальной идентичности в Екатеринбурге в последние годы отмечено заметной активностью со стороны как теоретиков, так и практиков территориального развития. Город ищет свою идею и теряется в многообразии предложений. Уральская биеннале тоже нашла свою идею в месте. Но степень коммуникативной убедительности этой версии городской идентичности зависит от того, насколько точно и вместе с тем увлекательно ее сторонники смогут разыграть эту идею в пространстве современного города для внутреннего и внешнего потребления. Когда биеннале находит идею (исторически фундированную и ориентированную на поиск новой идентичности с учетом старой), она получает возможность перехватить эстафету первенства в трансляции идентичности места по отношению к другим ее версиям.

Но главный результат уральской биеннале — социальный. Смелая интеграция выставочных проектов в постиндустриальные пространства спровоцировала интерес местного сообщества к постиндустриальному наследию. Оно уже не только конвертируется в выставочные пространства, но и начинает принимать новые проекты деятелей креативной экономики.

---

1. Бюджет II Уральской индустриальной биеннале в этом году составит 18 млн руб. [Электронный ресурс]. URL: <http://gorodskoyportal.ru/ekaterinburg/tur/news/cult/4265258/> 12:07 (дата обращения: 30.04.2014).

2. *Визгалов Д.* Брендинг города. М., 2011. 160 с.

3. *Деготь Е., Костинас К., Рифф Д.* Ударники мобильных образов // 1-я Уральская индустриальная биеннале современного искусства. Ударники мобильных образов : основной проект. Екатеринбург, 2010. С. 30–37.

4. *Жога Г.* Индустриальная постсовременность [Электронный ресурс] // Эксперт-Урал. 2010. № 44 (442). URL: <http://www.expert-ural.com/archive/44-442/industrialnaya-postsovremennost.html> (дата обращения: 30.04.2014).

5. *Кан-Сень Оой.* Парадоксы брендинга городов и перемены в обществе // Брендинг территорий: Лучшие мировые практики. М., 2013. С. 77–86.

6. *Лазарев М. П.* Проблемы брендирования индустриальных городов // Индустриальный город в постиндустриальную эпоху : сб. науч. тр. III Междунар. науч.-практ. конф., Новокузнецк, 4–5 апр. 2013 г. Новокузнецк, 2013. С. 351–358.

7. Первая Уральская индустриальная биеннале современного искусства [Электронный ресурс] URL: <http://first.uralbiennale.ru/> (дата обращения: 30.04.2014).

8. *Прудникова А.* Биеннале — это решение задачи притяжения публики и «размещения» города на карте мира : интервью. 2010 [Электронный ресурс] URL: <http://www.berlogos.ru/interview/alisa-prudnikova-biennale-eto-reshenie-zadachi-prityazheniya-publki-i-razmeshcheniya-goroda-na-karte-mira-.php> (дата обращения: 30.04.2014)

9. *Прудникова А.* Приветственное слово // 1-я Уральская индустриальная биеннале современного искусства. Ударники мобильных образов. С. 25.
10. *Соколовская М.* Биеннале для будущего [Электронный ресурс] // Эксперт-Урал. № 45 (533). URL: <http://expert.ru/ural/2012/45/biennale-dlya-buduschego/> (дата обращения: 30.04.2014)
11. *Соколовская М.* Прагматический идеализм: на пути ко Второй Уральской индустриальной биеннале современного искусства [Электронный ресурс] // 60 параллель. 2011. № 3(42). URL: [http://www.intelros.ru/readroom/60\\_paralel/60-parallel-3-42-2011/11352-pragmaticheskij-idealizm-na-puti-ko-vtoroj-uralskoj-industrialnoj-biennale-sovremennogo-iskusstva.html](http://www.intelros.ru/readroom/60_paralel/60-parallel-3-42-2011/11352-pragmaticheskij-idealizm-na-puti-ko-vtoroj-uralskoj-industrialnoj-biennale-sovremennogo-iskusstva.html) (дата обращения: 30.04.2014).
12. *Тимофеев М. Ю.* Города и регионы России как (пост)индустриальные бренды // Лабиринт : журн. социально-гуманит. исслед. 2013. № 5. С. 29–41.
13. *Чухров К.* От нематериального труда к пространству всеобщего // 1-я Уральская индустриальная биеннале современного искусства. Ударники мобильных образов. С. 60–83.
14. *Шабурова О. В.* Трубники, цветники и другие металлурги: семантика и пафос труда в уральском индустриальном городе // Проект «Манчестер»: прошлое, настоящее и будущее индустриального города : сб. статей / под ред. М. Ю. Тимофеева. Иваново, 2012. С. 152–163.
15. *Aalst I. van, Melik R. van.* City festivals and urban development: does place matter? // European Urban and Regional Studies. 2012. № 19(2). P. 195–206.
16. *Anholt S.* Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Basingstoke, 2007. 135 p.
17. *Campelo A., Aitken R., Thyne M., Gnoth J.* Sense of Place: The Importance for Destination Branding // Journal of Travel Research. 2014. Vol. 53(2). P. 154–166.
18. *Clarc G.* Local Development Benefits from Staging Global Events. OECD PUBLICATIONS. Paris, 2008. 180 p.
19. *Filipovic E.* Global White Cube // The Biennial Reader (Bergen (Norway)). 2010. Vol. 1. P. 322–345.
20. *Filipovic E., Hal M. van, Ovstebo S.* «Biennialogy» // The Biennial Reader (Bergen (Norway)). 2010. Vol. 1. P. 12–30.
21. *Gardner A., Green Ch.* Biennials of the South on the Edges of the Global [Electronic resource] // Third Text. 2013. Vol. 27, № 4. P. 442–455. URL: <http://dx.doi.org/10.1080/09528822.2013.810892> (accessed: 30.04.2014).
22. *Hal M. van.* Rethinking the Biennial. MPhil. 2010 [Electronic resource] / URL: <http://researchonline.rca.ac.uk/1350/1/VAN%20HAL%20Marieke%20Thesis.pdf> (accessed: 30.04.2014)
23. *Kalandides A.* The Problem with Spatial Identity: Revisiting the 'Sense of Place' // Journal of Place Management and Development. 2011. № 4(1). P. 28–39.
24. *Kavaratzis M., Ashworth G.* City branding: an effective assertion of Identity or a transitory Marketing Trick? // Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie. 2005. Vol. 96, № 5. P. 506–514.
25. *Kavaratzis M., Jo Hatch M.* The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory [Electronic resource] // Marketing Theory. 2013. № 13(1). P. 69–86. URL: <http://mtq.sagepub.com/content/13/1/69> (accessed: 30.04.2014).
26. *Waterman S.* Carnivals for elites? The cultural politics of arts festivals // Progress in Human Geography. 1998. Vol. 22, № 1. P. 54–74.

Статья поступила в редакцию 05.05.2014 г.

## КОНЦЕПТ «РЕГИОН» В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ СОЦИАЛЬНОГО КОНСТРУКТИВИЗМА

Концепт «регион» рассматривается в контексте теории социального конструктивизма, с учетом новой «пространственной логики» в социальных науках. Являясь результатом конструирования субъекта, регион выступает как социально-культурный и политический конструкт, система дискурсов и «воображаемое сообщество».

К л ю ч е в ы е с л о в а: регион; социальный конструктивизм; пространство; дискурс.

Традиционно при изучении региона в научных исследованиях применялся объективистский подход, предполагающий, что регион является самоочевидной, естественной, самодостаточной простой реальностью, выстраиваемой на основе определенных факторов: территории, природных условий, общности истории и культуры, демографических и социальных показателей, экономической и политической систем. Особенностью ситуации, в которой происходит функционирование регионов в современном мире, является изменение механизма их формирования. Современные дефиниции географических регионов, социальной топологии напрямую связаны с концепциями постколониализма, глобализации и нового понимания пространства, что ставит под сомнение эссенциалистские трактовки. Все явственней в работах современных социальных теоретиков место деэссенциализируется, внимание переключается от статического понятия места как ограниченной территории к более динамичным контекстуально зависимым процессам, сетям социального взаимодействия, «чувству места», габитусу, которые связаны с процессом «место-образования» (*place-making*) [см., например: 27, 32].

Подчинение регионов территориальным государствам представляло собой важную географическую характеристику модерности. По замечанию Э. Смита, со времен Великой французской революции национальное государство было доминирующей, а после — почти единственной легитимной формой политической организации, а также основным «двигателем» коллективной идентичности [33]. Главными солидаризирующими общество целями были безопасность и экономическое процветание. Эти цели достигались путем рациональной (бюрократической) контейнеризации социальной жизни или путем территориализации национальных государств.

Глобализация знаменует собой конец эры «контейнерного мышления» в терминах национально-государственных образований. Изменение контекста опыта, вызванное процессами глобализации, приводит к формированию новой, как говорит Мануэль Кастельс, «пространственной логики» [14] и необходимости редифиниции региона. На этом фоне регионы как территориальные образования

среднего уровня (между локальным и государственным) утрачивают свою определенность. По замечанию Майкла Китинга, в настоящее время мы можем определить регионы как «ускользающее пространство», включающее различные территориальные уровни и широкое социальное содержание [15, 75]. Не случайно в дискурсе Regional Studies появляется множество новых дефиниций, описывающих регионы, — «мега-», «макро-», «мезо-», «суб-», «микрорегионы», которые требуют теоретической концептуализации.

Вместе с диверсификацией социально-пространственных отношений и разрушением прежнего изоморфизма между пространством, обществом и культурой обострился «вопрос о пространстве». П. Бурдые отстаивает точку зрения, что социальная наука есть не что иное, как ««социальная топология» и должна быть соотнесена с репродукцией социального пространства» [4]. В современных исследованиях пространства, с одной стороны, его онтологическое понимание ставится под сомнение. Так, Энтони Гидденс замечает, что новые возможности для взаимодействия с «отсутствующими другими» свели значение фактора пространства до нуля [8, 83]. С другой стороны, фиксируется «поворот к пространству» [20], принимая во внимание тот факт, что географическое пространство мыслится как неоднородная, многослойная структура.

Как указывает Н. Бреннер, «традиционные евклидовы, картезианские представления о географическом пространстве как зафиксированном, прочном, самоочевидном и априорно данном в настоящее время пересматриваются, по крайней мере, в критической географической теории. Продуктивный акцент делается на процессе, эволюции, динамике и социально-политическом содержании» [24, 592]. Мейровиц отмечает, что «мы живем в мире, где потоки информации и образов уничтожают чувство коллективной памяти и традиционной локальности в том смысле, что нет больше «чувства места» [29, 32].

Регионы в этом контексте перестают быть нормой территориальной организации и становятся лишь одной из многих форм организации людей в пространстве: например, городской формы, как территориального образования, отличающегося от региона тем, что город является формой поселения, функции и структура которого часто не зависят от местоположения; или государства, как такого типа территориальной общности, которую отличает наличие политического суверенитета. Оказывается, что пространственные формы жизни людей могут быть сугубо внерегиональны (дистантные браки, интернет-сообщества, диаспоры, электронные офисы с разбросанными по всему миру рабочими местами, различные протестные движения, международный терроризм и др.), и они также заслуживают пристального изучения. В связи с этим необходимо признать, что региональный дискурс сейчас существует лишь как один из вариантов рассуждения о пространстве.

В современных исследованиях региона сильна позиция конструктивистов, предполагающая, что регионы являются результатом свободной (choice-making) деятельности социальных групп. Г. Кибриб отмечает, что концепция укорененности (*rootedness*) людей в местности возможна лишь в рамках «оседлого мышления», предполагающего «существование естественной связи между местом и людьми» [28, 386], но «оседлое мышление» лишь одно из возможных в эпоху

глобализации. З. Бауман рассматривает современное общество как следствие «реванша» кочевнического общества у оседлого, а Эш Амин и Найджел Трифт говорят о транзитивности городов и регионов [2, 9]. Трактовка пространства как вместительности объектов все чаще противопоставляется его видению как пространства движения, потому что устойчивые иерархии и идентичности, «оседлый» образ социального бытия вступают в конфронтацию с понятиями мобильности, движения и пересечения границ [26, 128].

С другой стороны, по-прежнему актуальна концепция седентаризма, и в дискурсе тотальной «детерриторизации» парадоксальным образом концепт «регион» оказывается чрезвычайно востребованным. Этот парадокс в свое время объяснил А. Тойнби, указав вслед за Э. Дюркгеймом на два взаимодополнительных закона развития цивилизации: интеграцию и дифференциацию. В одном отношении происходит унификация культур, в другом — увеличение их разнообразия и углубление различий. Майк Фэзэрстоун отмечает, что усилия национальных государств по созданию гомогенных, интегрированных культур и стандартизованного гражданства, лояльного национальным идеям, на деле обернулись этнической и региональной дифференциацией [Там же, 95]. Ролан Робертсон ввел термин «глокализация», призванный подчеркнуть разнообразие проявлений глобализации как оборотную ее сторону. Памела Баллинггер отмечает, что в условиях глобализации рост регионов представляет собой перспективную альтернативу делению на нации, а процесс формирования регионов может быть обозначен как разворачивающийся поверх национального (*going beyond the nation*) [23, 68]. По словам Луиса Вирта, в наши дни многие отдают предпочтение маленькой единице, как «человеческой единице, которая делает возможным дух соседства и единения, труднодостижимый в более широких ареалах», к примеру, национальных государствах [7, 55].

Мануэль Кастельс отмечает, что космополитизм до сих пор остается ориентацией меньшинства, учитывая даже тот факт, что молодежь поддерживает эту идею в гораздо большей степени, нежели старшее поколение [26, 44]. Присутствует даже позиция, утверждающая, что регион является «минимальной единицей разворачивания ноосферогенеза, интегрирующей все качества будущей Ноосферы» [1, 242]. Майкл Китинг высказывается более осторожно относительно восприятия регионов как принципа организации, альтернативного государственному, но и он отмечает, что существование сильных регионов существенно влияет на деятельность национальных государств, а их появление изменяет соотношение власти и влияние в государстве; у государства нет больше монополий над внешними связями регионов [15, 77, 86].

Современные исследования в области регионализма демонстрируют значимость регионов в политической мобилизации и выстраивании идентичности по отношению к другим региональным пространствам. Это связано в том числе с тем, что регионы и регионализм имеют давнюю историю в Европе. Отмечается и другой, экзистенциальный, аспект: в современном мире субъект связан с регионом, в нем он ищет ресурсы самореализации и позиционирования. Если региональная принадлежность для индивида не имеет значения, то мы сталкиваемся с феноменом неопределенной или проблемной идентичности, как, например, в миграциях

длительного периода. Селест Олалгуага, к примеру, пишет об угрозе психастении, «потерянности в пространстве», когда нормальные пространственные параметры нашего тела все более смешиваются с воображаемыми пространствами, ведущими нас к отказу от собственной идентичности [30, 24]. Однако, несмотря на ситуацию «дисплейсента» (А. Аппадурай), люди проходят процессы социализации в определенных локальностях (географических контекстах). «Человек может скитаться по пространству, но он рождается, становится и принимает смерть (именно так) в некотором регионе. Регион — это такая часть пространства, где человек может оставаться человеком и меняться как человек» [13, 20]. Как указывает английская исследовательница Джессика Прендерграст, «место (place) является необходимым условием социального существования настолько, что становится практически невозможно отличить “кто мы” от того “откуда мы”» [32]. По словам П. Сорокина, «из всех связей, которые соединяют людей между собой, связи по местности являются самыми сильными. Одно и то же местожительство порождает в людях общность стремлений и интересов. Сходство в образе жизни, семейные связи, товарищеские отношения, созданные еще с детства, придают им общий характер, создающий живую связь <...> В итоге образуется группа, отмеченная колоритом данного места. Таковы в России типы “ярославца”, “помора”, “сибиряка” и т. п.» [19, 210, 213]. Несмотря на постоянное рассеивание и фрагментацию регионов, их положение в системе территориальных общностей оказывается столь же устойчивым, сколько и изменчивым, что связано с многообразием персональных и групповых мотиваций. Регион, таким образом, оказывается противоречивым смещением «корней» и «путей», в нем фиксируется осознание единства устойчивости и изменчивости в мире.

Майкл Китинг отмечает, что при изучении регионов «постоянно существует опасность овеществления, приписывание региону особенностей, свойственных образующим его элементам» [15, 78]. Речь идет о необходимости нахождения концептуальной рамки для анализа этого феномена. Когда подчеркивается необходимость разработки новой концепции региона, речь, как правило, идет не о прогрессивской попытке заменить старые концепции новыми, а о стремлении обрести такую оптику для анализа объектов регионального уровня, которая позволила бы увидеть особенности не только прежних, но и новых образцов социально-пространственных отношений. Актуальными «методологическими картами» для современной теории региона являются, на мой взгляд, подходы гуманитарной географии и социального конструктивизма, которые рассматривают неоднозначную включенность человека в географический ландшафт. Именно в этих методологических схемах происходит смещение интереса от региона как предмета исследования (региона самого по себе) к значению регионального измерения для социальной жизни.

Гуманитарная география, по замечанию одного из ведущих отечественных исследователей этого направления Д. Н. Замятина, смещает центр исследовательской активности в сторону процессов формирования и развития ментальных конструктов, описывающих, характеризующих и структурирующих первичные комплексы пространственных восприятий и представлений [11, 187]. Именно в этой перспективе становится возможным увидеть значение региона

и региональных объектов не только как материальных феноменов, но, в первую очередь, как объектов отношений людей. В этом контексте могут появиться привлекательные темы для анализа в теории региона: регион как место рождения новых культурных форм, регион как пространство повседневных ритмов, регион как магнит для инвестиций, регион как пространство «политического спектакля», транзитный регион как «пространство беспокойства» и т. д. Гуманитарная география стремится отбросить монолитное и гомогенное во имя разнообразия, множественного и гетерогенного, и оказывается, что рассмотрение таких феноменов, как «чувство места», «места переживания позитивных эмоций» или «нарратив страха», в региональном сообществе несет важную информацию. Социальный конструктивизм дополняет эти идеи методологически важными представлениями о регионе как социально-политическом и социально-культурном конструкте, как области реализации коллективного дискурса и как определенного типа «воображаемом сообществе» [3].

Согласно географическо-гуманитарному подходу, регион не столько определяет жизнь и деятельность людей, сколько сам оказывается зависимым от представлений о нем. По выражению Эдварда Соджи, «все более и более наши воображаемые карты реального мира кажутся “предшествующими” и соединяются скорее, чем просто зеркало или маска, с реальными географиями повседневной жизни» [18, 141]. Исследования американских социальных географов К. Джонсона и А. Коулман дают интересные примеры конструирования внутреннего «Другого» в Италии и Германии XIX в. [9].

Таким образом, в современных исследованиях регионы часто выступают рефлексивным проектом и требуют конструирования. В наиболее общем виде «концепция конструирования предполагает, что: а) обнаруживается активность субъекта, использующего специальные приемы (которые являются или могут быть рефлексивными) для построения образа объекта; б) образ объекта отличен от самого объекта за счет появления в его составе новых структурных компонентов» [16, 47]. Применительно к пространственным объектам использование термина «конструирование» является вполне адекватным, поскольку речь идет о создании внутренне структурированных объектов, функционирование которых осуществляется на основе заложенных при их формировании принципов. Кроме того, создание пространственных образов никогда не бывает безусловным. Оно включает в себя культурные (в том числе медийные) опосредования и моменты рефлексии, и, соответственно, мы можем говорить об определенной эстетической *конструкции* опыта.

Идея активности субъекта в создании пространственных образов наиболее полно впервые была представлена в теории пространства И. Канта. По Канту, пространство — это не абстракция, возникающая из опыта созерцания единичного (малого) пространства. Наоборот, малые пространства нашего «внешнего опыта» даны нам благодаря единой всеобщей пространственности, не имеющей эмпирического основания. Любое явление становится возможным благодаря пространству как «единому априорному представлению» [12, 67]. Пространство — это форма, в которую отливаются все явления. При этом И. Кант отказывает пространству в собственной реальности. Пространство не существует вне конституирующей

деятельности сознания. Пространство «вовсе не представляет собой свойства каких-либо вещей в себе, а также оно не представляет их в их отношении друг к другу, иными словами, оно не есть определение, которое принадлежало бы самим предметам и оставалось даже в том случае, если отвлечься от всех субъективных условий наглядного представления» [12, 54]. Пространство обнаруживается лишь в отношении к субъекту и, как отмечает Бенно Верлен, является «эпистемологической интуицией» [5]. Значения вещей и событий мира рассматриваются не как их качества, а как результат социальных конвенций. Теория пространства И. Канта, таким образом, выражает свойственный современному обществу субъект-центристский характер и вводит идею дискурсивного характера нормативного порядка в мире.

Вслед за Кантом М. Хайдеггер признает активную роль субъекта в формировании пространственных представлений. Но в отличие от Канта, для которого пространство есть «априорное представление», Хайдеггер соотносит пространство с бытием человека и его практической вовлеченностью в мир; пространство описывается как *способ нашего существования в мире*. Хайдеггер, в частности, различает мировое пространство, местности (*Gegend*) и *Dasein*. То, что Хайдеггер называет «мировым пространством», есть наше повседневное понимание пространства, обычно соотносимое с идеей «контейнера» как вместительности для вещей. Такое пространство воспринимается нами как данное в настоящем (*present-at-hand*). В нашем повседневном существовании мы связаны с функциональными пространствами (*ready-at-hand*), которые Хайдеггер обозначает как местности (регионы). Местности указывают на определенный «контекст» нашей деятельности, объекты, с которыми мы непосредственно связаны и среди которых мы движемся. Событийность понимается как развитие пространства, как пространственность сама по себе. Пространство сочувствует бытию, бытие чувствует себя в пространстве и пространство [22, 102–114].

Создание пространственности, опространствление — это позиционирование себя по отношению к наблюдаемому объекту. В ходе опространствления субъектом вырабатываются особые приемы, направления наблюдения, позиции взгляда, способы оконтуривания объекта наблюдения, помогающие превращению пространства в определенный феномен [10, 14]. К примеру, в процессе путешествия в создании пространственных образов может усиливаться роль и значение культурных, эмоциональных, психологических элементов и связей, что ведет к большей выпуклости, «рельефности» образов местности и к снижению роли чисто прикладных элементов (физико- и экономико-географическая информация, статистические сведения и т. д.) [Там же, 16]. Социолог А. Ф. Филиппов отмечает, что при восприятии конкретных мест когнитивное, моральное, эстетическое могут быть дифференцированы. Познавательный аспект может отступить на задний план, например, по сравнению с эстетическим, а эстетическое удовольствие не будет связано с ощущением каких-то более серьезных обязательств, чем соблюдение рутинных правил поведения [21].

Применительно к анализу регионов как пространственных образований конструктивистский подход уже в конце XX в. открывает деятельностный горизонт анализа, рассматривая регионы не как статичную данность, а живое явление,

творимое, используемое и преобразуемое людьми. Швейцарский исследователь Б. Верлен, основатель так называемой «деятельностно ориентированной социальной географии», интерпретирует пространственные феномены, прежде всего, как пространства деятельности человека, «конструируемые» субъектом деятельности [5]. А. Ф. Филиппов выражает эту мысль следующим образом: «Места в пространстве маркированы для нас, они более или менее внятно вызывают к опознанию: не только массивные вещи или символические линии, не только охрана или стена обозначают отдельное место; нет, место может быть маркировано самым причудливым образом, цвета, запахи, перемена освещения, перепады или смена шумов, а также особые виды человеческого поведения, их характер и ритм, — вот что привлекает к себе наше внимание и вот от чего мы отталкиваемся, говоря, что здесь, несомненно, особое место» [21]. Как можно воспринимать конкретную местность? — этот вопрос занимал, например, сюрреалистов, а позже — ситуационистов, которые пытались ее понять посредством неконвенциональных путеводителей и карт, манифестов и размышлений. В свете такого подхода нет региона и нет границ, фиксируемых безотносительно к наблюдателю, есть определенное значение мест и регионов для тех, кто действует, и для тех, кто наблюдает за действующими.

По словам А. Пааси, рассмотрение регионов как процесса деятельности, помимо важности субъекта, вводит значимость исторической перспективы для понимания их трансформации [31, 804]. Конструктивисты стремятся описать регионы как осуществляемый процесс деятельности, разворачивающийся во времени, состоящий в интерпретации различий, в формировании границ, изобретении традиций, конструировании интересов и т. п. В таком качестве регионы могут быть определены, многократно интерпретированы, оспорены (*contested*). Конструирование и институционализация регионов и региональной идентичности — это *социальный* процесс. Устойчивость региональных границ, согласно А. Пааси, зависит от интегрированности различных переменных (идентичности, культуры, институциональной структуры, политической мобилизации, коллективной солидарности, административных границ, географического положения региона) [Там же].

В настоящее время подход к регионам как продуктам социальных отношений связан со стремлением лучше понять практики и дискурсы, связанные с созданием и поддержанием регионов. Анри Пааси специально отмечает, что не регионы как некая данность формируют дискурсы; они «существуют» и «возникают» посредством социальных практик и дискурсов [Там же, 802]. Понятие «дискурс», введенное Мишелем Фуко, органично вошло в систему социального конструктивизма. Дискурс рассматривается как «способ видения мира, выражаемый в самых разнообразных, не только вербальных, практиках, а следовательно, не только отражающий мир, но его проектирующий и сотворяющий» [17]. Для целей нашего исследования важно понять взаимодействие дискурса и практик, правил, процедур. Последние определяют, ограничивают и сдерживают применимость дискурса. Дискурс определяет практики, но и практики влияют на дискурс.

Именно в регионе распространяются конвенции по использованию концептов «регион» и «граница», а зона их действия есть сфера реализации, развертывания

дискурса региона. Официальный (политический, академический) дискурс региона противостоит множеству неофициальных дискурсов (формирующихся на уровне обыденного сознания). Регионы формируются как системы в процессе развертывания дискурсивных практик, придающих системный характер разнородному субстрату региона. В таком контексте понятие «граница» также приобретает конвенциональный статус. Можно указать, например, на существование сильных и слабых границ региона. Сильные — это те, которые указываются многими, прочно зафиксированы в речи и вызывают множество ассоциаций, слабые — те, которые не запоминаются и редко фигурируют в дискурсах.

В рамках социального конструктивизма регион оказывается также «воображаемым сообществом», в котором члены воображаемого коллектива лично не знают друг друга и не взаимодействуют, и тем не менее в умах каждого из них живет образ их общности. Автор книги «Воображаемые общества» Б. Андерсон пишет: «Все сообщества крупнее первобытных деревень, объединенных контактом лицом к лицу (а может быть, даже и они), — воображаемые. Сообщества следует различать не по их ложности/подлинности, а по тому стилю, в котором они воображаются» [3, 31]. Далее Б. Андерсон указывает на значимость средств массовой информации при формировании таких «воображаемых обществ» (его интересуют в первую очередь нации).

Можно отметить, что современные образы регионов также репродуцируются, как правило, через средства массовой коммуникации. В современном мире средства массовой информации, вытесняющие традиционный способ общения (свойственный сельской среде, где все участники хорошо знают друг друга) и функционально-ролевой способ коммуникации (свойственный городской среде, где правила коммуникации обусловлены теми социальными ролями, которые играют ее участники), интенсифицируют процесс образования регионов, являются важным источником их конструирования. Н. И. Мартишина отмечает: «Конструирование реальности в средствах массовой информации приобретает принципиально иной масштаб. Во-первых, оно по определению адресовано сразу огромному количеству людей, в результате чего коллективное поле восприятия чего-то как реального, выбор данного плана имманенции имеет силу, способную материализовать едва ли не любое представление. Во-вторых, сообщение в СМИ, вплетаясь в обычные потоки информации, оказывается при этом наблюдаемым, ощутимым, доступным во всех деталях — и, таким образом, воспринимаемым тем же способом и так же отчетливо, как человек воспринимает непосредственно данные факты. Может быть, даже лучше: нам покажут представляемое событие крупным планом, в наилучшем ракурсе, с помощью операторских приемов и комментариев выделяют детали, а для удобства повторяют еще раз» [16, 56]. Эдвард Соджа также отмечает, что связь с «топографией компьютерных экранов и видеомониторов» обеспечивает непосредственный язык и образы, необходимые для того, чтобы «передать другим и увидеть самих себя» [18, 141].

Таким образом, современное рассмотрение региона делает актуальным использование концепции конструктивизма, в которой присутствует «момент пересечения субъективности, общества и пространства» [5]. Регион здесь понимается как динамичная, гибридная, гетерогенная, дискурсивная структура. Конечно,

речь идет скорее о некоей общей тенденции (интуиции) в исследовании региона, нежели о единой теории с четкими контурами и общей методологией. Однако практико-центрированный характер конструктивистского подхода — ориентация на субъективное действие, конструирование — позволяет, несмотря на имеющиеся расхождения между взглядами на регион, говорить об их комплементарности, а также надеяться на возможность построения единой теории региона.

1. *Абрамов Ю. А., Куйбарь В. И.* Глобальная регионализация: к обоснованию понятия // Социально-гуманитарные знания. 2008. № 1. С. 242–250.
2. *Амин Э., Трифт Н.* Внятность повседневного города // Логос. 2002. № 3–4. С. 1–25.
3. *Андерсон Б.* Воображаемые сообщества: Размышления об истоках и распространении национализма. М., 2001. 286 с.
4. *Бурдые П.* Социология социального пространства / пер. с франц. Н. А. Шматко. СПб., 2005. 288 с.
5. *Верлен Б.* Общество, действие и пространство. Альтернативная социальная география / пер. с англ. С. П. Баньковской. [Электронный ресурс] // Социол. обозрение. 2001. № 1 (2). URL: [http://sociologica.hse.ru/data/2011/03/30/1211856626/1\\_2\\_2.pdf](http://sociologica.hse.ru/data/2011/03/30/1211856626/1_2_2.pdf) (дата обращения: 2.09.2014).
6. *Виндельбанд В.* От Канта до Ницше. М., 1998. 496 с.
7. *Вирт Л.* Локализм, регионализм и централизация // Логос. 2003. № 6 (40). С. 53–66.
8. *Гидденс Э.* Ускользящий мир: Как глобализация меняет нашу жизнь / пер. с англ. М. Л. Коробочкина. М., 2004. 116 с.
9. *Джонсон К., Коулман А.* Внутренний «Другой»: диалектические взаимосвязи между конструированием региональных и национальных идентичностей // Культурная и гуманитарная география / отв. ред. И. Митин. 2012. Т. 1, № 2. С. 107–125.
10. *Замятин Д. Н.* Географические образы путешествий // Гуманитарная география : науч. и культ.-просвет. альм. М., 2004. Вып. 1. С. 12–41.
11. *Замятин Д. Н.* Идентичность и территория: гуманитарно-географические подходы и курсы // Идентичность как предмет политического анализа : сб. ст. / отв. ред. И. С. Семененко, Л. А. Фадеева. М., 2011. С. 186–203.
12. *Кант И.* Критика чистого разума. СПб., 1993. 472 с.
13. *Каганский В. Л.* Методологические основания регионального анализа как культурной практики // Культура в современном мире: опыт, проблемы, решения : информ. сб. М., 1997. Вып. 3. С. 4–29.
14. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000 [Электронный ресурс]. URL: ([http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/06.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/06.php)). (дата обращения: 3.09.2014).
15. *Китинг М.* Новый регионализм в Западной Европе / пер. с англ. А. Смирнова // Логос. 2003. № 6(40). С. 67–116.
16. *Мартиншина Н. И.* Реальность и ее конструирование. Новосибирск, 2009. 184 с.
17. *Миллер А. И.* О дискурсивной природе национализмов // Pro et contra. 1997. Т. 2, № 4. С. 141–151.
18. *Сожда Э.* Постметрополис. Критические исследования городов и регионов // Логос. 2003. № 6 (40). С. 133–150.
19. *Сорокин П.* Система социологии : в 2 т. М., 1993. Т. 2. 193 с.
20. *Трубина Е. Г.* Поворот к пространству: междисциплинарное движение и сложности его популяризации // Политическая концептология. 2011. № 4. С. 34–49.
21. *Филиппов А. Ф.* Социология пространства. [Электронный ресурс]. URL: <http://socioline.ru/book/filippov-f-sotsiologiya-prostranstva> (дата обращения: 30.08.2014).
22. *Хайдеггер М.* Бытие и время. М., 1997. 452 с.

23. *Ballinger P., Brunswick M.* Beyond the “new” regional question? Regions, Territoriality, and the space of Anthropology in Southeastern Europe // *Regions, Regional identity and Regionalism in Southeastern Europe* / ed. K. Roth, U. Brunnbaer Ethologia Balkanica. 2007. Vol. 11. P. 59–79.
24. *Brenner N.* The limits to scale? Methodological reflections on scalar structuration // *Progress in Human Geography*. 2001. Vol. 25, № 4. P. 591–614.
25. *Castells M.* *The Power of Identity*. Oxford, 2004. 584 p.
26. *Featherstone, M.* *Undoing Culture: Globalisation, Postmodernism and Identity*. L., 1996. 178 p.
27. *Kaiser, R., Nikiforova E.* Borderland spaces of identification and dislocation: Multiscalar narratives and enactments of Seto identity and place in the Estonian-Russian borderlands // *Ethnic and Racial Studies*. 2006. Vol. 29, № 5. P. 928–958.
28. *Kebreab G.* Revisiting the debate on people, place, identity and displacement // *Journal of Refugee Studies*. 1999. Vol. 12, № 4. P. 384–410.
29. *Meyrowitz J.* *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. Oxford, 1985.
30. *Olalquiaga.* *Megalopolis: Contemporary Cultural Sensibilities*. Minneapolis, 1992.
31. *Paasi A.* Place and Region: Regional worlds and words // *Progress in Human Geography*. 2002. Vol. 26, № 6. P. 802–811.
32. *Prendergast J. G.* Regional Identity and Territorial Integrity in Contemporary Russia [Electronic resource] // *A New Russian Heartland?: URL: <http://www.le.ac.uk/geography/research/RussianHeartland/index.html> (accessed: 15.04.2013).*
33. *Smyth A.* Nationalism and modernism [Electronic resource]. URL: <http://www.e-bookspdf.org/download/nationalism-and-modernism-anthony-d-smith-pdf.html>. (accessed: 02.09.2014).

*Статья поступила в редакцию 08.09.2014 г.*

УДК 75.051(470.54-25) + 332.834.7:316.614

Д. В. Ильичев

## КОЛЛЕКЦИОНЕРЫ-ГАЛЕРИСТЫ ЕКАТЕРИНБУРГА И ИХ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ АРТ-РЫНКА (1990–2010 гг.)

Рассматривается хронология развития арт-рынка г. Екатеринбурга, на который оказало значительное влияние учреждение галерейного бизнеса. Выявляются социокультурные и экономические факторы, определившие пути его развития. Показана типология галерей, их эволюция по мере изменения рыночной ситуации, а также дополнительные функции — популяризация коллекционирования и творчества художников. Определяются «точки соприкосновения» процессов коллекционирования и галерейного дела, проявившиеся во взглядах и позиции галеристов-коллекционеров в художественной сфере. Предлагается новый ракурс изучения галерейного арт-рынка — в контексте тенденций развития коллекционирования.

**Ключевые слова:** галерист; коллекционер; коллекционирование; арт-рынок; художники; екатеринбургские галереи; меценатство.

Художественная галерея как институт арт-рынка выступает посредником между художником и покупателем. Западные стандарты галерейного бизнеса предполагают, что галерея берет на себя обязанности по продвижению, оформлению, экспонированию работ художника, попутно выполняя культурно-просветительскую роль. В России подобный порядок сложился только в Москве и, отчасти, в Петербурге (см., например, [1]). Однако и там западные бизнес-схемы работают не в полном соответствии с зарубежным порядком взаимоотношений<sup>1</sup>. Что касается других городов, то там художественная атмосфера отличается от столичной и имеет очень индивидуальный характер. Здесь взаимоотношения владельцев галерей с коллекционерами, как и с художниками, сугубо личные и более тесные. Учитывая то, что на периферии отечественного арт-рынка интенсивность товарно-денежного оборота значительно ниже, естественно повышается значимость культурно-просветительской функции, осуществляемой галереей (см. например [4, 20, 21]). Повышается и статусная значимость коллекционера, имеющего при себе такую галерею или иное выставочное пространство (музей, выставочный зал). Его основной задачей является не только коммерческий успех, но и определенная миссия (например, внедрение современных художников в культурную среду). Идея миссии в принципе свойственна российскому галеристу, поскольку он представляет новое искусство, но еще больше она свойственна коллекционеру, потому что, собирая, он утверждает новых художников.

В Екатеринбурге исторически сложилось так, что большинство местных галеристов оказались также и коллекционерами. Вероятнее всего этот факт можно

---

<sup>1</sup> Так утверждает известный австрийский галерист Ханс Кноль, владелец Hans Knoll Galerie в Вене, неоднократно посещавший московские биеннале.

ИЛЬИЧЕВ Денис Владимирович — инженер лаборатории художественных практик и музейных технологий Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: spielmansfluht13@mail.ru).

© Ильичев Д. В., 2014

объяснить тем, что именно коллекционеры-галеристы были заинтересованы в создании и развитии арт-рынка как естественной формы существования и распространения коллекционирования.

Сама идея слияния типа коллекционера и галериста не нова. Известный нью-йоркский галерист Лео Кастелли сорок лет собирал современное искусство, которое представлял в своей галерее, — концептуализм, поп-арт, минимализм<sup>2</sup>. Как утверждает Светлана Марич, международный директор аукционного дома Phillips, все чаще в мегаполисах коллекционеры сами становятся популяризаторами искусства, которое собирают. Они «превращаются в меценатов, открывая фонды частных коллекций, предназначенные для публичного экспонирования работ. В них проводят конкурсные программы для художников, организуют художественные резиденции. Например, так работает парижский фонд SAM Сандры Муье (Sandra Mulliez) и донецкий фонд «Изоляция» Любови Михайловой» [14]. В Москве объединили в себе функции коллекционера и галериста Игорь Маркин и Марат Гельман. К 2013 г. одесский предприниматель Анатолий Дымчук организовал уже 80 выставочных проектов на основе своей коллекции [10]. Вопрос активного потребления «contemporary art» бизнес-магнатами подробно рассматривается в диссертационной работе А. А. Лысаковой «Стратегия создания и потребления художественных ценностей в условиях трансформации арт-рынка» [12]. Однако коллекционер воспринимается автором в основном как индикатор направления развития рынка. Очень важным представляется определить типологию коллекционера-галериста, чтобы правильно характеризовать его в контексте арт-рынка.

В Екатеринбурге в начале 1990-х гг. не имелось каких-либо серьезных арт-рыночных образований<sup>3</sup>. Первой появилась «Белая галерея» (1992), возникшая по инициативе коллекционера В. Малинова и группы предпринимателей — В. Голубицкого, А. Иванова, К. Дубова и М. Ахметгалиева<sup>4</sup>. Художественные вкусы В. Малинова во многом определили концепцию галереи и состав произведений ее фонда, собираемого на средства ее учредителей. Основная работа галереи производилась при непосредственном его участии. Значительное место в концепте галереи заняли художники, с которыми он был знаком лично, — В. Михайлов, В. Кравцев, Н. Предеин, О. Карпенко, А. Михуля-Морозов, А. Нестеров, В. Смелков, А. Алексеев-Свинкин, В. Степанов. Работы этих авторов имеются в личной коллекции В. Малинова, что отчасти стало поводом для продвижения их творчества в галерею<sup>5</sup>. В ее фондах есть и работы других художников, с которыми галерея не сотрудничала. Например, написанные темперой произведения художника по металлу, кузнеца А. Лысякова. Закупка работ художников в фонд галереи также происходила при непосредственном участии В. Малинова<sup>6</sup>.

<sup>2</sup> Л. Кастелли сыграл значительную роль в творчестве таких художников, как Джаспер Джонс, Энди Уорхол и Роберт Раушенберг, Ричард Серра и Дональд Джадд, Джозеф Кошут и Брюс Науман.

<sup>3</sup> Исключением может считаться только художественный салон (ул. Луначарского 180), бывший учреждением государственной структуры и имевший ограничения в выборе авторов.

<sup>4</sup> Среди этих предпринимателей наиболее сведущим в области искусства был В. Голубицкий, на тот момент — доцент Института управления и предпринимательства.

<sup>5</sup> Впоследствии творчество художников, работавших в аналогичной манере, было представлено в галерее «Шлем», продолжившей деятельность, начатую В. Малиновым в «Белой галерее».

<sup>6</sup> Использованы данные интервью, взятого у А. И. Михули-Морозова.

Таким образом, появилась первая коммерческая галерея, прививавшая вкусовые предпочтения своим клиентам и удачно сочетавшая идею внедрения искусства в рыночную сферу<sup>7</sup>. Формирование вкусов клиентов, будущих коллекционеров, было одной из наиглавнейших задач данной галереи. Благодаря успешной ее реализации еще с первых выставок стали формироваться новые частные коллекции<sup>8</sup>.

Выставки организовывались также при поддержке представителей «бизнеса» и участников общественно-политического объединения «Преображение Урала», представители которого были клиентами галереи. По мнению В. Малинова, галерея, при всем профессионализме в подаче искусства и работе со зрителем, тем не менее не была элитарной. Ее функцию можно определить как налаживание диалога «бизнеса» и искусства, при этом деятельность галереи носила просветительский характер.

Однако на тот момент творческий ресурс уральских художников был еще слабо задействован. Своеобразной реакцией на это стало учреждение галереи «Эстер», возникшей также в начале 1990-х (ул. Московская, 29). Ее основателем явился Л. Н. Некрасов, руководитель одноименной финансово-промышленной группы, окружной депутат Госдумы от Первоуральского округа. Именно Некрасов, собирая произведения известных уральских авторов, стал вдохновителем создания художественного фонда при галерее. Помимо этого была учреждена премия имени Геннадия Мосина, которая в какой-то степени стимулировала художественную деятельность авторов круга галереи. Это было целенаправленное вложение средств в художников. Деятельность Некрасова тогда сравнивалась с меценатством уровня П. Третьякова или С. Рябушинского [3]. Появление крупной фигуры, заинтересованной в коллекционировании произведений искусства, укрепило культурную и рыночную значимость творчества уральских мастеров.

Однако коллекционер мало взаимодействовал с другими собирателями, увеличивая фонд галереи через официальные приобретения на выставках, а также при вручении премий, категорически отказываясь продавать что-то из коллекции. Это благотворно влияло на имидж собирателя, служило примером успешного инвестирования в сферу искусства.

Подобные идеи нашли продолжение в среде других коллекционеров и галеристов («Белая галерея», галереи «Татьянин день», «ДА», «Капитал», «Окно», «Ява», Екатеринбургская галерея современного искусства).

В это же время (1992) возникла галерея «Атомная провинция», позиционировавшая себя как галерея современного искусства. Несмотря на то, что она располагалась за пределами Екатеринбурга (г. Заречный), тем не менее она имела значительное влияние на его культурную жизнь. В «Атомной провинции» было представлено неофициальное, примитивное и андеграундное творчество, в самых актуальных на тот момент формах — перформанс, акционизм, видео-искусство, тем самым галерея, можно сказать, подкрепляла экспериментальную среду современного искусства Екатеринбурга в течение долгого времени. В период 1990-х гг. оно

<sup>7</sup> Большинство постоянных покупателей галереи были представители местной власти, различных политических и финансовых объединений. По мнению А. Михули-Морозова, мало кто из них мог хорошо разбираться в искусстве. Для них галерея стала своеобразной попыткой начать в нем как-то ориентироваться.

<sup>8</sup> Используются данные интервью, взятого у В. А. Малинова.

было еще не слишком востребовано коллекционерами. Но галерея, при поддержке мэра города — Г. К. Леонтьева, создала прецедент собирания такого искусства [15].

«Неофициальное искусство» андеграунда бытовало в Свердловске с 1960-х гг., его возникновение связано с так называемой «Уктусской школой»<sup>9</sup>. Далее прецеденты «неофициального искусства» стали возникать все чаще, появились новые художники этого направления: В. Гаврилов, Е. Малахин, В. Жуков, В. Махотин, С. Сигей, А. Таршис. В условиях политической гласности и разрушающихся идеологических рамок стало возможным продвижение альтернативного искусства. В 1987 г. в Свердловске был открыт выставочный зал «Сурикова, 31»<sup>10</sup> [9, 11]. Скандальность выставки обеспечила ее успех и признание участвовавших в ней авторов, что повлияло на интерес коллекционеров к уральскому контингенту нон-конформизма [5]. Часть произведений этих авторов вошли в состав коллекции наивного искусства Е. Ройзмана. В 1990-е неформальные художники, под воздействием атмосферы экспериментальности, все больше уходили в перформанс и лэнд-арт (галерея «Еврокон» («Еurocon») А. Голиздрина) [6].

Деятельность художественного сообщества «Сурикова, 31» стимулировала коллекционирование неофициального искусства андеграундных авторов 1980–1990-х гг., была даже попытка их музеефицирования — «Музей простого искусства Урала и Сибири» неформального уральского художника и коллекционера О. Елового<sup>11</sup>, музей Б. У. Кашкина (2008).

Опосредованное влияние на собирание такого искусства имел пример Л. Талочкина, коллекционировавшего работы художников советского андеграунда. С 1962 по 1976 г. его коллекция выросла до 500 работ и получила статус памятника культуры всесоюзного значения [11].

Музеефикацию культурного наследия с декабря 1999 г. осуществляет Музей Невьянской иконы, возникший на основе частной коллекции Е. В. Ройзмана. Музей занимается исследованием уральской иконописи, является организатором реставрации живописных и архитектурных памятников старообрядчества. Он стал первым некоммерческим образованием, опосредованно повлиявшим на популяризацию коллекционной деятельности и на арт-рынок<sup>12</sup>.

Интересы Е. Ройзмана как собирателя достаточно широки: он интересуется неофициальным и наивным искусством Урала, Красноуфимской и примитивной иконой, народной деревянной скульптурой и творчеством некоторых

<sup>9</sup> Группа «левых» художников, создавших любительскую студию в Доме культуры железнодорожников, существовавшую с 1965 по 1974 г.

<sup>10</sup> «Сурикова, 31» — адрес Дома культуры администрации Ленинского района г. Екатеринбурга, где в 1987 г. открылась выставка, оформившая объединение неформальных художественных течений и их представителей. Впоследствии адрес дома культуры стал местной идиомой, обозначающей художественное творчество этого направления в Свердловске. Помимо «Сурикова, 31», существовали такие объединения, как общество «Картинник» Е. Малахина и «Станция вольных почт», объединившая художников В. Махотина, И. Терещенко, В. Дьяченко, В. Кабанова, В. Трифонова; «Вернисаж» (А. Алферов, Ю. Бороноволов, А. Вяткин, Н. Гольдер, Б. Хохонов).

<sup>11</sup> Этим названием Олег Еловой объединил работы художников, творчество которых можно отнести к жанру наивной и примитивной живописи (А. Поздеев, С. Степанов, Е. Варфоломеева, В. Угаров, Д. Геллер, Е. Гладышева, Е. Акулова, Д. Булныгин (из Новосибирска)).

<sup>12</sup> Стали появляться частные коллекции иконописи, к числу которых относятся собрания Андрея Козицына, Николая Гиренко, Виктора Маслакова и др. Были признаны художники круга «Сурикова, 31», «Станции вольных почт» и их вклад в культурную историю города.

художников<sup>13</sup>. Коллекционер постоянно обновляет информацию о своем собрании<sup>14</sup>.

И все-таки арт-рынок на тот момент еще не сформировался, и приобретение работ носило непостоянный характер, основанный на атрибуции признаков социального статуса. То есть вещь становилась атрибутом социального капитала, маркирующего его владельца как представителя определенного класса [2]. Несмотря на существование зачатков рыночных отношений в сфере искусства и значительный творческий потенциал уральских художников, большинство галеристов того времени (в частности, С. Одоевский) отмечали незрелость большей части уральских «нуворишей», поскольку люди были полностью оторваны от мира эстетики и традиций коллекционирования [16].

После неоднократных попыток организовать работу собственной галереи по западному образцу С. Одоевский создал Галерею современного искусства, которая находится под патронажем промышленной группы «Синара» и ее главы Д. Пумпянского. Коллекция галереи начала формироваться в 2003 г. Так же как в «Белой галерее», союз галериста в лице С. Одоевского и представителя крупного бизнеса дал впечатляющие результаты<sup>15</sup>. Западный принцип ведения бизнеса «win-win» («ты выиграл — я выиграл») в собственной независимой галерее плохо приживался как в 1990-х, так и в 2000-х гг.<sup>16</sup>

К середине 1990-х стали появляться галереи, основным ориентиром которых была не только популяризация искусства, но и коммерческая деятельность: Галерея Одоевского (с середины 1996), Центр искусств «Вдохновение» (с февраля 1996 по 2012), галереи «Март» (1996–1998), «Пушкина, 12» (с 1998), «Капитал» (с августа 1998). С августа 1997 г. дизайн-студия «Эстет» начинает регулярно осуществлять коммерческую выставочную деятельность на площадках Атриум Палас отеля и залов Дома актера. В ноябре 1999 г. салон «Урал-постер» делает попытку заявить о себе как галерейном образовании — проект «Композиция» в залах Государственной филармонии<sup>17</sup>.

К концу 1990-х появляются коммерческие художественные салоны: «Раритет» (1997), «Ноев Ковчег» (1999), «Художественный салон» на Луначарского, 180 (1999), «Карл Цейс» (1999) [17].

По выражению Э. Поленца, владельца галереи «Поле», с 1990-х гг. появляются «островки», продвигавшие арт-рынок различными способами: выставками, продажами, коллекционированием, поддержкой художественных акций и другими проектами, не сложившимися в сколько-нибудь унифицированную систему. Задача этих галерей заключалась в предоставлении художникам не только выставочного

<sup>13</sup> Среди них В. И. Денисов, М. Ш. Брусиловский, И. К. Слюсарев, Ю. Ф. Бершадский, М. П. Вдовкин.

<sup>14</sup> Популяризация его собрания происходит через каталоги и сборники, издаваемые им, а также через «Живой журнал» — интернет-страницу Е. Ройзмана.

<sup>15</sup> На сегодняшний день Галерея современного искусства является одной из самых крупных в городе, в ее коллекции насчитывается свыше 1500 произведений.

<sup>16</sup> Попытки создания самостоятельной независимой галереи осуществлялись С. Одоевским с перерывами на протяжении 12 лет. Залы галереи находились в Екатеринбурге: в здании Дома кино (1998), отеле «Московская горка» (1998), Свердловском художественном училище (2007), торговом центре «Architector» (2009), клубном доме «Тихвин» (2009–2010), а также в Праге (2006–2007).

<sup>17</sup> Салон «Урал-постер» начал торговать произведениями художников с 1997 г.

пространства, но и возможности реализации работ, без наличия выстроенного рыночного механизма.

Среди галерей второй половины 1990-х выделялась галерея «ДА» (Дом актера), основу постоянной экспозиции которой составляла коллекция Л. Орлова. История галереи «ДА» началась в 1996 г. с выставки «Щедрость истинного таланта», посвященной 90-летию «первой кисти Политбюро», народного художника СССР Дмитрия Налбандяна. Для нее частными коллекционерами Екатеринбургa и Москвы были предоставлены неизвестные живописные произведения художника. Это событие во многом определило путь развития будущей галереи и ее концепцию — соцреализм (О. Бернгардт, Б. Глушков, В. Зинов, И. Нестеров, И. Слюсарева, В. Кошелев и Б. Семенов).

Удачное сочетание расположения галереи в самом центре города (Дом актера) и классического интерьера старинного особняка, работа в залах других государственных учреждений (резиденций, представительств, домов правительств) обусловили успешность популяризации собрания. Помимо выставок художников соцреализма, в галерее проходили выставки современных авторов, работавших в академической манере, что удачно сочеталось с концепцией галереи и акцентировало интерес коллекционеров (клиентов галереи) не только на «испытанном времени» художественном материале, но и на сегодняшнем творчестве.

Частично коммерческим и одновременно корпоративным образованием для элитарного коллекционирования стала галерея «Капитал»<sup>18</sup>. Совет учредителей возглавил человек, питающий к искусству интерес коллекционера. Директор галереи — Б. Ведерников, также являлся коллекционером. Идея создания галереи исходила от художника-кузнеца А. Лысякова и скульптора А. Антонова. Статус галереи определялся несколькими главными принципами: только профессиональные художники; ориентация на состоятельного покупателя; галерея является также офисом фирмы для проведения бизнес-встреч. Для создания коллекции и экспозиции первой сборной выставки была приглашена менеджер «Белой галереи» М. Дашевская. В число первых участников выставки вошли художники В. Волович, А. Алексеев-Свинкин, В. Кошелев, А. Азерная, А. Казанцев, В. Проккопьев [17]. Впоследствии концепция галереи была полностью пересмотрена в пользу антиквариата.

Подобные корпоративные коллекции играли определенную роль в создании репутации их владельцам, «заражая» идеей собирания их самих и окружающих их людей. Нередко корпоративные собрания возникали в рамках культурных и благотворительных программ.

Художественные фонды при корпоративных коллекциях предназначались в основном для практических нужд — дарения универсальных художественных подарков от лица представителей компании. В связи с этим социокультурные мотивации к коллекционированию у финансово-промышленных компаний и муниципальных учреждений появлялись не всегда осознанно. И тем не менее

---

<sup>18</sup> Галерея является структурным подразделением ООО «Дельта-Форс», занимающейся торговлей автотранспортными средствами.

состав произведений корпоративных собраний не уменьшался, создавая так называемый символический капитал (часть культурного капитала) [2], передаваемый владельцем и признаваемый обществом.

Коллекция живописи имела у корпорации «Ява», где при фонде им. В. А. Язева с осени 1994 г. проводились сборные выставки с участием таких художников, как А. Лысяков, В. Волович, А. Калашников, М. Сажаяев, Е. Мосин, А. Антонов, А. Баландин, А. Алексеев-Свинкин, а с 1997 г. — преимущественно персональные<sup>19</sup>. Не преследуя коммерческих целей, галерея фонда тем не менее влияла на арт-рынок уже тем, что являлась местом бизнес-сотрудничества. Каждую выставку посещало от 200 до 400 человек, большинство из которых были коммерсантами, их родными или близким окружением [9].

Регулярно с мая 2000 г. проводятся выставки в корпоративной галерее фирмы «СКБ-Контур». Многие сотрудники фирмы покупают работы художников. До 2008 г. выставки проходили регулярно. Среди авторов, работы которых были представлены в галерее, С. Щавлева, А. Сивков, Е. Гладышева, В. Романов, Н. Широкова, В. Сысоев и др. [13].

Самым крупным корпоративным собранием 2000-х гг. обладала ЗАО «Группа Синара», создав под своей эгидой Екатеринбургскую галерею современного искусства (ЕГСИ). Инициатором создания стал Д. А. Пумпянский, поставивший задачи сохранения, пропаганды и популяризации произведений уральских художников. Коллекция начала формироваться с 2003 г. В настоящее время в постоянной экспозиции представлено около 200 работ уральских художников (с начала XX в. до сегодняшнего дня). Главной особенностью этого корпоративного собрания, подбор которого проводился при личном участии Д. А. Пумпянского, является то, что оно открыто для публики и активно участвует в культурной жизни города и области. В галерее проводятся выставки из областных музеев и реализуются художественные проекты зарубежных авторов.

Эта корпоративная коллекция, будучи открытой для публики, постоянно обновляется, при этом учитываются не только вкусы собирателя, но и общества. Поскольку коллекционирование часто выступает как средство коммуникации, открытой для зрителя галерее очень важно быть в тренде нынешних медиатрансляторов, коими, по мнению отечественного философа и теоретика искусства Б. Гройса, являются современные художники [5, 12–13]. Можно сделать вывод, что корпоративное собрание, открытое для публики, не всегда отражает пристрастия самого собирателя, вынужденного иногда поддаваться публичным вкусам<sup>20</sup>.

Мотивации создания корпоративных собраний (например, галереи «Эстер») могут быть различными, часто они не осознаются самими владельцами. Но все

---

<sup>19</sup> 1997 г. — персональные выставки Н. Засыпкина, В. Николаева, Н. Костина; 1998 г. — супругов Хохоновых, Г. Шаройкина, Е. Авдеевой (совместно с Уральской ассоциацией ЮНЕСКО «Уральские корабель»), А. Сухих, М. Житникова, А. Ильина, Г. Нечехина; 1999 г. — А. Евладова, С. Полуэктовой, В. Кошелева; 2000 — А. Елизарова, С. Сухова (совместно с Галереей С. Одоевского), К. Мосумовой (совместно с галереей «Окно»), Л. Сгибневой, С. Хондкарьяна; 2001 г. — А. Селенских и В. Барышева, А. Метелевой.

<sup>20</sup> Выставки современного искусства в ЕГСИ: «Жизнь — веселый карнавал!» (Вася Ложкин, май 2014 г.); «Пора судить» (арт-группа «Злые», февраль 2014 г.); видеоарт картины (выставка Александра Грекова «История Болезни», ноябрь 2013 г.); арт-проект «Соска на ночь» (отчасти позиционировался как выставка современного искусства, май 2013 г.).

корпоративные собрания следует отнести к деятельности, обеспечивающей социокультурный фон компаний.

Рубежом для развития галерейного движения стал конец 1990-х — начало 2000-х гг. Коллекционерам нужны были обоснованные цены, зрителю — качественная подача произведений, покупателям — профессиональный подход к их продаже, художникам — постоянный механизм реализации своих работ. Среди покупателей стали появляться новички, которым требовался грамотный доверенный посредник для создания коллекции. Устремления покупателей поддерживали галеристы, участвующие в создании их собраний (в частности, галереи «Татьянин день», «Суворов», «Парарам» («Поле»), «Old-art»<sup>21</sup>). И все же многие представители арт-бизнеса имели довольно противоречивые взгляды на арт-рынок в целом.

Статистика взаимоотношений субъектов на арт-рынке в 2000-х гг. была таковой: около 40 % считало, что рынок способствует развитию искусства; 30 % — что он влияет скорее негативно; 90 % — что картина — престижный подарок, при этом только 33 % потенциальных потребителей посещали галереи и выставки; около 60 % процентов опрошенных полагали, что изобразительное искусство предназначено для продажи, при этом около 50 % готовы были потратить на него только 1/20 часть своей заработной платы [19, 15]. Проведенный социологический опрос и полученные Н. А. Фатеевой интервью у представителей художественной сферы показали, что ни художники, ни галеристы, ни коллекционеры не могли в полной мере оценить положительные или отрицательные стороны существующего бессистемного рынка [Там же]. А изменившиеся к концу 1990-х экономические условия значительно уменьшили деятельность прежней меценатствующей политической и бизнес-элиты.

Фактически единственным крупным явлением в рыночной сфере Екатеринбурга в это время стали аукционы «Татьянин день», первый был проведен 25 января 2000 г. Возникшая вслед за ними в 2009 г. одноименная галерея «Татьянин день» была ориентирована не только на бизнес, но и на меценатскую деятельность. Мотивируя социальную функцию аукционов оказанием помощи художникам и созданием цивилизованного арт-рынка, коллекционер-галерист Т. Егеревая учредила организацию, способную регулировать цены и продавать произведения художников. По словам Т. Егерева, цель создания аукциона — научить людей «как» и «что» коллекционировать, сделать это доступным, дать им возможность вспомнить, что они (инженеры, научные сотрудники, педагоги) интеллигентные люди. Это одна из задач, которые решает данный аукционный дом и его владелец [18].

Сегодня произведения искусства все более становятся товаром, требующим особой подачи, а галерея — их прямым поставщиком. Постепенно западные стандарты арт-рынка укрепляются в сознании каждого участника цепочки художник — галерея — коллекционер.

Справедливость такой позиции подтверждается главой аукционного дома «Суворовъ» — В. Суворовым, являющимся коллекционером и аукционистом,

---

<sup>21</sup> Владельцем галереи является Орлов Дмитрий Леонидович. Галерея располагается в ДК ВИЗ, однако не имеет постоянно действующей экспозиционной площади, работает не для широкой публики.

последовательно (с октября 2009 г.) продвигающим идею инвестирования в искусство. Картины и скульптуры целенаправленно позиционируются им как элитный товар. При этом идея коллекционирования для В. Суворова является основополагающей: это не предложение социальной атрибуции посредством наличия элитарных произведений в личном интерьере, а утверждение статуса коллекционера. Организация галереи в форме постоянно действующего аукционного дома в одном из лучших отелей города (Атриум Палас отель) определяет предложенные к продаже работы как элитные произведения. Аукционный дом уже не создает новых механизмов арт-рынка, а встраивается в существующий — в виде VIP-формы торгово-выставочной деятельности, доступной «не для всех»<sup>22</sup>.

Коллекционирование сегодня — уже почти бизнес, поскольку по социально-экономическим меркам коллекционер — это также и бизнесмен, в большей или меньшей степени, что справедливо и для галериста. При этом спектр объектов коллекционирования к концу 2000-х — началу 2010-х гг. получил огромную вариативность.

Именно поэтому, в отличие от 1990-х, новые материальные формы искусства (чаще всего, contemporary art) начинают выглядеть перспективнее для арт-рынка, хотя в нестоличном городе эта тенденция пока проявляется слабо. По мнению московского коллекционера современного искусства и издателя, француза по происхождению, Пьера Броше, «есть какое-то движение в Екатеринбурге, Новосибирске» [цит. по: 1, 208] именно в этом направлении<sup>23</sup>.

Созданием такого рынка с ориентацией на международные тренды занимается Ural Vision Gallery. Галерея официально поставило contemporary art на коммерческие рельсы. По словам ее владельца В. Лощенко, заходить на рынок первыми всегда труднее, но стратегически правильнее, несмотря на то, что екатеринбургская публика, как и местные коллекционеры, еще «не созрела» для этого [8]. Смена эстетических парадигм всегда сложна, потому что большая часть образов-символов, их сформировавших, находится в музее, будучи мифологизированными и в итоге ставшими неким духовным универсумом. Это тяжело воспринимается морально не подготовленной публикой.

Пока основная масса работ галереи уходит за рубеж. «Но все равно у меня сердце кровью обливается, когда гениальные работы мы продаем иностранцам», — говорит В. Лощенко [7], предлагая видеть в галерее «агента» продвижения отечественного «contemporary art» к местному зрителю<sup>24</sup>.

Довольно нестандартно для формата уральских галерей выглядит фонд «Антонов», сочетающий в себе функции галереи. Идея популяризации искусства во всех его формах (изобразительное искусство, кино, музыка, танец) сподвигнула Т. Колпакову и И. Сологуба весной 2011 г. создать этот фонд на основе творческого

<sup>22</sup> Данные из интервью с В. Суворовым.

<sup>23</sup> В Екатеринбурге существенно укрепил позиции современного искусства Государственный центр современного искусства.

<sup>24</sup> Несмотря на продвижение галереи на рынок современного искусства, наблюдается некоторое противоречие: фонд коллекции галереи имеет в своем составе собрание печатной графики начиная с XVI в. (А. Дюрер, мастера голландской гравюры), графики и живописи XX в. Многие работы коллекции довольно академичны по содержанию и манере исполнения.

наследия екатеринбургского скульптора А. Антонова, по примеру фонда испанского художника-сюрреалиста Жоана Миро. Непосредственная деятельность фонда началась в 2012 г. с выставки работ Антонова в Доме художника и издания первого каталога скульптуры и графики. Вторым этапом явилось открытие галереи (в феврале 2013 г.) как платформы для реализации задач фонда<sup>25</sup>. Это стимулировало организаторов к собиранию работ художников круга Антонова, а также других екатеринбургских живописцев и графиков. Тесно сотрудничая с коллекционерами, инвесторами, дизайнерами и архитекторами, по словам владельца галереи И. Сологуба, фонд таким образом способствует популяризации искусства. Одновременно галерея внедряется в формат набирающего обороты современного искусства (в том числе дебютных художников)<sup>26</sup>. Как считает глава галереи, такая стратегия развития позволит в обозримом будущем создать культурный центр «Антонов». Центр будет включать в себя постоянную экспозицию А. Антонова, выставочный зал для сменных экспозиций, трансформер-зал для проведения камерных музыкальных и театральных вечеров, мастер-классов, детских занятий, лекций по истории и теории искусства, дизайна, архитектуры, театра, танца и моды, кино. Предполагается, что здание для него будет построено в пригородной зоне г. Екатеринбурга<sup>27</sup>. Реализация этих планов создаст в городе уникальное общественно-полезное культурное образование, всесторонне задействованное в социокультурной и рыночной сферах<sup>28</sup>.

Форма бизнеса сегодня стала естественной для взаимоотношений галереи и коллекционера. Когда галерист одновременно является и коллекционером, рыночные отношения становятся мерилom достоинств авторов, представленных в галерее, что не противоречит теории П. Бурдьё, выраженной в его работе «Формы капитала». Автор утверждает, что культурный объект (как функционирующий социальный институт) одновременно является и социально оформленным материальным объектом и особым классом хабитуса (системы прочных приобретенных предрасположенностей), которому он адресован. Исходя из этого любой культурный объект обладает прочной связью с социальным, экономическим и символическим (выраженным в культурном знании и опыте) капиталами, которые являются взаимопризнаваемыми и никогда не могут быть полностью независимыми друг от друга [2, 60–61]. Эта идея справедлива как для коллекционирования, так и для галерейного бизнеса.

Фактически можно было бы разделить все галереи на три типа в зависимости от того, на какой связи, свойственной культурному объекту, они делают акцент:

---

<sup>25</sup> Фонд работает также и вне галерейного пространства. В марте 2013 г. состоялось открытие выставки бронзовой скульптуры в Доме художника с изданием нового каталога. В марте 2014 г. к юбилею мастера открылась грандиозная выставка в картинной галерее на Вайнера. В экспозицию вошла реконструкция мастерской Антонова, которую можно было увидеть в стенах Екатеринбургского государственного музея изобразительных искусств. Наряду с музейными акциями фонд Антонова принял участие в нескольких светских мероприятиях и благотворительных акциях.

<sup>26</sup> Проведены выставки В. Воловича и С. Лаушкина, Ю. Крылова и Э. Зоннек (был организован уникальный мастер-класс), произведений самого А. Антонова (большая часть авторских работ находится в собрании галереи) и современных фотохудожников.

<sup>27</sup> Уже создан проект здания и парка скульптуры архитекторами Борисом и Никитой Демидовыми, Николаем Мамаевым.

<sup>28</sup> Данные о фонде и галерее «Антонов» взяты из интервью с И. Сологубом.

на экономической (галереи, ориентированные на рынок), символической (галереи с преобладанием популяризирующей функции) и социальной (преимущественно корпоративные собрания). Тем не менее позиционирование каждой из галерей достаточно индивидуально и сложно поддается такому разделению, поскольку обычно включает в себе использование сразу всех потенциалов объекта в той или иной степени.

Эволюция галерейного бизнеса прошла этапы популяризации коллекционирования в среде спонсорского контингента («Белая галерея», «Эстер»), архивирования мало популярного неофициального искусства (посредством его музеефикации) и имиджевой деятельности, обеспечивавшей благоприятное впечатление самой предпринимательской организации (корпоративные собрания: Екатеринбургская галерея современного искусства, корпорация «Ява» и другие галереи<sup>29</sup>). В итоге был сформирован арт-рынок (Галерея Одоевского, «Поле», «Урал-Постер», «Татьянин день», аукционный дом «Суворов», Ural Vision Gallery), который вынужден примиряться с конъюнктурными влияниями. При этом идеи популяризации искусства свойственны для всех открытых коллекций, заявляющих о коммерческой направленности своей работы («Татьянин день», «Суворов», Ural Vision Gallery) или не акцентирующих этого («Белая галерея», галерея «ДА», Екатеринбургская галерея современного искусства).

Большинство галерей периода 1990-х гг., устраивая выставки и пропагандируя коллекционирование, занимались миссией воспитания своего зрителя и клиента, поскольку рынок только формировался. Коллекционеры-галеристы 2000-х гг. уже вынуждены были считаться с запросами широкой публики. Корпоративные собрания (контролируемые дирекцией галереи или непосредственно учредителями) сочетали в себе функции бизнес-встреч и светской «тусовки», а потому меняли свой состав, а следовательно, концепцию. Только коллекции, не ориентированные на рынок, могут позволить себе сохранить целостность концепции и избежать навязывания конъюнктурного влияния (галерея «Антонов», Музей Невьянской иконы). Коллекции галерей, не имеющих четких границ своей концепции, были вынуждены соответствовать веяниям рынка (Ural Vision Gallery, Екатеринбургская галерея современного искусства), формируя довольно разнородные по составу собрания.

Тем не менее, несмотря на синтезированность функций галерей в нестольном городе, апеллирующих к неоднозначному их восприятию и типизации, именно галереи дали возможность коллекционерам стать реальными участниками культурной жизни, получить возможность рыночной ценовой индексации своих коллекций. Доступность собраний сформировала представление об их социально-экономической ценности у публики и вернула понимание важности феномена коллекционирования, сняв с него оттенок запретности и скрытности. Коллекционеры получили возможность сделать свои коллекции актуальными не только для себя, но и для современной жизни, отражающей восприятие самых нестандартных артефактов культуры обществом.

---

<sup>29</sup> Отчасти такие тенденции прослеживались в «Белой галерее», галереях «Эстер», «СКБ-Контур», «Капитал», «Татьянин день», Ural Vision Gallery, Old-Art.

1. *Бабков В. А.* Галерейный бизнес: российский и зарубежный опыт. Как покупать и продавать искусство. М., 2010.
2. *Бурдые П.* Формы капитала // Экономическая социология. М., 2002. С. 60.
3. *Вандышева О.* Галерея «Эстер» — первая любовь художника // Главный проспект. 1995. № 5 (87). С. 4.
4. *Вильчик Н. Н.* Развитие изобразительного искусства в условиях формирования отечественного художественного рынка на рубеже XX–XXI вв.: региональный аспект : дис. ... канд. искусствоведения. Барнаул, 2002. 210 с.
5. *Галеева Т. А.* Скандал на улице Сурикова, 31 // Наука. Общество. Человек. 2012. № 1. С. 135–148.
6. *Гройс Б.* Под подозрением: феноменология медиа. М., 2006. 199 с.
7. *Гурьянов В. Д., Капкан М. В., Иордан А. С., Костина Д. А.* Художественные практики индустриального Урала: от 90-х к 2000-м // Социально-гуманитарный вестник Юга России. 2010. № 2. С. 98.
8. *Жога Г.* Пространство впереди времени : [сайт информ. изд. «Эксперт-online»]. URL: <http://expert.ru/ural/2013/35/prostranstvo-vpered-vremeni> (дата обращения: 06.04.2014).
9. *Жумати Т.* Провинциальный андеграунд 1960–1980-х годов // ZAART. 2004. № 5. С. 9–12.
10. *Кищенко Т.* Галерист, коллекционер и предприниматель Анатолий Дымчук рассказывает, зачем инвестировать в арт, и объясняет, почему сделал ставку на современное украинское искусство : [сайт интернет-газеты «Капитал». 2012–2014]. URL: <http://www.capital.ua/ru/publication/9468-galerist-kolleksioner-i-predprinimatel-anatoliy-dymchuk-rasskazyvaet-zachem-investirovat-v-art-i-ob-yasnyayet-pochemu-sdelal-stavku-na-sovremennoe-ukrainskoe-iskusstvo> (дата обращения: 02.05.2014).
11. *Лебедева-Грецкая Ю. Л. П.* Талочкин : [сайт музея неофициального искусства «Другое искусство», разд. «Л. П. Талочкин»]. URL: <http://other-art.rsuh.ru/talochkin.html> (дата обращения 25.05.2014).
12. *Лысакова А. А.* Стратегия создания и потребления художественных ценностей в условиях трансформации арт-рынка : автореф. дис. ... канд. культурологии. Екатеринбург, 2012.
13. *Мазур. О.* «Цветные сны» в корпоративной арт-галерее «СКБ-Контур» [Электронный ресурс] // Atrex.ru. 2008–2014. URL: <http://atrex.ru/press/p3920.html> (дата обращения: 02.06.2014).
14. *Марич С.* Что происходит на рынке современного искусства : [сайт информ. журн. «Сноб»]. URL: <http://www.snob.ru/selected/entry/65136> (дата обращения: 12.03.2014).
15. *Никулина И. А.* «Культурная жизнь города Заречного и художники галереи «Атомная провинция» : диплом. работа / Урал. гос. ун-т. Екатеринбург, 2001.
16. *Одоевский С.* Неоклассика и китч : [сайт «Rus-Art». (Галерея современного искусства Урала). 2000]. URL: [http://abursh.sytes.net/rusart/galleries/odoevsky\\_galery/page21r.htm](http://abursh.sytes.net/rusart/galleries/odoevsky_galery/page21r.htm) (дата обращения: 12.03.2014).
17. *Переневич И. В.* Роль институций современного искусства в формировании художественного рынка Екатеринбурга : диплом. работа / Урал. гос. ун-т. Екатеринбург, 2001.
18. *Романова М.* Sotheby's районного масштаба : [сайт интернет-изд. «Эксперт-online». 1995–2014]. URL: [http://expert.ru/ural/2000/11/11ur-cult1\\_72912/](http://expert.ru/ural/2000/11/11ur-cult1_72912/) (дата обращения: 01.05.2013).
19. *Фатеева Н. А.* Особенности становления арт-рынка в современных условиях: социологический анализ : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Екатеринбург, 2008.
20. Художественный рынок: вопросы теории, истории, методологии / Л. И. Гительман, Е. М. Дележа, А. В. Карпов, Т. Е. Шехтер и др. СПб., 2004. 230 с.
21. *Черняева И. В.* Художественные галереи Западной Сибири в конце XX — начале XXI вв. : дис. ... канд. искусствоведения. Барнаул, 2012. 196 с.

*Статья поступила в редакцию 15.09.2014 г.*

УДК 316.462 + 342.392:316.32

Г. Е. Зборовский

## ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО В ЗЕРКАЛЕ СОЦИОЛОГИИ

Дается социологическая трактовка гражданского общества, его черт, задач и функций, а также возможностей его создания в России в современных условиях господства авторитарного режима. Показываются сложные формы связи между реальным и потенциальным гражданским обществом и его социологическими исследованиями, посредником между которыми выступает власть.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** гражданское общество; социология, власть; авторитарный режим; социологические исследования.

Социология — это наука, рожденная в условиях становления правового государства и гражданского общества и появившаяся, прежде всего, для удовлетворения нужд и потребностей последнего. Возникновение социологии и гражданского общества происходило как на Западе, так и в России в одну и ту же эпоху. Это — Новое время, или, выражаясь в терминах формационной лексики, эпоха рождения капитализма. Конечно, говорить о полностью совпадающих исходных, нижних хронологических границах гражданского общества и социологии вряд ли целесообразно, поскольку последняя появилась тогда, когда существовала не только сама идея гражданского общества, но уже имела место ее первичная реализация, и этот процесс был связан с началом западноевропейской реформации и протестантской этики.

В России протоформы и первые реальные формы гражданского общества имели место в XIX в. и даже несколько раньше в виде сословий, гильдий, раскольников, казачества, земства, церкви, семьи и др. [5]. Разумеется, основной вклад в становление и развитие гражданского общества внесли реформы 1860–1870-х гг.

---

ЗБОРОВСКИЙ Гарольд Ефимович — доктор философских наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, профессор кафедры социологии и социальных технологий управления Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: garoldzborovsky@gmail.com).

© Зборовский Г. Е., 2014

Конечно, следует иметь в виду также общественные и политические движения — декабристов, петрашевцев, народничества и т. д. Поэтому гражданское общество, его протоформы и активно развивающиеся формы явились своеобразным «питательным бульоном» для отечественной социологии.

Значит ли сказанное, что социология, возникнув в гражданском обществе для удовлетворения его запросов и нужд, может функционировать только в условиях его существования? Отнюдь. Анализ процесса ее развития показывает, что она в течение почти двух веков существовала в различных социальных условиях. При этом социология не прекращала своего функционирования даже в отдельных тоталитарных режимах (например, в Италии времен Муссолини), но при условии, что она не оказывалась под запретом (как в СССР эпохи господства сталинской диктатуры или в гитлеровской Германии).

Сказанное означает наличие между социологией и политикой тесной связи, которую исследователи видели еще в XIX в. В подтверждение приведем точку зрения лишь одного из них — немецкого социолога Ф. Тённиса. По вопросу о соотношении социологии и политики он следовал в фарватере позитивистских установок. Это значит, что, согласно его мнению, социология должна была постоянно оставаться, во-первых, объективной, во-вторых, независимой от практической социальной деятельности, в-третьих, свободной от политики и политических решений рассматриваемых в ней вопросов [10, 11].

Социолог не ставил цель полностью отделить и отдалить их друг от друга. Более того, выступая за независимость социологии от политики, он не считал, что также точно следует поступать и в политике. Ее необходимо постоянно «онаучивать» за счет овладения политиками социологическими знаниями и использования их в практике политической деятельности, считал Тённис.

Его взгляды на поставленную проблему на годы, даже десятилетия вперед определили (и опередили) позицию по этому вопросу многих социологов, особенно тех, кто проявлял высокую общественную активность в практической деятельности и оставался «чистым» теоретиком в сфере научных исследований. Правда, справедливости ради следует сказать и о том, что в последние годы жизни (1930-е) он изменил свою точку зрения относительно «онаучивания» политиков социологическими знаниями. Это и понятно: к власти в Германии пришел фашистский тоталитарный режим с соответствующим отношением к социологии. Сам Тённис чудом избежал концлагеря (который грозил ему по причине его демократических убеждений) и «успел» умереть «своей смертью» в 1936 г.

Рассматривая соотношение социологии и политики применительно к нашему обществу, мы не должны забывать о возникающей на каждом этапе его развития определенной политической ситуации, с учетом контекста которой изменялось социологическое знание. Как писал А. Г. Здравомыслов, «поле политики задает рамки формам социального мышления. Изменения политического климата в стране порождают этапы подъема и упадка социологического мышления. В российской политической истории не наблюдается феномена постоянной аккумуляции социологических идей, которая оказывается результатом длительного автономного существования социологии как профессии» [6, 246].

Проблема взаимодействий между социологией и политикой имеет в своей основе другое, более широкое отношение — между социальной теорией и социальной практикой. Именно это отношение и выводит науку на вопросы, связанные с участием ее представителей в практическом создании гражданского общества, его отдельных институтов. Самым «социологичным» из них нам видится общественное мнение, изучение которого является прямой задачей и, если угодно, обязанностью социологии.

Поэтому когда мы говорим, что в нашей стране задолго до реального формирования в 1990-е гг. гражданского общества созрели его предпосылки, к их числу мы должны относить начавшееся еще в 1960-е гг. изучение общественного мнения. Основоположителем этого процесса и его наиболее ярким представителем, вплоть до своей смерти в 2007 г., был один из крупнейших отечественных социологов Б. А. Грушин. В «Предисловии» к работе Б. Докторова «Все мы вышли из “грушинской шинели”» В. А. Ядов пишет, что «Борис Грушин инициировал массовые опросы в стране с авторитарным режимом, где государство и партийные власти решительно все контролировали. Это был настоящий подвиг, сопоставимый с героическими действиями наших солдат, бросавшихся со связкой гранат под фашистские танки» [14, 4].

Именно Б. А. Грушин создал в начале 1960-х гг. Институт общественного мнения «Комсомольской правды», первую в СССР, по мнению Б. З. Докторов, профессиональную организацию по изучению общественного мнения. Как пишет сам Докторов, излагая позицию Грушина, «под всем этим лежал и отчетливо выраженный гражданский интерес, стремление “приучить” общество к исследованию общественного мнения как к определенной — политической и информационной — норме публичной жизни страны» [4, 9].

Мы не ставим перед собой задачи изложить основные вехи творческого пути социолога, назвать и охарактеризовать его наиболее значительные работы, связанные с изучением общественного мнения. Желающие могут сделать это, ознакомившись с названной выше книгой, а также с рядом других работ [см., например: 3, 8, 9]. Здесь же хотелось бы отметить лишь одно, но крайне важное качество личности Б. А. Грушина: он не боялся власти, мог позволить себе резкие суждения, не врал или, по крайней мере, не скрывал правды.

Сегодня это необходимо отметить потому, что социологии и ее представителям предстоит серьезная теоретическая работа и практическая борьба с авторитарным властным режимом (приобретающим временами тоталитарные и посттоталитарные признаки) и неправовым государством за отстаивание уже имеющихся институций гражданского общества и создание новых. Изучение общественного мнения по наиболее острым проблемам общественной жизни и его правдивое отражение (что сейчас особенно важно) — это задача социологии, которая в условиях крайне консервативного идеологического, более конкретно — пропагандистского наступления авторитарного режима (в том числе и на социологию) требует для своего решения определенного мужества и бесстрашия. Жизнь и творчество Б. А. Грушина — это урок для отечественной социологии.

Рассматривая проблему «социология, власть, политика», нужно понимать, что в разных типах обществ и наличествующих в них политических режимах

возможности социологии оказываются совсем не одинаковыми. Поэтому если мы говорим о том, что в отдельных странах наблюдается отставание в развитии социологической науки, социологического образования, социологических практик, то одну из главных (если не самую главную) причин следует искать в существующем типе общества, государства и политического режима.

Конечно, оптимальным вариантом для успешного функционирования социологии является наличие в стране развитого гражданского общества, правового государства и политической демократии. Именно такая ситуация наблюдается сейчас в целом ряде наиболее развитых стран (США, Германия, Франция, Англия и т. д.). Однако это вовсе не значит, что в иных странах, не столь демократически продвинутых, социология не имеет возможностей для функционирования.

Место и роль социологии в обществе в значительной степени определяется типом отношений между политической властью и гражданским обществом. Господство тоталитарного режима означает практически полное поглощение политической властью гражданского общества, при таком типе отношений могут существовать лишь его отдельные, незначительные элементы, зачастую выполняющие в основном функции его бутафорского прикрытия. Понятно, что «тоталитарный» тип отношений создает крайне сложные, почти невыносимые условия для нормального функционирования социологической науки.

Авторитарный режим означает некоторое смягчение ситуации, далекой, однако, от существования сколько-нибудь значительных гражданских свобод и возможностей людей, а также соблюдения их гражданских прав. Разница между тоталитарным и авторитарным режимами, конечно, есть, но, как справедливо отмечает Б. М. Фирсов, обе эти модели властвования опираются на нелегитимное распорядительство судьбами страны и ее граждан, часто накладываясь одна на другую [13, 99].

С учетом выявления различий между авторитарным и тоталитарным режимом приобретает интерес небесспорное утверждение Л. Гудкова о них с позиций идеологических интересов того и другого. Он, в частности, пишет: «Авторитарный режим (в отличие от тоталитарного) не нуждается в идеологической индоктринации населения, “идейности”, искренней “веры” подданных в обещания руководства, ему достаточно демонстрации лояльности или отсутствие признаков явного сопротивления власти» [2, 166]. Нам кажется, что многое зависит от фазы авторитарного режима и логики его развития. Его обращенность на определенных этапах в сторону тоталитарных тенденций заставляет прибегать ко все более активному идеологическому «вторжению» в повседневность. Собственно, о процессах внедрения тоталитаризма в жизнь общества мы начинаем судить именно по этим попыткам.

Отечественная социология с лихвой «вкусила» авторитарный тип отношений, который установился в «хрущевско-брежневский» период. Вспомним при этом, что сначала имела место «оттепель», впоследствии названная применительно к социологии «золотыми годами» (1960-е), и только затем, в 1970-е гг., основательно «похолодало».

Переходный тип отношений между политической властью, государством и гражданским обществом определяется, прежде всего, направленностью перехода

(т. е. вопрос в том, от чего к чему он совершается). Это может быть переход от тоталитарного к авторитарному режиму или от авторитарного — к демократическому. В этом случае допускается существование отдельных структур гражданского общества, в том числе неполитических и коммерческих организаций, но в пределах контроля над их деятельностью со стороны властей. Конечно, переход может происходить и в обратном направлении — в случае полной узурпации политической власти правящим режимом. Но мы будем рассматривать, прежде всего, вариант перехода от авторитарного к демократическому режиму. Именно такое движение было ближе к условиям нашей страны в 1990-е гг., когда создавались первые гражданские структуры (хотя сейчас мы наблюдаем скорее обратные процессы — от авторитарного в сторону тоталитарного режима).

Складывающееся правовое государство создает юридические условия для появления основных элементов гражданского общества, развивающихся самостоятельно и автономно. Этот процесс (который требует длительного времени) по идее должен осуществляться вплоть до обретения институтами гражданского общества собственной структуры и массового характера. Названный тип отношений характеризуется нестабильностью политического режима, означает возможность относительно автономного существования политической власти и гражданского общества, построенного на принципах взаимной толерантности и лояльности, что должно в конечном итоге привести к структурному и институциональному оформлению различных элементов гражданского сегмента.

Для нашей страны в результате действия Конституции 1993 г. на протяжении примерно 10 лет был характерен именно такой процесс, при этом его практики имели чрезвычайно противоречивый характер. Однако в 2000-е гг., особенно во второй половине первого десятилетия и первой половине следующего, он вновь приобрел авторитарный характер. В таком качестве этот тип отношений, существующий сейчас, создает для функционирования социологии весьма непростые условия. Они усугубляются явно выраженными тенденциями перехода в стране от авторитарного к тоталитарному режиму, по крайней мере, к его отдельным элементам.

Нельзя не отметить в связи с этим принятие в июле 2012 г. нового Федерального закона № 121-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части регулирования деятельности некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента». Закон позволяет рассматривать научную деятельность в социологии как разновидность политической, а некоммерческие (неправительственные) организации, ее осуществляющие, признавать в качестве иностранных агентов.

На практике это означает, что любые результаты социологических исследований, не понравившиеся политическому режиму, можно рассматривать как нелояльные и даже враждебные по отношению к нему действия с вытекающими отсюда последствиями и санкциями. Самой мягкой из них будет, по-видимому, запрет на проведение соответствующих исследований, самой жесткой — уголовное преследование за ведение «враждебной политической деятельности».

Безусловно, новые законодательные меры тоталитарного характера означают мощный удар по свободе слова вообще и социологического, т. е. научного, слова

в особенности. К разряду таких же мер следует отнести принятое на законодательном уровне фактическое приравнивание блогерской деятельности в Интернете к деятельности СМИ, заявление высокопоставленных чиновников о готовности и возможности в случае необходимости прекратить на территории страны деятельность Twitter и Facebook и т. д. и т. п. По существу, вводится, пусть пока не в полном объеме, цензура.

Отчасти такие меняющиеся условия можно сравнить с новым положением социологии, которое все больше напоминает место «между молотом и наковальней». Конечно, подобный тип отношений между политическим режимом и рождающимся гражданским обществом хорошо известен и понятен отечественной социологии, весь вопрос в том, хочется ли к нему (такому типу отношений) возвращаться.

Безусловно, социологию в России больше всего устраивает демократический тип отношений между политической властью и гражданским обществом, что предполагает наличие правового государства, подчиняющегося этому обществу — полномасштабному и всеобъемлющему, превратившемуся в систему и независимому от любой власти. Этот тип отношений означает широкое сотрудничество между властью (государством) и гражданским обществом. Многочисленными практиками в различных демократических странах доказано, что между уровнями демократии и гражданского общества существует тесная связь и прямо пропорциональная зависимость: чем выше уровень первой, тем развитее второе. Реально же между ними существуют партнерские отношения.

Социология при таком типе отношений совершенно не ощущает своей зависимости от политического режима и функционирует как элемент, как органичная и гармоничная составная часть гражданского общества. Поскольку такой тип отношений политической власти и гражданского общества оптимален, социология — в данном случае мы имеем в виду отечественную науку — должна занять «активную жизненную позицию» (термин из социально-политического лексикона 1980-х гг.) на пути создания всеобъемлющего гражданского общества в России.

В свое время А. С. Пушкин писал: «Без политической свободы жить очень можно, без семейной неприкосновенности невозможно». Похоже, что поэт ошибался. Да, собственно говоря, и его творческий путь был доказательством постоянного политического давления и ограничения политических и гражданских прав и свобод. Конечно, многие вполне могут жить без них. Но не те, кто исследует жизнь общества и его членов, причем в любой сфере и на любом уровне, будь то наука, культура, искусство.

Поскольку мы говорим о социологии в гражданском обществе и для гражданского общества, остановимся на социологическом, в том числе нашем, видении этого феномена. Нет необходимости останавливаться на том, что его рассмотрению посвящено поистине необозримое число работ — как за рубежом, так и у нас. Настоящий бум отечественных публикаций пришелся на последние 15–20 лет. Это вполне объяснимо: демократизация общественно-политической жизни страны в постсоветский период ее развития вызвала к жизни чрезвычайно многообразие направлений гражданской активности и общественной самодеятельности, равно как и их исследования.

Вот лишь некоторые из этих направлений: альтернативные государству, существующие вне и помимо его некоммерческие и неполитические гражданские организации и движения, а также частные фонды, их поддерживающие; неангажированные государством СМИ и массовые коммуникации; церковные и религиозные конфессии; семья; частная жизнь граждан; волонтерские и добровольческие движения, имеющие гигантский диапазон сфер деятельности (защита прав граждан и правовое просвещение, охрана природы и экологическая защита, помощь инвалидам, больным детям, одиноким старикам, жизненное устройство выпускников детских домов, защита прав потребителей, работа с детьми и подростками из неблагополучных семей и многое другое). Перечень форм самоконституирования и самомобилизации в современном гражданском обществе можно приводить если не до бесконечности, то очень долго, что свидетельствует о его больших перспективах и создает (пока только в принципе) хорошие предпосылки для развития этого общества в нашей стране.

Что представляет собой гражданское общество и каковы его основные черты, особенности, признаки?

Прежде чем изложить наше понимание этого феномена, приведем несколько его сущностных характеристик, данных другими авторами — специалистами по проблеме гражданского общества, социологами и политологами. Так, Е. В. Галкина трактует гражданское общество как совокупность негосударственных институтов (общественные объединения и движения, некоммерческие организации, политические партии, фонды, ассоциации, СМИ, бизнес и т. д.), функционирующих на основе принципов добровольности, равноправия, реализации законных прав и свобод личности [1]. Изложенная позиция является довольно распространенной среди исследователей гражданского общества.

Большой интерес вызывает точка зрения В. К. Левашова, известного отечественного социолога, на протяжении многих лет изучающего как на теоретическом, так и эмпирическом уровне проблематику гражданского общества и являющегося автором работы «Гражданское общество в современной России. Социологические измерения». В ней он пишет: «Если попытаться выделить сущностный признак социального феномена “гражданского общества”, то в первую очередь необходимо сказать, что это есть значимая социальная общность граждан, образовавшаяся на принципах политической самоорганизации для реализации с помощью государства своих жизненных интересов и защиты гражданских прав, т. е. прав, связанных с владением и распоряжением имуществом. Отсюда следует, что гражданское общество должно состоять из граждан, т. е. владеющих имуществом свободных членов общества, которые осознают, заявляют, декларируют и с помощью инструментов гражданского общества и государства могут реализовать свои интересы» [7, 6].

Обращает на себя внимание, прежде всего, методологический подход В. К. Левашова. Согласно ему, в качестве гражданского общества рассматривается значимая социальная общность, политическая самоорганизация которой получает поддержку со стороны государства. Но тут же почему-то автор сводит все интересы и гражданские права к владению и распоряжению имуществом. При всей их значимости они не являются единственными и не покрывают всей совокупности

прав людей. И в связи с приведенной точкой зрения так и просится еще одно соображение в виде вопроса: а если значимая социальная общность не получает поддержки государства, представляет ли она в таком случае гражданское общество?

Для нас нет альтернативы в ответе на поставленный вопрос: конечно, да. Более того, многие гражданские структуры и возникают в качестве оппозиции по отношению к государству. Но тогда существенное значение приобретает его отношение к таким структурам. Если они не носят политического характера, не противоречат нормам правового (подчеркнем еще раз: правового) государства, являются результатом инициативы и самоорганизации людей, власть просто обязана оказывать им поддержку или, как минимум, не мешать им в реализации гражданских функций.

Приведем еще одну точку зрения на понятие гражданского общества, автор которой — В. Г. Доманов — стремится показать направленность этого концепта не столько на общество, сколько на конкретного человека [5]. По его мнению, гражданское общество — еще один шаг на пути обретения человеком свободы, его собственной сущности. Это тот исторический тип социальности, где главным действующим лицом оказывается осознавший свои общественные и индивидуальные интересы человек со всей многообразной гаммой его непосредственных жизненных потребностей и соответствующей системой ценностей.

В. Г. Доманов полагает, что становление гражданского общества означает отказ от иерархических структур власти в обществе и замену их новыми, открытыми социальными структурами, ячейку которых и составляют общественные, гражданские объединения и организации граждан. Взаимоотношения как внутри их, так и между собой строятся на оппозиции авторитарным методам государственного управления.

По нашему мнению, гражданское общество — это важнейший сегмент общественной жизни, выступающий сферой реализации (самореализации), самопроявления свободных граждан и добровольно сформировавшихся объединений, организаций и ассоциаций, независимых от прямого вмешательства и произвольной регламентации со стороны органов государственной власти. Оно представляет собой многообразные формы связей, объединений, структур, ассоциаций людей, совокупность (взаимосвязь) независимых от государства социальных общностей (в том числе некоммерческих организаций, различных партий, движений и т. д.), не включающих отношения господства и подчинения и не являющихся пассивным и молчаливым объектом управления и манипулирования со стороны власти.

Отличительными чертами гражданского общества являются неполитический, негосударственный характер деятельности его структур, альтернативность по отношению к политической (государственной) системе. Задачи гражданского общества состоят в создании условий для выражения социальной активности значительной части населения, решении многочисленных социальных проблем в его интересах, прежде всего обеспечения прав и свобод каждого конкретного человека. Отсюда следует, что одна из центральных проблем гражданского общества — взаимодействие с государственной властью в интересах реализации его основных задач и поиск путей оптимизации этого взаимодействия.

Особенность такого взаимодействия в современной России состоит в том, что оно базируется на патерналистской модели отношений между государством и институтами гражданского общества. Ее смысл декларируется властью как оказание помощи и поддержки еще не окрепшему гражданскому обществу путем стимулирования деятельности тех или иных его институциональных структур. Однако у государственного патернализма есть и обратная сторона — административный или судебный произвол [2, 144]. Он связан с тем, что под видом государственной поддержки тем или иным структурам гражданского общества на них может оказываться ничем не оправданное давление.

К гражданским структурам, которые поддерживает государство, традиционно относят: Совет при Президенте РФ по содействию развитию институтов гражданского общества и правам человека, гражданские форумы, федеральные и региональные общественные палаты и советы, институт омбудсмена, общественные организации и движения, политические партии, некоммерческие и неполитические организации, общественное мнение, общественную экспертизу, СМИ, институт свободы слова, бизнес и др.

Для оказания поддержки структурам гражданского общества у государства имеется ресурсная база (политическая, финансовая, пропагандистская и т. д.). Однако власть в России использует эту базу выборочно, не в интересах всего гражданского общества, а поддерживая лишь те его структуры, в которых она сама непосредственно заинтересована. Поэтому весомость получаемых институтами гражданского общества ресурсов очень разная. Одно дело — партии и движения, непосредственно взаимодействующие с властью, и совсем другое — некоммерческие организации, особенно те из них, которые власть активно стремится стигматизировать как иностранных агентов.

Это приводит к тому, что за счет оказания избирательной ресурсной поддержки власть конструирует гражданское общество в выгодной для себя модели и конфигурации. Для достижения поставленной цели на многие институциональные структуры гражданского общества, как уже указывалось, оказывается серьезное политическое и правоприменительное давление. Это касается в первую очередь свободы слова, митингов, демонстраций, протестных выступлений, гражданской солидарности, изучения общественного мнения и др.

Власть пользуется низким уровнем политической активности населения, большая часть которого понимает политику не как свое участие в жизни общества через обсуждение его проблем и собственную деятельность в их решении, а как сферу действий самой власти, политических и государственных лидеров. По данным исследований Левада-Центра, готовы лично активно участвовать в политической жизни в последние годы только 16–17% опрошенных [2, 145]. Некоторое оживление политической жизни, наблюдавшееся в 2011–2012 гг., сейчас явно сошло на нет. Как отмечает Л. Гудков, произошла эрозия патерналистских иллюзий. Действует механизм понижающей адаптации как массового примирения значительной части населения с системой несправедливого господства, приспособления к нему [Там же, 142]. При этом оно уживается с негативным, сдержанно-презрительным или неуважительным отношением к власти, которое, как показывают опросы того же Левада-Центра, принципиально не меняется за последние 13 лет [Там же, 156].

Таким образом, взаимосвязи власти, населения и гражданского общества в современной России приобретают противоречивый характер, что и фиксируют некоторые социологические службы. Собственно, противоречивость взаимодействия между его участниками изначально заложена в природу авторитарного режима и вертикаль государственной власти, тогда как взаимоотношения внутри гражданского общества строятся преимущественно по горизонтали, а сама гражданская сфера является многообразной и плюралистичной по своему устройству и структуре (в отличие от единообразия государственной власти).

Что же касается практического аспекта установления связей и взаимодействий между властью и гражданским обществом, то вместо создания большого количества диалоговых площадок система государственной власти дистанцируется от этого сегмента общества. Конечно, можно утверждать (как это делают отдельные авторы), что стремление создать такую дистанцию вызвано отечественными традициями политического администрирования и недоверия к демократическим институтам. Впрочем, с таким же успехом можно утверждать, что у нас в стране сегодня нет авторитарного режима власти, а есть режим политической демократии.

Однако нам представляется более верной иная точка зрения: власть боится гражданского общества, и потому делает все зависящее от нее, чтобы не допустить его усиления, тем более влияния на принимаемые ею управленческие решения. И нужно признать, что власти это удается. Сегодня влияние институтов гражданского общества на государственную политику незначительно, а участие граждан в процессах формирования гражданского общества и органов государственной власти остается «слабым местом» трансформационных процессов в современной России. Л. Гудков справедливо утверждает, что «в обществе нет в достаточной мере социальных сил, способных а) к политической самоорганизации, б) к выработке убедительной и ясной программы действий, способной мобилизовать демократический контингент для правового изменения режима» [2, 178].

И все же гражданский сектор власти нужен, причем по разным соображениям. Во-первых, его наличие выступает как способ легитимации самой власти и управления социумом. Во-вторых, поддерживая те или иные структуры гражданского общества, органы власти публично демонстрируют эффективность своей деятельности и имеют возможность на пропагандистском уровне показывать свою заинтересованность в защите прав граждан и обеспечении свободы реализации их личностного потенциала. В-третьих, демонстративная поддержка властью отдельных структур и действий гражданского общества выступает своеобразным камуфляжем функций и направлений деятельности неправового государства в современной России. В-четвертых, путем ограниченной поддержки отдельных гражданских структур авторитарная власть стремится склонить на свою сторону их оппозиционно настроенных членов и участников тех или иных акций протеста.

Все четыре перечисленных механизма взаимодействия власти с гражданским сегментом общества с той или иной степенью эффективности работают, хотя социологи, к сожалению, не обращают должного внимания на эти процессы (исключая исследования Левада-Центра). Между тем одна из задач социологической науки в современных условиях резкого ужесточения политики власти в отношении

гражданских структур состоит в том, чтобы показывать ее дискриминационный характер — как на теоретическом, так и эмпирическом уровне.

Что касается самого гражданского общества, то, конечно, оно должно взаимодействовать с властью, тем более в современной России, где иного способа существования для него просто нет. Но формы этого взаимодействия могут быть разными, в том числе и в ряде случаев протестными, выражающими несогласие с действиями авторитарного режима. Отсюда следует, что гражданское общество должно укреплять свои позиции, прежде всего, за счет наращивания своего авторитета. Иначе его никто не услышит — ни общественность, ни власть. Гражданскому сегменту нужны: ориентация на социальные и национальные интересы, широкая общественная активность, признанные и незапятнанные лидеры, определенная независимость от власти (как политическая, так и финансовая). Но не нужна ярко выраженная и однозначная ангажированность его структур со стороны органов власти, что, к сожалению, нередко имеет место.

Поскольку власть зачастую рассматривает гражданское общество и его представителей как оппозицию, возникает важный вопрос: ее представитель — это оппонент или враг? От ответа на этот вопрос зависит политика властей в отношении многих структур гражданского общества. Если оппозиционер — оппонент, «с ним надо разговаривать, обсуждать спорные проблемы, находить взаимоприемлемые решения вплоть до передачи властных полномочий. Если оппонента рассматривать как врага, то оппозицию надо устранять всеми имеющимися в распоряжении способами вплоть до полной ее ликвидации» [12, 6]. В последние два года действия Администрации Президента РФ и его самого в первую очередь, Совета Федерации и Государственной думы не оставляют ни тени сомнения в явном предпочтении второго варианта подхода к оппозиции.

Так происходит оттого, что пока не имеет смысла говорить о какой-то реально имеющей место политической борьбе за власть. «Все усилия режима, — пишет Л. Гудков, — направлены на поддержание состояния бесконтрольности власти, а не собственно политической конфронтации или конкуренции оформленных общественных партий, движений, социальных сил. Судьба действующего авторитарного режима... зависит не от появления и активности оппонентов, а от ослабления внутренних сил социального сцепления, эрозии социального порядка, отказа власти в доверии или легитимности, проявляющегося как внезапное рассыпание системы, как это бывает с песочными фигурами и замками на пляже, когда они полностью высыхают» [2, 163].

Участие в создании гражданского общества — своеобразная освободительная миссия отечественной социологии. На ее реализацию, связанную с ликвидацией авторитарного режима власти, глубокой трансформацией всей системы общественных отношений, появлением активистской стратегии поведения у значительной части членов общества, превращением социологии в реально, а не номинально действующий элемент гражданского общества, преодолением раскола в самой социологической науке и многим-многим другим, мы возлагаем наши искренние надежды. Так хочется, чтобы не сбылись в очередной раз пророческие слова поэта: «Жаль только — жить в эту пору прекрасную уж не придется — ни мне, ни тебе».

1. *Галкина Е. В.* Институционализация гражданского общества в контексте современных политических трансформаций. Ставрополь, 2010.
2. *Гудков Л.* Человек в неморальном пространстве: к социологии морали в посттоталитарном обществе // Вестн. общественного мнения. 2013. № 3–4. С. 118–179.
3. *Докторов Б. З.* Первопроходцы мира мнений: от Гэллага до Грушина. М., 2005.
4. *Докторов Б. З.* Все мы вышли из «грушинской шинели»: К 85-летию со дня рождения Б. А. Грушина. М., 2014.
5. *Доманов В. Г.* Концепт гражданского общества: российские реалии. Ростов н/Д, 2009.
6. *Здравомыслов А. Г.* Поле социологии в современном мире. М., 2010.
7. *Левашов В. К.* Гражданское общество в современной России. Социологические измерения. М., 2006.
8. Открывая Грушина / ред.-сост. М. Е. Аникина, В. М. Хруль. М., 2010.
9. Открывая Грушина / ред.-сост. М. Е. Аникина, В. М. Хруль. М., 2011. Т. 2.
10. *Тённис Ф.* Общность и общество // Социол. журн. 1998. № 3–4. С. 206–229.
11. *Тённис Ф.* Общность и общество: Основные понятия чистой социологии. СПб., 2002.
12. *Тощенко Ж. Т.* Новые тенденции в развитии российской социологии // Социол. исслед. 2013. № 4. С. 3–12.
13. *Фирсов Б. М.* История советской социологии: 1950–1980-е годы : очерки. СПб., 2012.
14. *Ядов В. А.* Предисловие // Докторов Б. З. Все мы вышли из «грушинской шинели». С. 4.

*Статья поступила в редакцию 13.08.2014 г.*

УДК 378-57.175:53 + 378.4:009

**М. Л. Залесский**  
**М. Р. Скобло**

## **К ВОПРОСУ О ПРЕПОДАВАНИИ ФИЗИКИ СТУДЕНТАМ ГУМАНИТАРНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

Обосновывается необходимость гуманизации образования, рассматривается взаимосвязь гуманизации, гуманитаризации и профессионализации, выделяются некоторые направления гуманитаризации естественно-научного образования и пути их реализации на примере курса физики.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** гуманизация; гуманитаризация; личность; мировоззрение; естественно-научное образование; курс физики.

Как легко и приятно преподавать физику студентам физического факультета! Наверное, не только физического... Любой технарь понимает, что физика — основа, готов ее изучать, хочет ее знать. Соответственно, на занятии мы даем теоретическую основу, основные формулы, формулируем алгоритм решения, разбираем типовую задачу, даем задание и созерцаем, как наши замечательные студенты шуршат страницами задачника, шелкая задачу за задачей.

Так будет выглядеть учебный процесс, если преподаватель с техническим образованием общается со студентами-технарями. А если нет? Авторам, например, посчастливилось преподавать физику студентам СПО специальности 260807 «Технология продукции общественного питания». Замечательные студенты, неплохая успеваемость, приличная посещаемость и полная неспособность (на первый взгляд) понять элементарные физические закономерности. Что делать?

---

ЗАЛЕССКИЙ Михаил Львович — кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры экономико-математических методов в предпринимательской деятельности Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского (e-mail: zalml@rambler.ru).

СКОБЛО Михаил Романович — кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры экономико-математических методов в предпринимательской деятельности Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского (e-mail: skoblo98@mail.ru).

© Залесский М. Л., Скобло М. Р., 2014

Попробуем разобраться. Примем априори утверждение, что человек, не понимающий наших объяснений, не обязательно лентяй или тупица. Может быть, он просто мыслит по-другому. Постараемся кратко ответить на вопрос: в чем специфика гуманитарного склада мышления?

Во-первых, в конкретном, образном, ассоциативном характере мышления в противовес абстрактно-логическому, «ненаглядному» мышлению современной науки.

Во-вторых, в существенной роли субъективного, эмоционального, экзистенциально-личностного в противовес объективному характеру естествознания.

В-третьих, в выраженном интересе к человеку и его роли в мире в противоположность естественной, т. е. от человека не зависящей и вместе с тем механистической (в широком смысле) ориентации естественных наук.

В-четвертых, в приоритете творческого, художественного начала в отличие от конструктивного, логически последовательного построения научных и технических объектов и понятий.

В-пятых, в преобладании иного типа связей и логики в развитии содержания по сравнению с естественно-научным мышлением и логикой причинно-следственных связей. И так далее.

Список специфических черт, отличающих гуманитарное сознание от естественно-научного, можно было бы продолжить. Однако уже сейчас мы можем ответить на вопрос, который достаточно часто считают риторическим: «Зачем гуманитария физика?» То есть мы можем сформулировать цели педагогической деятельности:

- 1) сообщение студентам знаний о явлениях и законах неживой природы;
- 2) ознакомление с той сферой человеческой культуры и с теми способами рационального отношения к действительности, которые культивируются в науке и прежде всего в физике как наиболее яркой представительнице естественно-научного типа мышления;
- 3) обеспечение элементарного понимания основных принципов работы технических устройств, с которыми современный человек встречается на каждом шагу;
- 4) воспитание интереса к изучению физики;
- 5) формирование разностороннего образа мира, в котором наряду с классической естественно-научной картиной существуют элементы современного научного взгляда на природу как сложную, взаимосвязанную, не механическую, эволюционирующую целостность, а также и его эмоционального восприятия.

Чтобы избежать обвинения в вульгаризации естественно-научного образования, «спрячемся в тени» общепризнанных авторитетов. По словам А. Эйнштейна, подмена явления формулой, математической моделью ведет «к умерщвлению философского духа и наступлению духовной нищеты» [7, 258–259]. И. Кант подчеркивает, что наука нужна для того, чтобы определиться, «как надлежащим образом занять свое место в мире и правильно понять, каким надо быть, чтобы быть человеком» [3, 204]. «Физика, бесспорно, человечна, это можно и нужно показывать, когда мы говорим о физике и преподаем ее», — подчеркивает В. Вайскопф [6, 48]. Ниже мы поговорим о гуманитаризации преподавания физики.

Гуманитаризация образования — это один из путей его гуманизации. Она ориентирована на построение целостной картины мира (прежде всего мира культуры,

мира человека), на очеловечивание знания, на формирование мироощущения как основы нравственной ответственности человека перед обществом и природой. Соответственно, физические законы гуманитариям следует давать через призму конкретных явлений, в которых они проявляются. Это требует специального отбора наиболее характерных и «красноречивых» явлений и экспериментов, в которых суть физической закономерности проявляется наиболее ярко и непосредственно. Очень полезно предложить студенту сформулировать выводы из эксперимента самостоятельно, самостоятельно их проверить. Вариантов может быть достаточно много — от домашних лабораторных работ до исследовательских работ в аудитории, которые выполняются в составе малой группы и в процессе которых студент должен составить схему проведения эксперимента, провести его, обработать результаты, сделать выводы. Эксперимент должен быть понятен, тогда студент сможет, после небольшой тренировки, самостоятельно ставить его умозрительно. В идеале в сознании учащегося эти две стороны физического закона — явление и закономерность, реальное и идеальное — должны все время быть рядом. Тогда не нужно будет говорить об «отрыве от жизни». Более того, подходящий пример облегчит для гуманитария и понимание данной закономерности. Здесь естественно сказать и о подходящей последовательности предъявления материала: сначала явление, эксперимент, а только затем его осмысление — закономерность. Ведь явление для любого человека обладает определенной очевидностью, статусом реальности. Оно убедительнее теории, как бы долго нам ни внушали то, что «чувства обманчивы, а ощущения субъективны», человек скорее поверит своим глазам: «лучше один раз увидеть...».

Если мы хотим научить студентов умению отделять действительное от ложного, сформировать у них способность самостоятельно отличать действительно установленные факты от «точек зрения», необходимо с самого начала сформировать у них здоровое доверие к личному опыту и привычку анализировать и проверять спорные гипотезы на практике (практика — критерий истины). Когда же новое физическое понятие (например, импульс или ускорение) предъявляется сначала как результат математических преобразований или же просто как математическая конструкция, а потом (в лучшем случае) ищется его физический смысл, т. е. отношение к природе, к физической действительности, у многих студентов возникает элементарное непонимание и причудливое «мировоззрение»: будто в действительности существуют формулы, а явления нужны для их иллюстрации. Формулы верны всегда, а явления могут «ошибаться» (сила трения «портит» красивый закон пропорциональности пути квадрату времени движения, усложняет гениально простую запись закона сохранения энергии). Необходимо разделить причину и следствие и изучать природу, а не формулы: «Природа, поднятая на дыбу эксперимента, никогда не выдаст до конца своих тайн» (Гете) [цит. по: 2, 97]. В пользу качественного изучения физики говорит также и тот факт, что существенными для понимания физики являются как раз не сами математические зависимости между величинами, а их «физический смысл», «понимание сути физической ситуации задачи». Недаром решение качественных задач оказывается зачастую более сложным делом для классических технарей [4]. А ведь на качественных задачах легко проверить и знание, и понимание физических законов.

Конечно, это не говорит в пользу полного исключения расчетных задач из содержания курса, однако акцент стоит сместить именно на качественные задачи, на задачи с «осязаемым» результатом. Какой смысл для гуманитария может иметь, к примеру, расчет величины импульса силы? Или же потенциальной энергии тела массой 5 кг, поднятого на высоту 10 м над поверхностью Земли? Что ему скажут эти джоули? Как он может представить себе значение выражения «вторая производная от координаты по времени»? Смысл задачи должен быть представляемым и очевидным.

Важным гуманитарным аспектом содержания физики является история ее развития, а также биографии ученых. И то и другое должно стать частью курса физики, связующей его изложение. Что такое несколько строк о сэре Исааке Ньютоне, помещенные нередко под его малюсеньким портретом в учебнике? За ними совершенно не виден человек, не видно личности, не видно эпохи, а именно это интересует гуманитария. Иногда внимание зацепляется именно за персоналии — необычные фамилии, необычные амплуа: например, насечка на ободке монеты придумана Ньютоном, многоступенчатая ракета и ее применение для полета на Луну впервые описано Сирано де Бержераком в XVII в. [5]. Учебник, как правило, не акцентирует хронологию событий (кто был раньше — Галилей или Ньютон, Ом или Гальвани?), а это важно для нашего гуманитария! [1]. Не менее важен социокультурный аспект развития физики и техники, ведь многие открытия меняли не только науку, но и сознание общества в целом (достаточно привести пример Галилея или вспомнить о встрече Петра Первого и Ньютона). Но особенно важно доказать, что способ мышления, введенный в науку Галилеем, действует в сознании каждого современного человека (и «физика», и «лирика») и кажется очевидным. Это ответ на достаточно привычные вопросы: «кому нужна физика кроме самих физиков?», «кто может это понять?». Каждому человеку вполне доступно знание о том, что поезд метро, в котором он едет, приводится в движение электродвигателем, представляющим собой в упрощенном варианте вращающуюся рамку с током, лампа светится потому, что ток, протекая по нити, нагревает ее, и т. д. Основывая свое объяснение на принципах действия этих доступных и общеизвестных устройств, мы привязываем курс к жизни, делая его из абстрактного конкретным и уходя от вопроса «зачем нам это надо?».

Впрочем, достаточно теории. Рассмотрим два примера. Оговорим еще раз условия: группа технологов общественного питания СПО, стандартная аудитория, отсутствие даже элементарного экспериментально-демонстрационного физического оборудования. Давайте попробуем объяснить технарю, что такое закон Архимеда.

**Пример 1.** На тело, погруженное в вязкую среду (жидкость, газ), действует выталкивающая сила (Архимеда), равная:  $\vec{F}_A = \rho_{\text{ж}} \cdot V_{\text{погр}} \cdot (\vec{a} - \vec{g})$ . Здесь:  $\rho_{\text{ж}}$  — плотность вязкой среды;  $V_{\text{погр}}$  — объем погруженной в вязкую среду части тела;  $\vec{a}$  — ускорение вязкой среды (емкости с вязкой средой). Выберем инерциальную систему отсчета — Земля (рис. 1).

Для вытесненного объема жидкости ( $m_{\text{ж}}$ ) напомним 2-й закон Ньютона:  $\vec{N} + m_{\text{ж}} \cdot \vec{g} = m_{\text{ж}} \cdot \vec{a} \Rightarrow \vec{N} = m_{\text{ж}} \cdot (\vec{a} - \vec{g}) = \rho_{\text{ж}} \cdot V_{\text{погр}} \cdot (\vec{a} - \vec{g})$ . Тогда со стороны

вытесненного объема на нижний слой действует сила  $\vec{N}^{\setminus} = -\vec{N}$  (3-й закон Ньютона). По закону Паскаля на погруженную часть тела действует сила  $\vec{F}_A = \vec{N}^{\setminus} = -\vec{N}$ . Тогда  $\vec{F}_A = \rho_{\text{ж}} \cdot V_{\text{погр}} \cdot (\vec{a} - \vec{g})$ .

$\vec{F}_A \perp$  поверхности жидкости.

В частном случае, при  $\vec{a} = \mathbf{0}$ :  $\vec{F}_A = -\rho_{\text{ж}} \cdot V_{\text{погр}} \cdot \vec{g}$  — закон, сформулированный Архимедом.

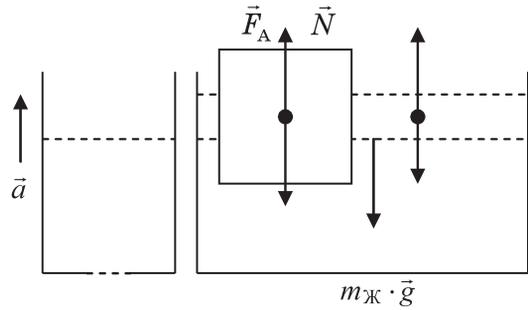


Рис. 1

Процесс объяснения закона Архимеда гуманитариям может оказаться более длительным. Например, предлагаем студенту вспомнить, в каком случае куриное яйцо в воде плавает (*если оно недостаточно свежее*). Наши технологи знают это великолепно. Предлагаем подумать, что может измениться у несвежего яйца — масса, объем, что-то еще? Пока студенты гадают, задаем еще один вопрос: что произойдет, если воду, в которой варится яйцо (или картофелина) посолить? (*всплывет*). Далее предлагаем студентам дома поэкспериментировать (поменять количество соли, взять вместо картофелины свеклу и т. д.), даем выкладки, приведенные выше, и предлагаем с помощью этих выкладок объяснить наблюдаемое. На следующем занятии помогаем студентам сделать правильный вывод, т. е. сформулировать закон Архимеда. Что мы изменили? Наш гуманитарий запомнил не последовательность непонятных формул, а последовательность вполне реальных «картинок» и объяснений к ним. Ему действительно выражение «посолить воду» гораздо понятнее, чем выражение «увеличить плотность жидкости».

Выберем пример посложнее.

**Пример 2.** Тело массы  $m$  на плоскости с углом наклона  $\alpha$  и коэффициентом трения  $\mu$ , движущееся с постоянной горизонтальной скоростью  $V$  по окружности радиуса  $R$ . Тело не должно скользить по плоскости. Определить угол  $\alpha$ .

Как решит эту задачу технарь, выясним чуть позже. Интереснее разобраться, как объяснить задачу гуманитариям. Наши технологи общественного питания не очень представляют себе, что такое «коэффициент трения  $\mu$ », зато они гораздо лучше, чем мы с вами, умеют носить подносы. Да, это умение пришло опытным путем, да, они не вдумывались... Так пусть вдумаются! Формулируем:

Официант поворачивается вокруг своей оси за две секунды. Как можно найти угол, на который надо наклонить поднос, чтобы содержимое подноса не соскользнуло с него. Как зависит результат от скорости поворота, от положения руки (согнута, выпрямлена), гладкости подноса?

Предложите студентам поэкспериментировать дома, используйте их профессиональный опыт. Чтобы размышлять им было проще, напишите на доске, не объясняя, следующие «подсказки»:

Тело массы  $m$  на плоскости с углом наклона  $\alpha$  и коэффициентом трения  $\mu$ , движущееся с постоянной горизонтальной скоростью  $V$  по окружности радиуса  $R$ . Тело не должно скользить по плоскости. Определить угол  $\alpha$ .

Выберем инерциальную систему отсчета – Земля и прямоугольную систему координат –  $XY$ .

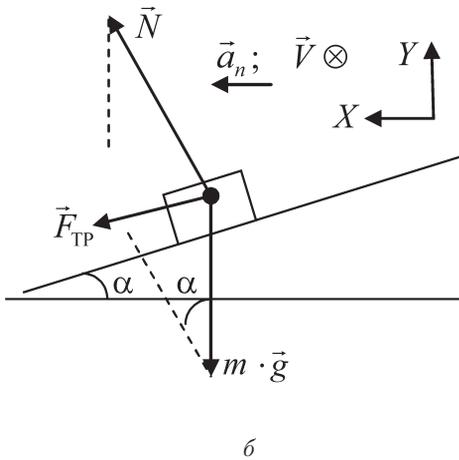
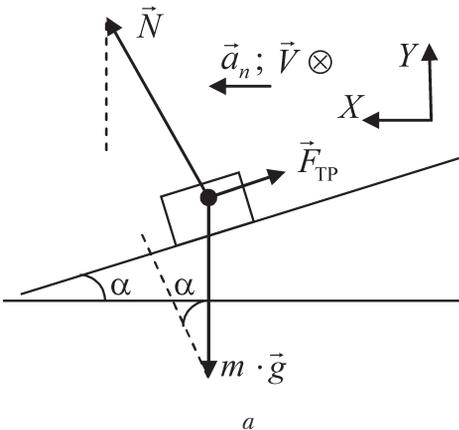


Рис. 2

2-й закон Ньютона:

$$\vec{N} + m \cdot \vec{g} + \vec{F}_p = m \cdot \vec{a}. \quad (1)$$

Случай «а», рис. 2: спроецируем (1) на координатные оси.

$$Y: N \times \cos\alpha - m \times g + F_{TP} \times \sin\alpha = 0;$$

$$X: N \times \sin\alpha - F_{TP} \times \cos\alpha = m \times a_n.$$

Уравнения связи:

$$F_{TP} \leq \mu \times N; \quad (2)$$

$$a_n = \frac{V^2}{R}. \quad (3)$$

После преобразований получим:

$$\operatorname{tg}\alpha \leq \frac{1 + \mu \cdot \frac{g}{a_n}}{\frac{g}{a_n} - \mu}. \quad (4)$$

Случай «б», рис. 2: спроецируем (1) на координатные оси.

$$Y: N \times \cos\alpha - m \times g + F_{TP} \times \sin\alpha = 0;$$

$$X: N \times \sin\alpha - F_{TP} \times \cos\alpha = m \times a_n;$$

Уравнения связи также (2) и (3).

После преобразований получим:

$$\operatorname{tg}\alpha \geq \frac{1 - \mu \cdot \frac{g}{a_n}}{\frac{g}{a_n} + \mu}. \quad (5)$$

После объединения (4) и (5) получим:

$$\operatorname{tg}\alpha \in \left[ \frac{1 - \mu \cdot \frac{g}{a_n}}{\frac{g}{a_n} + \mu}, \frac{1 + \mu \cdot \frac{g}{a_n}}{\frac{g}{a_n} - \mu} \right]. \quad (6)$$

На следующем занятии помогите студентам сделать правильные выводы. Придется смириться с тем, что технари большую часть этой цепочки способны пройти самостоятельно, гуманитариев же придется вести за руку. Как легко и приятно преподавать физику студентам физического факультета!

Нами была проверена эффективность предложенной методики. Поскольку на потоке у нас учатся две группы, близкие и по численности (25 и 28 человек), и по успеваемости, мы предложили одной группе «гуманитарный вариант» задания (пример 2), второй – «технический». Понятно, что подобная оценка дает весьма приблизительный результат, хотя бы потому, что преподавание в обеих группах ведется изначально по «гуманитарной методике», но оценить ситуацию

она позволяет. Поскольку высокой точности достичь мы не пытались, успешность выполнения задания оценивалась нами грубо («выполнено» — «не выполнено»). Так вот, задача в «гуманитарной подаче» была решена успешнее на 15 %. Повторимся еще раз, результат этот весьма приблизителен, но тем не менее он позволяет с уверенностью сказать, что элементарный курс физики вполне доступен для любого студента — и технаря, и гуманитария.

---

1. Григорян М. Э. Формирование научного мировоззрения студентов средствами истории математики в процессе обучения теории вероятностей // Социосфера. 2014. № 3. С. 87–89.

2. Залесский М. Конструирование и реализация технологии приобщения учащихся к здоровому образу жизни во взаимосвязи классной и внеклассной работы : дис. ... канд. пед. наук. Н. Новгород, 2005.

3. Кант И. Соч. М., 1964. Т. 2.

4. Молькова Т. Природосообразная педагогика — технология «нового образования» // Высокие технологии в педагогическом процессе : тез. докл. II междунар. науч.-метод. конф. преподавателей вузов, ученых и специалистов. Н. Новгород, 2001. С. 48–49.

5. Плонский А. Человек — машина. Новосибирск, 1976.

6. Проблемы преподавания физики. М., 1978.

7. Эйнштейн А. Собрание научных трудов. М., 1967. Т. 4.

*Статья поступила в редакцию 14.09.2014 г.*

УДК 378.141.4 + 378.4:62

**В. А. Дорошенко**  
**В. В. Запарий**

## **ОБ АДАПТАЦИИ УЧЕБНЫХ ПРОГРАММ ПРИКЛАДНОГО БАКАЛАВРИАТА В ТЕХНИЧЕСКИХ ВУЗАХ**

Рассматриваются вопросы организации и учебно-методического обеспечения прикладного бакалавриата — новой формы обучения в вузах по направлениям производственно-технического профиля. Оцениваются результаты внедрения данной формы в учебных заведениях, принявших участие в эксперименте, проводимом в рамках конкурсного отбора вузов и колледжей РФ.

**Ключевые слова:** прикладной бакалавриат; учебные программы; адаптация; результаты эксперимента.

Термин «прикладной бакалавриат» появился относительно недавно — в 2009 г. Еще будучи ректором Московского института стали и сплавов (МИСиС), нынешний министр образования и науки М. Ливанов настаивал на необходимости введения подобной формы обучения с целью повышения практической эффективности высшего образования и решения насущных социальных потребностей: трудоустройства выпускников, удовлетворения нужд предприятий в квалифицированных кадрах современного уровня и др.

«Прикладной бакалавриат» (ПБ) — это форма подготовки в высших учебных заведениях специалистов среднего звена сугубо практической ориентации, стартовавшая в России в 2010 г. Предполагалось, что, проучившись три-четыре года, обучаемые по особым программам выпускники станут востребованными на рынке труда, который испытывает острый дефицит в практически ориентированных специалистах. При этом они будут иметь достаточно качественную теоретическую подготовку, которая необходима для высокотехнологичных производств.

О предпосылках создания этих своеобразных гибридов техникума (СПУ) и вуза, а также о позиции Минобрнауки рассказал в своем интервью директор Департамента государственной политики в области образования И. Реморенко [20]. Он представил своеобразную «программу намерений и действий» на будущее. Попытаемся сопоставить благие намерения и реальные результаты, полученные в ходе проведения эксперимента, а также выскажем некоторые соображения о его успешности.

Прежде всего, И. Реморенко указал на социальные и производственно-технические причины, вызвавшие к жизни данный формат обучения. Их несколько.

---

ДОРОШЕНКО Виктор Александрович — кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры гидравлики Строительного института и кафедры истории науки и техники Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: viktor.dorosh2013@yandex.ru).

ЗАПАРИЙ Владимир Васильевич — доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой истории науки и техники Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: Vvzap@mail.ru).

© Дорошенко В. А., Запарий В. В., 2014

Во-первых, как выяснилось, почти две трети выпускников техникумов сразу по окончании СПУ поступают в вузы частично из-за престижа, частично (юноши) стремясь избежать призыва в армию и т. д. Это при том, что во многих регионах выпускники техникумов более востребованы на производстве и в народном хозяйстве, чем инженеры. Вместо того, чтобы работать и повышать квалификацию на заводах, в школах, больницах, набираться ценного опыта, молодежь в погоне за статусом удлиняет срок своего ученичества на четыре-пять лет. Во-вторых, многие «рабочие» профессии в последние годы так усложнились, что требуют знаний теоретических основ и принципов технологических процессов (например, в металлургии, машиностроении, материалобработке и др.). А поскольку практическая деятельность по таким специальностям усложняется, то и подготовка работников постепенно приближается к уровню высшего образования. Поэтому было принято решение дать возможность учащимся получить высшее — бакалаврское — образование с четко выраженным ориентиром на соответствующие рабочие места и даже конкретные предприятия.

Возникает вопрос: по каким направлениям подготовки и в каких формах будет реализовываться прикладной бакалавриат?

Из текста интервью складывается представление, что речь идет, прежде всего, о высокотехнологических специальностях и профессиях производственно-технической ориентации. Однако Реморенко, назвав машиностроение, материалобработку, металлургию, информатику и вычислительную технику, энергетику и др., сюда же включил экономику, педагогику, юриспруденцию, банковское дело (?). И в списке федеральных образовательных учреждений (среднего и высшего профобразования) — победителей конкурсного отбора для участия в эксперименте по созданию ПБ 11 из 49 вузов и колледжей представляют специальности экономического и гуманитарного направлений, т. е. более 20 %. В то же время вузы регионов — опорных центров индустриального развития страны, таких как Самарская, Томская области, Пермский край, Удмуртия, Башкортостан и др., в перечне не представлены вообще, а такой флагман научно-технического прогресса, как Екатеринбург, и его ведущие вузы — Уральский федеральный университет, горный университет, профессионально-педагогический университет и другие или отсутствуют в списке, или представлены направлением, далеким от насущных потребностей промышленных предприятий и социально-хозяйственного комплекса региона. Например, УрФУ обеспечивает подготовку лишь по специальности «Сварочное производство», тогда как Уральский регион — это признанный центр нефтяного, тяжелого и транспортного машиностроения, цветной и черной металлургии, горнодобывающей промышленности, высотного строительства, атомной энергетики и т. д., т. е. отраслей, испытывающих в настоящее время хроническую нехватку квалифицированных кадров среднего звена, ускоренная подготовка которых могла бы снизить остроту дефицита. А вот недостатка в экономистах и юристах, тем более среднего звена (!?), как нам представляется, нет не только в областных центрах, но и в любом относительно крупном городе.

И вообще создается впечатление, что этот якобы «конкурсный отбор» был организован и проведен наспех — неэффективно, бессистемно и непродуманно (лишь бы отчитаться о выполнении постановления Правительства [12]).

Поэтому вскоре местные власти и региональные вузы по собственной инициативе начали организовывать актуальную и необходимую для них форму подготовки по направлениям и специальностям, востребованным на местных предприятиях и организациях, особенно в так называемых *монопрофильных старопромышленных городах*, население которых десятилетиями трудится на одном-двух градообразующих предприятиях — промышленно-хозяйственной основе данного социума [3, 427]. В таких городах, как правило, нет вузов или их подразделений, но почти всегда при заводах и предприятиях функционируют техникум, ПТУ и т. п. На их базе оказалось вполне возможным внедрять ПБ, осуществив некоторую методологическую и организационную модернизацию учебного процесса. Так, в Серове, Невьянске, Алапаевске и других городах Свердловской области при преподавании теоретических дисциплин использовалась дистанционная форма обучения, а производственная практика проводилась на предприятиях данного города. Причем хотя выпускникам выдавался диплом обычного академического бакалавриата, подготовка, по сути, осуществлялась в рамках прикладного.

Несоответствие выбора специальностей и вузов, участвующих в реализации концепции прикладного бакалавриата, реальным потребностям народного хозяйства страны вызывает недоумение в связи с тем, что Федеральным институтом развития образования (ФИРО) Минобрнауки РФ в декабре 2009 г. была разработана Концепция создания программ прикладного бакалавриата в системе профессионального образования Российской Федерации [1] (отмеченная дипломом Всероссийского профессионального конкурса «Инноватика в образовании»), материалы которой (якобы) использовались при формировании конкурсной документации для проведения конкурса среди образовательных учреждений. В названной Концепции четко указано, что «развитие экономики России в последнее десятилетие обусловило необходимость учета требований работодателей к результатам профессионального образования. Потребности современного российского рынка труда разнообразны, но единство работодателей проявляется в одном — нужны высококвалифицированные кадры, от рабочего, техника-технолога до ученого-исследователя... Создание программ прикладного бакалавриата, как вида программ *массового, регионально ориентированного высшего образования, должно стать основой решения проблемы сбалансированности развития сфер труда и профессионального образования* (курсив наш. — Авт.)» [Там же]. В Концепции определено, что «миссия программ прикладного бакалавриата состоит в следующем:

- преодоление риска потери практикоориентированности при введении уровня высшего образования;
- снижение уровня издержек организации работодателей по доучиванию выпускников;
- адаптация образовательных программ вузов к заказу на практикоориентированные результаты, соответствующие требованиям профессиональных стандартов;
- сокращение сроков вхождения молодежи на рынок труда в условиях демографического кризиса и старения кадров;
- снижение риска нетрудоустройства выпускников;

— расширение вариативности образовательных программ и сокращение их дублирования на уровнях среднего и высшего профессионального образования» [1, 2].

Основные положения Концепции разрабатывались на основе анализа статистических данных по распределению выпускников СПУ 2009 г. по укрупненным группам специальностей, в которых до одной трети выпускников продолжили обучение в вузах (92 311 человек из 448 071). Причем такое решение определялось не столько личным выбором выпускника, сколько требованиями со стороны работодателей (!). В перечень этих укрупненных групп специальностей входят: «Экономика и управление», «Информационная безопасность», «Энергетика», «Энергетическое машиностроение и электротехника», «Металлургия, машиностроение и материалобработка», «Авиационная и ракетнокосмическая техника», «Транспортные средства», «Информатика и вычислительная техника», «Архитектура и строительство» и др.

По данным опроса Центра тестирования и развития «Гуманитарные технологии» [19], проведенного в мае 2009 г., именно работники производственно-инженерной сферы, сферы информационных технологий, коммуникаций и торговли наиболее востребованы работодателями на рынке труда. И именно БП наиболее эффективен для подготовки таких специалистов, поскольку позволяет обеспечить необходимый уровень квалификации, сократить затраты и сроки обучения, а также дает основания для пересмотра перечня специальностей среднего звена с целью приведения его в соответствие с потребностями рынка труда и конъюнктуры производства.

Основной вывод Концепции: «Программы прикладного бакалавриата могут получить распространение в регионах (обладающих перспективными промышленными предприятиями, развитой инфраструктурой, активными объединениями работодателей, способными формировать целевой заказ образовательным учреждениям и участвовать (в том числе и в финансовом отношении) в его реализации) и по определенным направлениям подготовки, связанным с реальными секторами экономики, такими как машино- и приборостроение, инженерные, информационные, химические технологии, строительство, сфера обслуживания и т. п.» [1, 17].

В этом контексте рассмотрим некоторые результаты внедрения ПБ в образовательных учреждениях, участвующих в эксперименте. Эти промежуточные итоги были подведены 4 февраля 2013 г. на первом заседании рабочей группы Ассоциации ведущих вузов экономики и менеджмента (АВВЭМ) [15]. В состав рабочей группы вошли представители разных вузов, причем не только участников эксперимента. Целью обсуждения, по словам руководителя группы Л. Миэринь, должно было стать «единое видение модели прикладного бакалавриата». «Если профессиональное сообщество выработает такую модель, — утверждала она, — ее реализация может начаться в разных вузах в ближайшее время» [Там же, 1].

Свои модели на заседании представили несколько вузов, в том числе Уральский федеральный университет, поэтому уделим основное внимание подходам к проблеме ПБ именно ведущих технических вузов.

Как уже говорилось выше, инициатором создания ПБ явился Московский институт стали и сплавов, об опыте которого на заседании рабочей группы сообщил зам. начальника управления стратегического развития вуза А. Данилин.

Программу БП вуз реализует совместно с колледжем: первые пять семестров (включая 20 недель практики) занятия проводятся на базе колледжа — в рамках среднего профессионально ориентированного обучения, затем три семестра (включая 9 недель практики) студенты учатся в головном вузе — по программам высшего образования. А. Данилин признает, что по направлению «Металлургия» разница между средним и высшим уровнями образования ощутима, и читать курсы по вузовским программам студентам, пришедшим из СПУ, весьма сложно. «Модельный выпускник» программы «МИСиС-колледж» — это «технолог-эксперт, который разбирается в металлургии и сварочном производстве, т. е. является специалистом широкого профиля, который подготовлен *не под конкретное рабочее место* (курсив наш. — Авт.), поскольку готовить студентов под конкретное предприятие бессмысленно: за четыре года спрос на рынке труда изменится» [15, 4]. В перспективе МИСиС предполагает развивать прикладной бакалавриат в своих филиалах, где есть градообразующие и регионообразующие предприятия.

По сходной организационной структуре работает и Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ», проректор которого Н. Лысенко отметил, что «экспериментальный ПБ в вузе реализуется на базе колледжа с участием преподавателей ЛЭТИ. На последнем году обучения студенты (колледжа) зачисляются в университет, часть курсов им перезачитывается...» [Там же]. При этом трудоемкость программы получается в 1,75 раза выше, чем при обычном бакалавриате, так как выпускники в итоге получают два диплома — колледжа и вуза. По словам Н. Лысенко, работодатели считают, что наличие двух дипломов позитивно сказывается на «рыночной устойчивости выпускников» [Там же].

Но тогда возникает закономерный вопрос: а не сводит ли к нулю такой подход саму идею прикладного бакалавриата, ориентированного прежде всего на выигрыш во времени?

Программу УрФУ на заседании озвучил заместитель проректора по учебной работе профессор О. Ребрин. Он сообщил, что заказ на подготовку студентов по программе *производственно-технологического бакалавриата* (ПТБ) вуз получил от Уральской горно-металлургической компании. Программа разработана на основе профессиональных стандартов самой УГМК. «Работодатели буквально еженедельно бывают у нас, участвуют в софинансировании процесса и за каждую копейку спрашивают с нас достаточно жестко», — отметил он [Там же, 5]. По его мнению, программа вполне укладывается в рамки ФГОС ВПО по направлению «Металлургия», акцент сделан на практико-ориентированную подготовку, причем после второго курса по результатам практики можно получить рабочую профессию. Два с половиной года студенты учатся по единому плану, а затем делятся на четыре подгруппы для обучения по профилям, которые требуются работодателю, и эта часть учебного плана корректируется под нужды работодателя (обычно на последнем году обучения). Программа реализуется без участия учреждений СПО: за практическую, производственную подготовку отвечает учебный центр УГМК. Университет присваивает степень бакалавра, а профессиональную квалификацию дает работодатель на основе собственной системы сертификации. В отличие от выпускников техникумов, студенты, обучающиеся по программе ПТБ, работая

в должности мастера, могут продвигаться по служебной лестнице и продолжить обучение в *технологической магистратуре* и даже *аспирантуре*.

Укажем в связи с сообщением О. Ребрина на целый ряд принципиально важных моментов. Программа ПБ будет успешной, если: 1) ориентирована на современного и успешного работодателя (а, как известно, УГМК — несомненный лидер в цветной металлургии не только в России, но и в мире); 2) реализуется при тесном и четком взаимодействии вуза и работодателя как в организационном, так и в учебно-методическом плане; 3) базируется на заинтересованности заказчика в высоком качестве обучения студентов и предоставлении соответствующих материально-технических средств (стенды, тренажеры, оборудование для практики и т. д.); 4) выпускники сразу включаются в производственный процесс предприятия.

Безусловно, такой вариант — самый оптимальный и, к сожалению, весьма редкий. Но и в этом случае не все протекает гладко. Участники заседания рабочей группы выделили ряд общих проблем, выявившихся при проведении обучения по формату ПБ. Среди них — отсутствие четкой нормативной базы, утвержденной министерством, неопределенность в сроках обучения и в структуре учебных планов, отсутствие нормативных критериев оценки качества подготовки выпускников по программе ПБ, а главное — отсутствие общепризнанной, универсальной модели ПБ, подкрепленной соответствующим комплексом учебных дисциплин и программ, хотя бы ориентировочных. Руководитель Центра начального, среднего, высшего и дополнительного профессионального образования ФИРО В. Блинов так объясняет сложившееся положение: «Причина разночтения (о сроках обучения) объясняется подвижностью педагогических концепций — тот самый случай, когда “хвост виляет собакой”. Сначала появилось само понятие “прикладной бакалавриат”, а потом оно стало наполняться разными смыслами. Сегодня есть два основных подхода к прикладному бакалавриату. Первый — это подготовка рабочих с высшим образованием, второй — что это полноценный бакалавриат с расширенной прикладной частью, которая прежде всего ориентирована на трудоустройство. Мы придерживаемся второго подхода и разрабатываем соответствующую концепцию» [7, 5].

Итак, фундаментальной проблемой при реализации формата прикладного бакалавриата является отсутствие общепринятого представления о нем и, как следствие, методическая необеспеченность программами, лекционными курсами, практикумами и т. д. В связи с этим мы хотели бы (в контексте адаптации рабочих программ для дисциплин технических направлений подготовки) высказать ряд соображений, касающихся как организационных, так и методических аспектов проблемы.

Речь идет о так называемых *общих дисциплинах* для профессионально-технической подготовки (физика, теплотехника, гидродинамика и др.) и *культурно-образовательных*, составляющих отдельный блок сугубо бакалаврской подготовки (история, философия и др.) [4].

Рассмотрим для примера методологию преподавания курса гидрогазодинамики (ГГД) — дисциплины, включаемой в учебные планы большинства направлений технической подготовки (машиностроение, строительство, металлургия, энергетика и т. д.). На кафедре гидравлики Строительного института УрФУ накоплен

опыт преподавания ГГД для самых разных специальностей, включая группы ускоренной подготовки, курсы повышения квалификации и др. [6]. Тем не менее при адаптации курсов ГГД для прикладного бакалавриата программы приходится пересматривать и в плане теории, и особенно в плане практических занятий. Учебные пособия становятся скорее учебно-практическими, поскольку содержат необходимый материал для практических расчетов, тестов и даже курсовых работ [16]. Кроме того, практикум должен быть профессионально ориентированным, т. е. примеры, упражнения и задания следует подбирать в контексте будущих производственных ситуаций и проблем, как бы предваряя использование полученных сведений уже в конкретной профессиональной деятельности выпускника. Для этого преподавателям кафедры гидравлики приходится углубляться в профессиональные проблемы разных специальностей, участвуя в совместных комплексных научных исследованиях и даже создавая в итоге обобщающие работы [10].

Заметим в связи с этим, что ПБ по направлению строительства даже не был включен в конкурсный отбор для проведения эксперимента, что вызывает недоумение и подтверждает высказанное нами мнение о бессистемности организации и проведения этого мероприятия. Поэтому ведущие строительные вузы страны (Томский государственный архитектурно-строительный университет, Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет и др.) сами стали формировать программы ПБ и реализовывать их [9].

На заседании Новосибирского регионального отделения УМО вузов РФ по образованию в области строительства был предложен Проект изменений в ФГОС-З по направлению 270800.62 «Строительство» (бакалавриат) с анализом ожидаемых последствий их внедрения [Там же], этот проект был направлен в Минобрнауки. В него включены три строительных специализации: «Архитектура», «Строительство» и «Реконструкция и реставрация архитектурного наследия». Томский архитектурно-строительный университет включил в программы ПБ специализации «Землеустройство и кадастры» и «Строительство» с поднаправлениями: промышленно-гражданское строительство, жилищно-коммунальный комплекс и инженерно-сметная деятельность в строительстве. Этот перечень однозначно указывает на сферы интересов работодателей, в которых им необходимы квалифицированные кадры нужного уровня [Там же, 14].

Что касается адаптации для прикладного бакалавриата *программ культурно-гуманитарного профиля*, то, на наш взгляд, этот аспект совершенно не проработан. Даже если эти дисциплины и включаются в учебные планы (в весьма урезанном виде — из-за нехватки почасового фонда), то никаких специальных (системообразующих) задач и целей перед кафедрами не ставится. А между тем эти дисциплины тоже целесообразно «встраивать» в систему подготовки — и концептуально, и методологически. Полагаем, что в программы ПБ технических направлений обязательно должна быть включена такая дисциплина, как «История науки и техники», для которой соответствующей кафедрой УрФУ был выпущен учебник, хорошо себя зарекомендовавший и имеющий несколько переизданий [8]. Однако он может служить лишь общетеоретической основой курса. А в прикладном аспекте было бы крайне полезно и продуктивно дополнять историческую хронологию современными взглядами на методологию научно-технических

открытий [11], теорию технических изобретений [13], показывать студентам, как прогнозы специалистов о перспективах научно-технического прогресса совпадают (или не совпадают) с действительной реализацией [17]. При таком подходе технико-технологическая история человеческого общества для будущих работников производственно-промышленной сферы становится не только общеобразовательной, но и профессионально-формирующей дисциплиной [7]. Целесообразно подготовить и адекватное практическое обеспечение курса задачками [18] или учебно-практическими пособиями, снабдив их схемами, типовыми алгоритмами решений, а также хрестоматиями.

Хотелось бы высказать также ряд соображений по адаптации программ некоторых дисциплин, включаемых в планы прикладного бакалавриата по экономико-управленческим специальностям. Речь идет, прежде всего, о курсе «Концепции современного естествознания». Позиция кафедры истории науки и техники УрФУ отражена достаточно подробно в целом ряде публикаций [4], остановимся здесь лишь на одном практическом аспекте. Речь идет о проблеме экономической оценки эффективности работы технических и технологических систем, решение которой в наглядной форме демонстрирует студентам-гуманитариям взаимосвязь физических и экономических законов, действующих в природе и обществе, т. е. единство и универсальность научных закономерностей в мире. Особенно целесообразно, на наш взгляд, использовать такой подход в теме «Энергодинамические концепции природы и общества», которую можно излагать обучаемым и в общенаучном, и в конкретно-практическом плане — на примерах расчетных оценок затрат на производство, потребление и экономии различных видов энергии в современном индустриальном обществе [2, 95–104].

Следовательно, хотя названная выше Концепция определяет прикладной бакалавриат как «новый вид профессионального образования», мы считаем, что он, по сути, является специфическим, практико-ориентированным обучением, задача которого состоит в подготовке кадров непосредственно для рынка труда, поэтому все методическое обеспечение в вузе (программы, модули, практикумы и др.) должны быть подчинены этой цели, а реализацию программ должны совместно осуществлять корпорация работодателей и вузовское профессорско-преподавательское сообщество, действуя в интересах реального сектора экономики и используя достаточно гибкие, самонастраивающиеся механизмы адаптации и обратной связи между промышленностью и вузами.

---

1. Блинов В. И., Дудырев Ф. Ф., Есенина Е. Ю. и др. (авт.-сост.). Концепция создания программ прикладного бакалавриата в системе профессионального образования Российской Федерации. М., 2010. 17 с.

2. Дорошенко В. А. Концептуальные системы естествознания : учеб. пособие. Ч. 1, лекции 10–11. Екатеринбург, 2012. С. 95–104.

3. Дорошенко В. А. Диверсификация профессионально-технического образования в контексте социально-экономических проблем монопрофильных городов // Урал индустриальный: Бакунинские чтения : материалы XI Всерос. науч. конф. Екатеринбург, 2013. Т. 1. С. 427–435.

4. Дорошенко В. А. Основы гидрогазодинамики (краткий курс) : учеб.-практ. пособие для бакалавриата строительных направлений. Екатеринбург, 2014. 74 с.

4. *Дорошенко В. А.* Основы гидрогазодинамики (краткий курс) : учеб.-практ. пособие для бакалавриата строительных направлений. Екатеринбург, 2014. 74 с.
5. *Дорошенко В. А., Москаленко М. Р.* Дисциплина «Концепции современного естествознания в системе вузовского образования» // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 2 (126). С. 88–94.
6. *Дорошенко В. А., Носков А. С., Некрасов А. В.* Опыт ускоренной подготовки инженеров-гидравликов по очно-заочной форме обучения // Сб. материалов Всерос. совещ. УМК по специальности «Гидравлические машины, гидроприводы и гидропневмоавтоматика». Пермь, 1–6 июня 2009 г. Пермь, 2009. С. 126–131.
7. *Запарий В. В., Личман Б. В., Нефедов С. А.* Технологическая интерпретация новой истории России // Регион-Урал (Екатеринбург). 1999. № 12.
8. История науки и техники : учеб. пособие / В. В. Запарий, А. В. Бармин, В. А. Дорошенко и др. ; под ред. проф. В. В. Запария. 4-е изд., испр. и доп. Екатеринбург, 2014. 336 с.
9. *Надешин А. А.* Ожидаемые изменения в ФГОС-З по направлению 270800.62 «Строительство» (бакалавриат) и последствия их внедрения. Новосибирск, 2013.
10. *Некрасов А. В.* Компьютерное моделирование гидродинамических процессов в системах водоснабжения. Екатеринбург, 2014. 307 с.
11. *Новиков А. С.* Научные открытия: типы, структура, генезис. М., 2007. 200 с.
12. О проведении эксперимента по созданию прикладного бакалавриата в образовательных учреждениях среднего профессионального и высшего профессионального образования : постановление Правительства РФ № 667 от 9.08.2009 г.
13. *Орлов М. А.* Нетрудная ТРИЗ (теория решения изобретательских задач) : универс. практ. курс. М., 2011. 384 с.
14. Поступающим в ТГАСУ: Мы строим будущее! Бакалавриат [Электронный ресурс]. URL: [http://abiturient.tsuab.ru/choose\\_your\\_profession/cel\\_pr/](http://abiturient.tsuab.ru/choose_your_profession/cel_pr/) (дата обращения: 02.10.2014).
15. Прикладной бакалавриат: образование выше среднего : материалы «круглого стола» / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М., 2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hse.ru/news/avant/73442060.html> (дата обращения: 02.10.2014).
16. Прикладной бакалавриат: самое практичное образование : интервью с руководителем Центра профессионального образования ФИРО В. Блиновым. ОРЕС.ру : [экспертный сайт «Открытая экономика»]. URL: <http://www.ores.ru/1378682.html> (дата обращения: 02.10.2014).
17. *Рьедматтен Э. де.* Изобретения XXI века, которые изменят нашу жизнь / пер. с англ. Е. Адамович. М., 2009. 336 с.
18. *Смирнов С. Г.* Задачник по истории науки: От Фалеса до Ньютона. М., 2001. 368 с.
19. Центр тестирования и развития «Гуманитарные технологии» факультета психологии МГУ / рук. д-р психол. наук, проф. А. Г. Шмелев [Электронный ресурс]. URL: <http://teletesting.ru/> (дата обращения: 02.10.2014).
20. Что представляет собой «прикладной бакалавриат»? : интервью с директором Департамента госполитики Минобрнауки РФ Игорем Реморенко [Электронный ресурс]. URL: <http://www.studytime.ru/stati/chto-predstavljaet-iz-sebja-programa-prikladnogo-bakalavriata-i-kakovy-osobnosti-e-realizaci.html> (дата обращения: 02.10.2014).

*Статья поступила в редакцию 03.10.2014 г.*

УДК 159.943:37.011.3+17.021.1

М. Н. Дудина

## АССЕРТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ В ЭТИКО-ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Автором с позиции нравственно-ориентирующей этики рассматривается психолого-педагогическая проблема формирования асертивности начиная с детского возраста. В качестве дидактического средства формирования асертивного поведения предложен диалог.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** асертивность; асертивное поведение; нравственно-ориентирующая этика; фасилитирующая психология и педагогика.

Я ведь всего только и хотел попытаться жить тем,  
что само рвалось из меня наружу. Почему же это  
было так трудно?

Г. Гессе

Новые для отечественных научных исследований и психологической практики понятия *асертивное поведение* (анг. assert — утверждать, отстаивать), *асертивность* (assertiveness), на наш взгляд, требуют прежде всего теоретико-методологического анализа. Заметим, что виртуальное пространство в последнее время наполняется практическими советами психологов, предлагающих различные тренинги, специальные упражнения для формирования асертивного поведения.

Авторы, как правило, ссылаются на Мануэля Джорджа Смита, сформулировавшего 10 правил асертивного поведения в книге «Тренинг уверенности в себе» («Когда я говорю “нет”, я чувствую себя виноватым»). Они объединены главной идеей — «Имею право» [5, 25–56]. Назовем их: право оценивать собственное

---

Дудина Маргарита Николаевна — доктор педагогических наук, профессор кафедры психологии развития и педагогической психологии Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: m-dudina@mail.ru).

© Дудина М. Н., 2014

поведение, мысли и эмоции и отвечать за их последствия; не извиняться и не объяснять свое поведение; самостоятельно обдумывать, отвечаю ли я вообще, и если отвечаю, то до какой степени, за решение проблем других людей; изменять свое мнение; ошибаться и отвечать за свои ошибки; сказать «я не знаю»; быть независимым от доброжелательности остальных и от их хорошего отношения ко мне; принимать нелогичные решения; сказать: «я тебя не понимаю», «меня это не интересует». Утверждается, что исполнение названных правил предотвратит или нейтрализует соответствующие каждому случаю манипулятивные предубеждения, например, что каждый человек «должен быть внимателен и чувствителен по отношению к потребностям окружающих, “читать их мысли”». В случае если я это делать не буду, я безжалостный невежда, и никто меня не будет любить».

Автор видит задачу в том, чтобы «научиться справляться с проблемами и трудными ситуациями, а также общаться с теми, кто эти ситуации нам создает». Так он объясняет суть ассертивной терапии, помогающей избавиться от манипулятивного общения. Оно навязывается взрослыми с детства и провоцирует устойчивые негативные эмоции, проявление которых в общении с другими людьми надо хотя бы ослабить. Смит показывает это на многочисленных примерах из собственного опыта анализа разнообразных жизненных ситуаций.

Заметим, что предлагаемые поведенческие методики избавления от тревожных состояний на основе повышения самооценки могут строиться на принципах бихевиоризма (Дж. Уотсон, Б. Скиннер), в основе которого лежат представления об условных рефлексах И. П. Павлова, выделившего процессы возбуждения и торможения в коре головного мозга. Формула «стимул — реакция» результативна в формировании навыков уверенного поведения, но не принимается представителями гуманистической психологии по причине попрания прав и свободы личности ребенка и взрослого (Э. Фромм, А. Маслоу, К. Роджерс, Э. Эриксон). Мы придерживаемся этой позиции.

Многое из названного выше считаем актуальным для воспитания с детских лет, но полагаем, что заявленную проблему необходимо рассмотреть, прежде всего, в этико-педагогическом дискурсе.

Определяя *ассертивность* как способность личности утверждаться среди других, отстаивать свои права, активно защищаться, акцентируем внимание на необходимости адекватной оценки жизненной ситуации, себя и окружающих. Осознание проблемы становления и развития личности в процессе обучения и воспитания ориентирует на «выращивание» человеческого достоинства как цели, процесса и результата. Это значимо для отечественной культуры и образования в демократизирующемся российском обществе, реализующем гуманистический социально-педагогический и психологический потенциал.

В анализе проблемы ассертивного поведения выделяем два аспекта: *личный* — свобода, права и достоинство ребенка являются необходимыми условиями для его полноценного развития и *социальный* — обусловлен современной благоприятной культурной и образовательной средой, в которой происходит становление и развитие личности. Сегодня усиливаются противоречия между потенциалом демократизирующейся и гуманизирующейся среды и стремительным развитием в ней деструктивных процессов; между небывалыми для предшествующих

поколений возможностями полноценного развития личности с детских лет и нарастающей опасностью стагнации, ранней деградации. Вряд ли стоит напоминать о таких фактах, как курение, алкоголь, наркотики, ранний, онтогенетически не свойственный ребенку, подростку секс, сквернословие — инвектива (позднелат. *invectiva* (oratio) — бранная речь, от лат. *inveho* — бросаюсь, нападаю), злоупотребление лекарствами, продуктами быстрого питания, энергетическими напитками, теле-, аудио-, видеосредствами, компьютерозависимость.

Что касается образования, то, по мнению специалистов, оно уносит здоровье: так, доктор медицинских наук, заведующая кафедрой педиатрии Российской медицинской академии профессионального образования (РМАПО) И. Захарова утверждает, что «образование губит здоровье». Приведем данные из общедоступного источника. Речь идет о нервных расстройствах школьников. По данным Минобразования, 40 % учащихся не хотят ходить в школу, 50 % — не удовлетворены знаниями, полученными в школе. У 85 % неуспевающих «главная причина отставания — неуверенность, порождаемая страхом и упреками» [4, 45]. Признаем, что в такой ситуации больше предпосылок для развития агрессивного, нежели ассертивного поведения.

Проблему ассертивного поведения предлагаем рассмотреть через центральные для личности и общества понятия *свободы* и *опыта* ребенка (подростка, девушки, юноши). Понимая свободу как выбор, ответственный выбор, считаем, что обучение и воспитание, протекающие в условиях действия правовой нормы о необходимости защиты прав, свободы и достоинства детей (Декларация прав ребенка, Конституция РФ, Закон РФ «Об образовании»), должны быть природосообразными, культуросообразными и свободосообразными, т. е. антропологически соразмерными растущей и развивающейся личности, у которой формируется человеческое достоинство. В его основе лежит уважение к себе (по Э. Фромму, любви к себе) и окружающим.

Однако в повседневной жизни модели поведения детей и взрослых предстают в широком спектре — от пассивного принятия себя как жертвы обстоятельств до открытой агрессии, потери человеческого достоинства. Несмотря на крайности позиций, в их основе лежит *неуверенность в себе*, неадекватная самооценка личности, не сумевшей выработать в себе человеческое достоинство.

Это обусловлено феноменом рождения ребенка, его социализацией и идентификацией в процессе накопления жизненного опыта на длительном экзистенциальном пути. Ребенок, девочка или мальчик, рождается, значит, уже существует, но не имеет еще своей сущности, ему предстоит ее обрести. Поскольку существование предшествует сущности, постольку велика роль воспитания и образования, с помощью которых человек становится по мере взросления личностью, полноценно живущий среди других людей в расширяющемся пространстве (самоактуализирующийся, по А. Маслоу). Самостоятельно этого не достигнуть, это происходит только в обучении и воспитании, когда помогают, поддерживают, сопровождают, понимая, что можно и навредить. Значит, есть цель — обрести человеческое достоинство в ситуации свободы и ответственности в конкретные возрастные периоды, социализироваться, сохраняя свою идентичность, в том числе гендерную.

Анализируя долгий и трудный путь утверждения прав, свободы и достоинства ребенка, мы говорим о реальной возможности утверждения человеческого достоинства в асертивном поведении с детских лет. С ним связываем и надежду на преодоление тенденции нарастания агрессивности детей и взрослых. Обращаясь к генезису идей и практике обучения и воспитания, мы видим, что в лучшей для ребенка ситуации заботу о нем брали на себя взрослые, прежде всего родители, полагая, что они знают, как к нему относиться, что «правильно» и «неправильно» в воспитании, что и как требовать, за что и как наказывать. Исходя из устойчивого представления о том, что «взрослые всегда правы», ребенку, а потом подростку, девушке и юноше отводилась роль объекта, отношения выстраивались как «субъектно-объектные». Анализ генезиса воспитания показывает, что путь формирования достойного, гуманного отношения к детям был достаточно тернистым. Подтвердим это убедительным, с нашей точки зрения, результатом исследования психологом Л. Демозой стилей отношения к детям в человеческой истории. Из шести стилей, называемых автором, пять свидетельствуют о многовековом недостойном отношении. Они имеют место в настоящем и, скорее всего, найдут себя в будущем, но уже не в прежнем масштабе. Их названия говорят сами за себя: *стиль детоубийства* (античность до IV в. н. э.); *оставляющий* (abandoning) (IV–XIII вв. н. э.); *амбивалентный* (XIV–XVII вв.); *навязчивый* (XVII в.); *социализирующий* (XIX в. — середина XX в.); *помогающий стиль* (с середины XX в.). Психологами подтверждено, что дети, воспитанные в помогающем стиле, вырастают добрыми, искренними, не подверженными депрессиям, с сильной волей, которые никогда не делают «как все» и не склоняются перед авторитетом [1, 83–86]. Это свидетельствует о продуктивности помогающего, поддерживающего, сопровождающего — фасилитирующего, согласно К. Роджерсу, — стиля как нормы. Л. Демоз утверждает, что «психогенная эволюция с неодинаковой скоростью протекает в разных генеалогических линиях... многие родители как будто “застряли” на более раннем этапе... даже в наши дни есть люди, которые бьют, убивают и насилуют детей». В то же время исследователь пишет: «Шесть последовательных этапов показывают постепенное сближение ребенка и родителя по мере того, как поколение за поколением родители медленно преодолевают свои тревоги и начинают развивать способность распознавать и удовлетворять потребности ребенка» [Там же, 83].

В этико-педагогическом дискурсе признаем многовековое господство у всех народов *нормативно-регулятивной функции этики* с ее морализаторством, принудительной нравственностью, навязанными нормами и ценностями, «пристегнутыми извне» (М. М. Бахтин). Их исполнение стимулировалось и поощрялось манипулятивными педагогическими способами («добро с кулаками», «кнутом и пряником»). Педагогика, точнее антипедагогика, накопила богатый арсенал зла — средств подавления личности ребенка, подростка, девушки, юноши — от физических наказаний до психологических ухищрений насилия в процессе социализации, не предполагающем идентичность, развитие свойств асертивности. Неудивительно, что соответствующих понятий в психолого-педагогическом тезаурусе не было.

В традиционной модели, несмотря на ее разнообразную палитру, растущий и взрослеющий человек постоянно предает свое «я», приспосабливается, адаптируется, социализируется, теряя столь необходимые черты идентичности.

Неуверенность в себе, как правило, формируется с детских лет под воздействием родителей, воспитателей, учителей, в ситуации несвободы ребенка этому способствует страх наказания, что особенно характерно для российской ментальности. Ребенок, безусловно, во всем зависимый от взрослых, вольно, а чаще невольно становится объектом, безоговорочно исполняющим предписания взрослых, желающих видеть в нем послушного и соглашающегося человека. Если он это принимает, то получает разного рода вознаграждения. Если же сопротивляется, пытается заявить о себе как о идентичной личности, то возникают конфликтные ситуации, и манипулировать ребенком становится сложнее. Здесь недалеко и до агрессии, постоянных конфликтов в семье, школе и обществе. Это может перерасти в явное или скрытое желание, подражая взрослым, манипулировать ими, подчинять своим интересам и намерениям. Мы видим возможности нейтрализации, профилактики агрессивного поведения в развитии ассертивных свойств личности, независимо от причин агрессивности детей: объясняется ли она как инстинктивная, врожденная (З. Фрейд, К. Лоренц), или фрустрационная, как следствие расхождения между уровнем запросов и реальных личностных достижений, как реакция на неудовлетворенную потребность (Д. Доллард, Н. Миллер, Л. Берковец), или как результат социального научения (А. Бандура). Согласно Э. Фромму, в филогенезе и онтогенезе имеются основы двух видов агрессии — доброкачественной (оборонительной, игровой, для самоутверждения, инструментальной и др.) и злокачественной (спонтанной, отмщения, экстатической и др.) [6, 162–180, 234–241, 280–294]. Значимость первой требует психолого-педагогического дискурса для этического понимания ассертивности и формирования ассертивного поведения с детских лет.

В социокультурном и образовательном пространстве есть место коммуникации, способствующей воспитанию ассертивного поведения. В его основе лежит сотрудничество ребенка и взрослого и в качестве допустимого — *конвенциональный стиль коммуникации*, требующий взаимных усилий сторон общения, совместного движения навстречу друг другу. Хорошо понимая, что отношения «ребенок и взрослый» асимметричны, поэтому могут быть «субъектно-объектными», исходим из концепции психолого-педагогической фасилитации (К. Роджерс). Главное обоснование этого тезиса находим в утверждении этического *критерия человеческого достоинства*. Он ориентирует на развитие критически рефлексивного мышления, позволяющего с детских лет избирательно относиться к внешним воздействиям и влияниям оценочных суждений других людей, чтобы каждый стремился самостоятельно и ответственно управлять собственным поведением.

Для этого должно состояться «открытие» проблемы ассертивности и путей ее решения. Она имеет практическую значимость, если предоставляется возможность свободного самостоятельного выбора цели, идеала, норм и ценностей, содействующих укреплению уверенности в себе. Остановимся на результатах, полученных нами при использовании широко известной методики М. Рокича, выделившего 36 ценностей, из них 18 терминальных (ценности-цели) и 18 инструментальных (ценности-средства), которые предлагается ранжировать по степени значимости для каждого опрашиваемого [3]. В нашем опросе, проведенном в 2014 г., участвовали студенты-первокурсники Высшей школы экономики и менеджмента

(ВШЭМ) УрФУ двух специальностей: 1-я группа — специальность «Экономика», 70 чел. (50 девушек, 20 юношей), вторая — специальность «Менеджмент», 116 чел. (87 девушек, 30 юношей). Назовем ранговые места двух терминальных ценностей, необходимых, с нашей точки зрения, для развития свойств ассертивности — *свобода и уверенность в себе*. Выяснилось, что в первой группе средний показатель рангового места ценности свободы 9 (у девушек — 10, у юношей — 7); во второй группе — 12 (у девушек — 14, у юношей — 7). Что касается уверенности в себе, то в первой группе общий показатель рангового места 8, в основном он такой же и по гендеру; во второй группе общий показатель 10, у девушек — 9, у юношей — 11. В то же время из общего числа опрошенных (186 чел.) ценность свободы поставили на первое ранговое место 7 девушек и 7 юношей, на второе — 5 девушек, на третье — 5 девушек, 5 юношей; уверенность в себе поставили на первое место 4 девушки, на третье место — 2 юношей.

Опрос дал большой эмпирический материал, приведем еще несколько значимых для интерпретации фактов. Исходя из понимания корреляции ценностей свободы и уверенности в себе, отмечаем, что ранговые места ценности свободы остаются невысокими и многими студентами не соотносятся с уверенностью в себе: например, свобода имеет высокое место, а уверенность в себе — низкое, соответственно 1 и 10; 1 и 12; 1 и 17; 2 и 12; 2 и 18; 3 и 12. В персонифицированном анализе полученные данные соотносим с такими инструментальными ценностями, как *эффективность в делах, смелость в отстаивании своих взглядов, независимость, твердая воля*. Мы считаем, что значительный разброс в ранжировании терминальных и инструментальных ценностей ориентирует на необходимую психолого-педагогическую работу со студентами в образовательном пространстве вуза, чтобы долгие годы учения способствовали развитию ассертивности. Это необходимо в современном обществе меняющихся норм и ценностей, которые подвергаются критике, даже осмеянию. Моральное сознание должно пронизываться понятиями что хорошо и что плохо, справедливо и несправедливо, что есть добро и что есть зло на основе ответственного выбора. Неизбежность разнообразных конфликтов, препятствующих выработке представлений об общих нормах и ценностях, без которых невозможна совместная жизнь, требует консенсуса. Этому могут содействовать аргументированные моральные дискуссии, направленные на формирование «общей воли», достижение нормативного согласия. Об этом пишет Ю. Хабермас: «Процесс достижения интерсубъективного взаимопонимания может привести к согласию, рефлексивному по своей природе: только тогда его участники смогут осознать, что совместными усилиями друг друга в чем-то убедили» [7, 106].

Доводом в защиту такой позиции является утверждение концепции прав человека и ребенка, равенства всех людей, независимо от расы, национальности, религии, гендера, социального и имущественного статуса. Разумеется, природно и социально люди, их культурные, экономические и политические условия жизни, история, ментальность значительно отличаются. Это выступает фактором самоидентификации и непринятия других. И даже если моральный дискурс Хабермаса о жизненном мире (*Lebenswelt*) не может быть полностью осуществлен на практике и общество никогда не придет к консенсусу, это не означает, что к нему

не следует стремиться, «достигать недостижимое путем достигаемого». Это реально в обучении и воспитании начиная с детских лет, а особенно в подростковом и юношеском возрастах, когда каждый открывает проблемы смысла жизни, ее ценностей, понимания себя как личности, проявляющейся в ассертивном поведении. Для этого с раннего детства необходима психолого-педагогическая и социальная поддержка, предполагающая сотрудничество с квалифицированными педагогами и психологами, социальными работниками, родителями. В общении и деятельности будет обогащаться жизненный мир личности. В нем есть предпосылки формирования ассертивного поведения, основанного на утверждении себя через взаимопонимание, согласование, продвижение к компромиссу, консенсусу как фактору стабильности общества на основе солидарности.

К ассертивному поведению приходят путем убеждения, а не принуждения, и прежде всего посредством диалогового обучения с использованием сократического и герменевтического методов. Сравним их алгоритмы.

*Сократический метод* требует создания проблемной ситуации, формулирования проблемного вопроса, востребованности имеющихся знаний и умений, выдвижения гипотез, поиска системы доводов, доказательств, опровержений и, наконец, выводов, обобщения, заключения, если возможно, проверки, экспертизы полученного результата [1, 271].

*Герменевтический метод* предполагает: пред-понимание, пред-положение, пред-угадывание; вопрошание (постановка вопросов); пред-суждение; истолкование (грамматическое, стилистическое, историческое, психологическое); движение по герменевтическому кругу: часть-целое. Познание происходит путем «набрасывания смысла» [1, 335].

Сказанное позволяет соотнести ценности, которые несет диалог как дидактическое средство, с задачей формирования ассертивного поведения. Потенциал диалога для развития личности состоит *в познавательной ценности*, позволяющей на основе овладения знаниями ориентироваться в системе ценностей; *в этической ценности*, позволяющей рассмотреть предмет изучения в контексте с другими участниками; *рефлексивной ценности*, дающей возможность критически оценить себя. Постепенно на всех ступенях образования формируется ассертивное поведение участников диалога.

Как дидактическое средство диалог актуализирует базовые для личности и общества понятия «свобода» и «ответственность». Понимая свободу как выбор, за который необходимо нести ответственность, ориентируемся на осуществление не только своих прав, но и обязанностей по формуле «цель — средство» (ценность цели, ценность средства), исходя из этических представлений о том, что «нет прав без обязанностей», «твои права заканчиваются там, где начинаются права других». Эти положения входят в концепцию личностно развивающего обучения, утвердившуюся в теории и практике педагогики с 80-х гг. XX в. и новывающуюся на методологии Л. С. Выготского (В. В. Давыдов, Л. В. Занков, И. С. Якиманская и др.).

О таком обучении, по нашему мнению, пишет Ю. Хабермас, разделяя основные положения Ж. Пиаже и Л. Кольберга. Речь идет об обучении, когда знание добывается через разрешение проблем, когда обучающийся активен, а процесс

обучения «управляется усмотрениями самих его непосредственных участников» [7, 55]. Такое обучение предполагает динамическое развитие морального сознания обучающегося, который учится объяснять, почему верна та позиция, на которой он стоит, и неверна та, от которой он отказывается.

Признавая способность к развитию морального суждения, Ю. Хабермас идет за Л. Кольбергом в исследовании шести ступеней, «которые в измерениях обратимости, универсальности и взаимности могут быть поняты как постепенное приближение к структурам беспристрастной или справедливой оценки релевантных в моральном отношении конфликтов, возникающих при тех или иных действиях» [7, 183]. Поскольку ситуации жизненного мира подвижны, ценности изменчивы, постольку необходим диалог, позволяющий свободно и беспристрастно обсуждать нарастающие проблемы, связанные с пониманием ценностей, их интерпретацией, в которой проявляется личностно-освоенная социальность. Диалог актуализирует *коммуникативную рациональность* (Ю. Хабермас), позволяющую «договориться» о предмете обсуждения, спора. В процессе коммуникации (*коммуникативные действия*) происходит социальная интеграция на основе легитимности и развитие личностной идентичности. Тогда значимым становится достижение не только истины, но понимания и взаимопонимания. Для этого каждый должен встать на позицию другого, возможно, ее принять. В диалоге велика роль языка, адекватного использования речи для осуществления взаимосвязи.

В данной статье мы не будем подробно останавливаться на характеристике трех уровней и шести ступеней морали, т. е. отношений, которые складываются между Я и Другим. Вслед за Л. Кольбергом назовем их, имея в виду цели развития ассертивных свойств личности [7, 248–250].

*Предконвенциональный уровень* характеризуется развитием морального сознания на основе повиновения авторитету, следования предписываемым правилам в целях избегания наказания, особенно физического. Затем ребенок переходит со ступени наказаний и повиновения, в силу принятых правил, на ступень следования индивидуальным инструментальным целям. Он учится чувствовать и понимать то, что и другие люди имеют интересы и потребности, у них есть права. *Конвенциональный уровень* характеризуется более высоким характером отношений «Я и Другой», возникновением мотивов «правильного» морального поведения, проявляющихся в заботе о других на основе доверия к ним, преданности и благодарности. Происходит переход от взаимных межличностных ожиданий, связей и согласия к ступени сознательного поддержания социальной системы. Главное отличие на данном уровне состоит в уважении человека к себе, осознании того, что у него есть права и обязанности и их надо выполнять. *Постконвенциональный уровень* характеризуется тем, что моральные решения определяются правами и ценностями, с которыми люди соглашаются в целях честных, взаимовыгодных практических действий. Приходит понимание того, что ценности и правила относительны, и разные люди отличаются отношением к ним. Однако должно быть принятие базисных прав и общественных договоренностей по поводу таких ценностей, как *жизнь и свобода*, в качестве непреходящих, «вечных». Это сопряжено с повиновением закону, что позволяет обеспечивать собственные права и права других. Это свободное решение о соглашении, в котором предполагается уважение

прав других, как и своих прав, «наибольшее благо для наибольшего числа людей» на основе закона. Так осуществляется переход на основе общественного договора от ступени пользы для общества к ступени универсальных этических принципов. И если закон не прав, то он пересматривается.

Еще раз подчеркнем, что важным средством в обеспечении перехода на более высокие уровни выступает образование. Оно актуализирует когнитивный, эмотивный, деятельностный, коммуникативный и нравственный компоненты структуры личности, содействует развитию рефлексии, осознанию ценности собственного ассертивного поведения и сопровождает ребенка, подростка, а затем и взрослого в переходе от одной ступени к другой. Заметим, что модель образовательного процесса, ориентированного на этику дискурса для развития морального сознания, успешно реализуется в том числе и в многолетнем опыте автора и коллег в курсе «Философия для детей» [2]. Опыт философствования детей как вековая традиция описан многими авторами, институализировался как инновация в учебной практике отечественных и зарубежных школ. В последнее время мы его связываем с проблемой формирования ассертивного поведения в учебном диалоге. Он усиливает познание ребенком своих возможностей и силы убеждения, укрепляет уверенность в себе. Ассертивность предполагает определенную независимость от мнений других, но не настолько, чтобы их не принимать во внимание.

В данном контексте полезно вспомнить 10 правил М. Дж. Смита, чтобы осмыслить их для применения в обучении. В активном сотрудничестве с окружающими, в толерантном отношении к ним с детских лет складываются навыки ассертивного поведения. Для этого мы используем *идеи и техники примирения, альтруизма, «делания добра»* без расчета на вознаграждение. Ассертивное поведение, реализующее свободу и ответственность, права и обязанности, профилирует агрессию собственную и других людей, позволяет быть креативным, лидирующим.

Современные проблемы воспитания прежде всего связаны с отсутствием всеми признаваемой системы ценностей, но ценности свободы и права на жизнь остаются универсальными для личности и социума. Это актуализирует этику человеческого достоинства, рациональным зерном которой может стать коммуникативное действие. *Фасилитирующая педагогика* (поддерживающая, сопровождающая, помогающая), начиная с детского возраста, реализует психологический потенциал развития свободной личности. По мере взросления она в состоянии самостоятельно (т. е. свободно и независимо) определять нравственные цели и средства собственной деятельности, в целом стратегию нравственного поведения в соответствии с избранными идеалами и нормами. Это созвучно современной образовательной парадигме, реализующей *нравственно-ориентирующую функцию этики*, создающую условия для выработки самим обучаемым любого возраста и пола норм и ценностей в процессе креативной деятельности на основе избирательности. Разумеется, в сотрудничестве, сотворчестве с педагогами, родителями, сверстниками. Таким образом сначала ребенок, потом подросток, девушка, юноша учатся предвидеть, предсказывать, просчитывать свое будущее, чтобы профилировать стагнацию личности, саморазрушение через рефлексию экзистенциального пространства в свободе и ответственности. Ассертивное поведение укрепляет человеческое достоинство.

Полагаем, что своевременная постановка вопросов формирования асертивного поведения в предлагаемом нами этико-педагогическом дискурсе поможет профессионалам психологам и педагогам «открыть» данную проблему воспитателям, учителям и родителям.

- 
1. Демоз Л. Психоистория. Ростов н/Д, 2000. 510 с.
  2. Дудина М. Н. Философская пропедевтика, или Философии все возрасты покорны. Екатеринбург, 2000. 426 с.
  3. Методика определения ценностных ориентаций М. Рокича [Электронный ресурс]. URL: [www.hr-portal.ru/.../metodika-opredeleniya-cennostnyh-orientaciy-m-rokicha](http://www.hr-portal.ru/.../metodika-opredeleniya-cennostnyh-orientaciy-m-rokicha) (дата обращения: 12.09. 2014).
  4. Образование губит здоровье // Аргументы и факты. 2014. № 36.
  5. Смит Мануэль Дж. Тренинг уверенности в себе. СПб., 2001. 203 с. (Сер.: Психологический тренинг).
  6. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М., 1994. 447 с.
  7. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., 2001. 379 с.

*Статья поступила в редакцию 20.09.2014 г.*

УДК 801.73:94(430) + 81'42 + 930.2:81'22

**Т. Н. Зубакина**  
**А. П. Чудинов**

## **МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ СОБЫТИЙНОГО СЮЖЕТА «ЗАРОЖДЕНИЕ ФАШИЗМА» В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ П. ФОН ГИНДЕНБУРГА И У. ЧЕРЧИЛЛЯ\***

Авторы статьи описывает процесс индивидуального метафорического моделирования. Объектом анализа являются концептуальные метафоры военных мемуаров У. Черчилля. Метафора рассматривается в аспекте когнитивной лингвистики как результат ментальной деятельности человека.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** событие; сюжет; метафора; метафорическая модель (М-модель); метафорическое моделирование; денотативный и сигнификативный дескрипторы.

В современном мире в канун 70-летия победы над фашистской Германией в Великой Отечественной войне вопрос о причинах зарождения тоталитаризма и фашизма вновь становится актуальным. История, как и любая другая наука, развивается с помощью определенной методологии, законов и принципов. Одним из основных общенаучных принципов развития данной науки является принцип наблюдаемости, предполагающий последующее описание, анализ и оценку. Описание исторических событий осуществляется с помощью единиц языка, в число которых входит метафора.

---

\* Исследование подготовлено при поддержке Российского гуманитарного научного фонда: проект 14-04-00268 «Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления».

ЗУБАКИНА Татьяна Николаевна — старший преподаватель кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках Института ооциальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: zoubakina@mail.ru).

ЧУДИНОВ Анатолий Прокопьевич — доктор филологических наук, профессор, проректор Уральского государственного педагогического университета, г. Екатеринбург (e-mail: Ap\_chudinov@mail.ru).

© Зубакина Т. Н., Чудинов А. П., 2014

Мы обратимся к исследованию метафоры, актуализирующей авторские познавательные возможности конкретного исторического события.

В число исследовательских задач входит разработка методики описания и последующего анализа процедуры индивидуального моделирования действительности с помощью метафоры.

Использование метафоры при описании исторических событий, казалось бы, очевидно. Вместе с тем исторические события «привязаны» к определенному этапу в развитии той или иной страны, к личностям, причинам и другим факторам. Поэтому для лингвистики важно изучить, какие именно метафоры используются при описании различных событий и в какой мере они могут служить средством описания, т. е. конструирования смысла исторического события. Эти задачи составляют основу исследования практического материала.

Прагматический потенциал авторского историко-политического текста известен американский историк и литературный критик Х. Уайт усматривает в том, что текст представляет особые вариации построения сюжета, доказательства и присутствующего в повествовании идеологического скрытого смысла: «...represents a particular combination of modes of *emplotment* (курсив наш. — Т. З., А. Ч.), argument and ideological implication» [6, 29]. Смысл отсутствующего в словарях термина *emplotment* понимается нами как понятие *сюжетирования* или «построение сюжета». Построение и развитие сюжетных линий «The Second World War» происходит в соответствии с развитием реальных исторических событий в авторской интерпретации, которая проявляется не в искажении исторических фактов, а в образном метафорическом представлении военных событий. С целью выявления особенностей метафорического осмысления автором историко-политической действительности мы изучили первый том мемуаров У. Черчилля «The Second World War» [4].

Предметом исследования было содержание метафорических моделей (М-моделей), соответствующих этапу зарождения фашизма в Германии. Реставрация авторского концептуального видения исторического события осуществлялась с помощью фреймо-слотовых структур концептуальной метафоры, получивших описание в работах [1–3, 5].

Методика анализа практического материала включает три этапа:

- выстраивание *событийного плана*, представляющего последовательность эпизодов исторической действительности;
- изучение и описание *языковой репрезентации*, отражающей авторское восприятие реальных событий с помощью метафоры;
- *фреймо-слотовое моделирование* авторской метафоры с ориентацией на исходную/сигнификативную понятийную область (сферу-источник) метафорического переноса.

Предлагаемая в работе комплексная методика ориентирована на исследование функций метафоры в аспекте историографии.

Историографическая функция метафоры позволяет автору текста изначально смоделировать действительность в вербальных репрезентациях образных представлений исторических событий, а затем предоставить возможность читателю опознавать образы, закрепленные в авторских М-моделях, и интерпретировать

историческое прошлое исходя из понятийной области метафоризации. Начнем с анализа историко-политического событийного плана произведения. Он соотносится с историко-политическим контекстом зарождения фашизма и появления Гитлера. Фашистские движения и режимы возникли после Первой мировой войны в 20-е и 30-е гг. в тех странах, где кризисные явления и противоречия в экономике были наиболее сильными. Первой страной, где появилась фашистская диктатура, была Италия, которая вышла из Первой мировой войны ослабленной. Настроения реванша и ущемленного национального самолюбия стали важным фактором развития политической жизни в стране. В этих условиях лидер итальянских фашистов Муссолини осуществил государственный переворот 28 октября 1922 г. и пришел к власти.

Обстановка, в которой оказалась Германия после Первой мировой войны, была во многом сходной с условиями, сложившимися в Италии. В Германии, как и в Италии, имелись те же достаточно большие социальные слои, которые легко могли поддаваться демагогии фашистов. Это слои мелкой буржуазии, деклассированные элементы, офицерство, демобилизованное из армии в связи с окончанием Первой мировой войны и не приспособившееся к жизни в условиях мира. В феврале 1920 г. появилась программа Национал-социалистской германской рабочей партии. Она носила националистический, расистский и реваншистский характер. Программа призывала к созданию «Великой Германии» путем захвата земель и колоний, аннулированию Версальского и Сен-Жерменского договоров, которые лишили Германию территорий на востоке и западе, колоний и воспретили объединение ее с Австрией. 28 января 1933 г. президент П. фон Гинденбург поручил Гитлеру сформировать новое правительство. Так 30 января фашистская партия овладела государственной властью.

В соответствии с предложенной методикой проанализируем корпус практического материала. В событийном сюжете «Зарождение фашизма» присутствуют следующие участники: Hitler; the MacDonald-Baldwin Government; the League of Nations; Germany; Great Britain; Europe. Анализ характерных черт участников в авторской англоязычной метафоре позволит выявить специфику ее историографического функционирования.

Рассмотрим следующий фрагмент текста:

(1) «In August, 1932, Hitler came to Berlin on private summons from the President. The moment for a *forward step* (1. CM) seemed at *hand* (2. AM). Thirteen million German voters *stood behind* (3. AM) the Fuehrer. A *vital* (4. AM) share of office must be his for the asking. He was now in somewhat the position of Mussolini on the eve of the march on Rome. But Papen did not care about recent Italian history. He had the support of Hindenburg and had no intention of resigning. The old Marshal saw Hitler. He was not impressed. *That* (курсив У. Черчилля) man for chancellor? I'll make him a *postmaster* (5. CM) and he can lick stamps with *my head* (6. AM) on them. In palace *circles* (7. TH) Hitler had not the influence of his competitors» [4, 69].

Как видно из контекста, основной моделью метафорической проекции в представлении Гитлера является модель Hitler — *a Postmaster*.

Образ Гитлера в восприятии его президентом Германии П. фон Гинденбургом передается автором социоморфной М-моделью. Смысловое переплетение

понятийных линий сигнификативных дескрипторов М-моделей (5) и (6) выражает пренебрежительное отношение маршала к ефрейтору. С помощью метафоры Hitler — *a Postmaster* автор формирует образ Гитлера как *Почтмейстера* в начале его политической карьеры. В 1932 г. он мог восприниматься элитой германского общества как «высочка». Отсутствие политического опыта у Гитлера летом 1932 г. компенсировалось поддержкой 13 млн избирателей, что передано ориентационной метафорой *stood behind the Fuehrer*. Сигнификативный дескриптор *stood behind* (3) в языковой репрезентации обозначает поддержку Гитлера избирателями. 85-летний президент Германии П. фон Гинденбург через полгода передал власть в руки фашистов, поручив Гитлеру формирование правительства. Историографическая потенция авторской метафоры реализуется в образе будущего военного диктатора.

Изучение историографической функции метафоры осуществлялось с помощью метафорического моделирования исторического фрагмента текста и интерпретации смысловых взаимодействий фреймо-слотовых структур авторской концептуальной метафоры. Фреймо-слотовые разновидности М-моделей метафоры [4, 69] следующие:

**Антропоморфные модели (АМ):** Person Action (3); Human anatomy/Body parts (2), (6); Healthy conditions (4).

**Социоморфные модели (СМ):** Travel/Movement (1), (3); Social classes/Professions (5).

**Модели точных наук (ТН):** Mathematics/Geometry (7).

Остановимся на характеристике следующего фрагмента языковой репрезентации:

(II) «Amid the *excitement* (1. АМ) of the election the *exultant* (2. АМ) *columns* (3. АФ) of the National Socialist Party field past their leader in *the pagan* (4. СМ) homage of torchlight procession through the streets of Berlin. It had been a long struggle, difficult for foreigners, especially those who had not known *the pangs* (5. АМ) of defeat, to comprehend. Adolf Hitler had at last arrived. But he was not alone. He had called from *the depths* (6. ПМ) of defeat *the dark* (7. ПМ) and savage furies latent in the most numerous, most *serviceable* (8. АМ), *ruthless* (9. АМ), *contradictory* (10. АМ), and *ill-starred* (11. АМ) race in Europe. He had *conjured up* (12. АФ) the fearful *idol* (13. СМ) of an *all-devouring* (14. ПМ) Moloch of which he was *the priest* (15. СМ) and *incarnation* (16. СМ)» [4, 70].

Основная модель метафорической проекции Hitler — *a Priest* выстраивает логику восприятия события. Повествование образно передает атмосферу прихода Адольфа Гитлера к власти. Образ Германии в этом сюжетном фрагменте персонифицируется сигнификативными дескрипторами *pangs* (5); *serviceable* (11); *ruthless* (12); *contradictory* (13); *ill-starred* (14). Исходя из понимания подтекста метафоризации автора, читателю становится ясно, что Гитлер пришел к власти, когда страна/нация испытывала боль поражения, при этом в метафорической событийной картине нация отличается крепким, жестоким и противоречивым нравом. Следуя логике интерпретации и анализа смыслового переплетения тематических линий М-моделей авторской метафоры, мы выявляем доминантность модели метафорической проекции Hitler — *a Priest* в восприятии образа Гитлера.

Образ диктатора сформирован с помощью сигнификативных дескрипторов М-модели *Belief/Myth (the pagan; conjured up; idol; Moloch; the priest; incarnation)*. Мимо вождя идет *языческое/pagan* (4) факельное шествие. Гитлер магически воскресил/*conjured up* (12) страшного идола/*the idol* (13), всепожирающего/*an all-devouring* (14) Молоха, став одновременно его жрецом/*the priest* (15) и воплощением/*incarnation* (16). Сигнификативные дескрипторы М-моделей фрейма Вера/Миф показывают взаимосвязь вербальных структур и образных мифических ассоциаций, с помощью которых выстраивается восприятие атмосферы поклонения, подчинения и веры в Гитлера в этот период истории Германии.

Историографичность авторской метафоры проявилась в образном метафорическом описании У. Черчиллем открытия первого рейхстага Третьего рейха 21 марта 1933 г., предоставившего канцлеру Гитлеру чрезвычайные полномочия сроком на четыре года.

Анализ индивидуального концептуального моделирования У. Черчиллем исторической ситуации зарождения фашизма в Германии, когда Гитлер становится идолом, осуществлялся с помощью интерпретации смысловых взаимодействий фреймо-слотовых структур авторской концептуальной метафоры. Фреймо-слововые разновидности М-моделей метафоры [4, 6] следующие:

**Антропоморфные модели (АМ):** Feelings/Emotions/Senses (1), (2); Disease/Health (5); Personality/Character traits (8), (9), (10), (11).

**Социоморфные модели (СМ):** Myth/Faith (4), (12), (13), (14), (15), (16).

**Природоморфные модели (ПМ):** Water (6); Darkness (7).

**Артефактные модели (АФ):** Buildings (3).

Контекст языковых репрезентаций (III) и (IV) дает авторское метафорическое описание возможных причин зарождения фашизма:

(III) «While these *deadly* (1. АМ) changes were taking place in Germany, the MacDonald-Baldwin Government *felt* (2. АМ) bound to enforce for some time the severe reductions and restrictions which the financial crisis had imposed upon our already modest armaments, and steadfastly *closed* (3. АМ) their *eyes* (4. АМ) and *ears* (5. АМ) to the *disquieting* (6. АМ) *symptoms* (7. АМ) in Europe. In vehement efforts to procure a disarmament of the *victors* (8. СМ) equal to that which had been enforced upon the vanquished by the Treaty of Versailles, Mr. MacDonald and his Conservative and Liberal colleagues *pressed* (9. ТН) a series of proposals *forward* (10. СМ) in the League of Nations and through every other *channel* (11. ПМ) that was open» [4, 71].

Понимание репрезентированного автором исторического прошлого происходит в соответствии с основной моделью метафорической проекции British Government — *an Inert Person*.

Смысловые линии антропоморфных понятийных полей моделей метафорических проекций British Government — *an Inert Person* и Europe — *a Diseased Person* переплетаются. М-модели персонификации реализованы во фреймо-слововом разнообразии Person action/ability (2), (3); Human organs (4), (5); Disease/unhealthy conditions (1), (7); Feelings/Emotions/Senses (6) и представляют тревожную военно-политическую ситуацию в Европе. Историографичность этой

метафоры заключается в авторской интерпретации событий этого периода. Возрождение милитаризма в Германии происходило на глазах у всего мира, при этом У. Черчилль значительную часть ответственности за усиление Германии возлагает на лейбориста Макдональда и консерватора Болдуина, возглавлявших правительство Великобритании в этот период времени. Историографическая убедительность метафоры повышается присутствием собственных имен в названии исполнительного органа государственной власти.

Интерпретация авторской метафоры с позиции описания историографического потенциала метафоры соотносится с анализом смысловых ассоциаций фреймслотовых разновидностей М-моделей четырех сигнификативных понятийных сфер: антропоморфной, социоморфной, природоморфной и сферы точных наук:

**Антропоморфные модели (АМ):** Person action/ability (2), (3); Disease/health (1), (7); Body parts/organs (4), (5); Feelings/Emotions/Senses (6).

**Социоморфные модели (СМ):** Victor/Hero (8); Travel/Movement (10).

**Природоморфные модели (ПМ):** Water (11).

**Модели точных наук (ТН):** Physics (9).

Обратимся к характеристике следующего фрагмента текста, который дополняет авторское метафорическое описание возможных причин зарождения фашизма:

(IV) «In February, 1933, the League of Nations *declared* (1. АМ) that the State of Manchukuo could not be *recognized* (2. АМ). Although no sanctions were imposed upon Japan, nor any other action taken, Japan, on March 27, 1933, *withdrew* (3. СМ) from the League of Nations. German and Japan had been on *opposite* (4. ТН) *sides* (5. ТН) in the war; they now *looked* (6. АМ) towards each other in a different *mood* (7. АМ). The moral *authority* (8. АМ) of the League was *shown* (9. АФ) to be devoid of any physical *support* (10. ТН) at a time when its *activity* (11. АМ) and *strength* (12. ТН) were most needed» [4, 88].

Основная модель метафорической проекции языковой репрезентации метафоры [Там же] the League — a Person without support, activity, strength отражает авторское понимание причин возникновения фашистских диктатур.

Лига Наций метафорически описывается как персона, чей моральный авторитет/*authority* (8) надо поддерживать, а она лишена этой поддержки. Именно в этот период, по мнению У. Черчилля, для стабильности в мире были необходимы сила и активность/*strength* (11), *activity* (12) этой международной организации. Антропоморфность в представлении метафорических образов Лиги Наций и других участников сюжета (German, Japan) обозначается рядом сигнификативных дескрипторов: *declared* (1. АМ); *recognized* (2. АМ); *looked* (6. АМ); *mood* (7. АМ); *authority* (8. АМ); *activity* (11. АМ). Понимание отдельно взятого исторического эпизода соотносится со «считыванием» и интерпретацией смыслового переплетения антропоморфных М-моделей, что соответствует М-моделированию события в понятийном пространстве *Человек*. Действия Лиги Наций сводятся к декларациям и признанию фактов непослушания участников события в исторический период февраля — марта 1933 г.

Появление фашистских диктатур осуществлялось при слабой позиции международной организации. Образное подтверждение этого историко-политического факта в метафоре демонстрирует ее историографический потенциал.

Основание для констатации авторской оценки обусловливается описанием и интерпретацией метафорической языковой репрезентации [4, 88] сюжета «*Зарождение фашизма*» исходя из понятийной области источников метафоризации. Семантика сигнификативных дескрипторов текстового фрагмента соответствует следующим фреймо-слововым разновидностям М-моделей метафоры:

**Антропоморфные модели (АМ):** Person action/ability (1), (2), (6); Person characteristics (8), (11); Feelings/Emotions/Senses (7).

**Социоморфные модели (СМ):** Travel/Movement (3).

**Модели точных наук (ТН):** Mathematics/Geometry (4), (5); Physics (12).

**Артефактные модели (АФ):** Theatre (9).

Историографический потенциал авторской концептуальной метафоры при сюжетировании периода «*Зарождение фашизма*» проявился в образном представлении участников историко-политического события и обозначении автором возможных причин возникновения фашизма.

Основным участником сюжета языковой репрезентации [4, 69] является Гитлер, который метафорически оценивается и репрезентируется в тексте У. Черчиллем выскочкой/почтмейстером/*a Postmaster*. Историкографическая функция авторской метафоры проявилась в умении автора передать с помощью концептуальной метафоры *a Postmaster* оценку Гитлера в августе 1932 г. другим участником исторического эпизода — президентом Германии П. фон Гинденбургом. Предложение президента сделать Гитлера почтмейстером, потому что тот способен лишь наклеивать марки, можно рассматривать как авторскую критическую оценку недалекновидности Гинденбурга и его неумения предвидеть опасность действий будущего лидера фашизма.

В контрасте с первым контекстом воспринимается авторское описание образа Гитлера в языковой репрезентации [4, 70–71] события конкретной даты — 21 марта 1933 г., где основной моделью метафорической проекции является модель Hitler — *a Priest*. Метафорическое описание образа будущего диктатора рядом сигнификативных дескрипторов фрейма *Belief/Myth* ассоциируется автором с силами тьмы, именно Гитлер вызвал из глубин поражения темные первобытные страсти народа и стал объектом поклонения.

Мы можем заключить, что историографический потенциал авторской метафоры помогает читателю определить несовместимость двух метафорических описаний образа Гитлера социоморфными М-моделями за временной промежуток в 7 месяцев:

Hitler — *a Postmaster* (согласно языковой репрезентации I в августе 1932 г. П. фон Гинденбургом);

Hitler — *a Priest* (согласно языковой репрезентации II в марте 1933 г. У. Черчиллем).

Историография авторской метафоры языкового фрагмента I заключается в корректном описании У. Черчиллем уничижительного отношения военной и политической элиты страны к амбициозному желанию ефрейтора Гитлера стать рейхсканцлером Германии осенью 1932 г.

Корректность историографического функционирования авторской метафоры языковой репрезентации [Там же] соотносима с описанием преданности нацистов идеям фюрера весной 1933 г.

Историографическое функционирование авторских метафор, представленное в III и IV фрагментах текстов событийного сюжета «*Зарождение фашизма*», позволяет читателям понять причины возникновения фашизма именно в этот период истории исходя из интерпретации персонифицированных М-моделей:

— British Government — *an Inert Person* (в языковой репрезентации III);

— the League of Nations — *a Person without support, activity, strength* (в языковой репрезентации IV).

При интерпретации авторского М-моделирования с помощью анализа семантики сигнификативных дескрипторов антропоморфных М-моделей текстового фрагмента [4, 71] можно воссоздать оценку У. Черчилля, согласно которой усиление Германии произошло из-за недальновидной политики британского правительства, которое делало вид, что не замечает изменений, происходящих в Германии/*closed their eyes (AM) and ears (AM)*. Безучастная позиция правительства Великобритании под руководством лейбориста Макдональда и консерватора Болдуина, по мнению У. Черчилля, привела к появлению фашизма и к началу Второй мировой войны.

В текстовом фрагменте [4, 88] репрезентирована основная модель метафорической проекции the League — *a Person without support, activity, strength*, помогающая представить видение У. Черчиллем вины другого участника событийного сюжета «*Зарождение фашизма*» — Лиги Наций. Автор критически относится к этой международной организации, влияние которой на политические события в мире в этот исторический период было невелико.

Таким образом, моделирование историко-политического события «*Зарождение фашизма*» авторской метафорой воссоздает не только ментальное представление У. Черчилля об участниках события, но и позволяет в доминантных моделях метафорической проекции: Hitler — *a Priest*; British Government — *an Inert Person*; the League — *a Person without support, activity, strength* — усмотреть причины возможности возникновения фашизма. Унижение Германии после Версальского мирного договора, популярность Гитлера внутри страны, инертность британского правительства на фоне тревожной и болезненной политической ситуации в Европе, пассивность Лиги Наций в авторской метафоре представляются возможными первопричинами появления фашистского режима в Германии.

---

1. Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Русская политическая метафора : материалы к словарю. М., 1991. 184 с.

2. Будаев Э. В. Сопоставительная политическая метафорология : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2010. 32 с.

3. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2001. 238 с.

4. Churchill Winston S. The Second World War. The Gathering Storm. Boston, 1948. Vol. 1. 784 p.

5. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago, 2003. 242 p.

6. White H. Metahistory. The Historical Imagination in Nineteenth-Century Europe. Baltimore ; London, 1973. 462 p.

УДК 930.2:003.074 + 930(470)“17” + 332.834.7

**Б. В. Емельянов**  
**О. Б. Ионайтис**

## **ДЕМИДОВСКИЕ ПРЕМИИ НИКИТЫ ЯКОВЛЕВИЧА БИЧУРИНА\***

В статье дается краткая интеллектуальная биография русского востоковеда Н. Я. Бичурина, раскрывается история его трудов о Китае, за которые ученый получил Демидовские премии.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** Бичурин; Иакинф; монах; Китай; Пекин; Валаам; Демидовские премии.

Об известном отечественном ученом-востоковеде, историке, этнографе, философе Никите Яковлевиче Бичурине написано уже достаточно много, имеется даже несколько художественных произведений, документальный фильм. В этих источниках содержится немало недоказанных предположений о жизни и поступках ученого. Для нашего краткого очерка жизни и творчества Н. Я. Бичурина мы воспользуемся его «Автобиографической запиской», написанной в 1847 г., и научно подтвержденными архивными разысканиями, касающимися фактов и событий его жизни, а предположения оговариваем.

Николай Бичурин родился в 29 августа 1777 г. в чувашском селе Акулево Цивильского уезда Казанской губернии, в семье дьякона Якова Данилова. В 1803 г. в ведомости личного состава Вознесенского монастыря он написал, что его «настоящая фамилия Пичуринский», а в графе «из каких наций» — «великороссийский». Документально не доказанным, но и не опровергнутым фактом является то, что

---

\* Статья написана по материалам исследования, поддержанного грантом РГНФ № 14-13-66009.

ЕМЕЛЬЯНОВ Борис Владимирович — доктор философских наук, профессор кафедры истории философии Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: Bve35@yandex.ru).

ИОНАЙТИС Ольга Борисовна — доктор философских наук, профессор кафедры истории философии Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: Ionaitis@yandex.ru).

© Емельянов Б. В., Ионайтис О. Б.

свою учебу Никита Бичурин начал в 1785 г. в классе нотного пения Свяязжской новокрещенской школы, а затем, как он пишет в своей автобиографии, «на восьмом году возраста, в 1785 году с 5 мая, поступил в Казанскую семинарию, в которой, кроме известных наук, преподаваемых в семинарии, обучался языкам латинскому, греческому и французскому» [1, 665]. В годы учебы Бичурина (а он учился почти 15 лет) Казанская духовная семинария была преобразована в духовную академию (1786).

Об окончании семинарии и начале трудовой деятельности Бичурин пишет кратко: «По окончании курса учения в 1799 году сделан был учителем грамматики в той же семинарии, переименованной уже в академию. В 1800 году пострижен в монашество, и сделан учителем высшего красноречия. В 1802 году произведен в архимандриты, и послан в Иркутск ректором тамошней семинарии» [Там же, 665–666]. Самым значительным из перечисленных событий несомненно было пострижение в монахи. 29 мая 1800 г. Бичурин подал прошение Казанскому архиепископу Серапиону о желании принять монашество и уже 18 июля он был пострижен в монахи под именем Иакинф и определен соборным иеромонахом Санкт-Петербургской Александро-Невской лавры, а затем «с того же месяца 22 дня произведен во иеродиакон; 1801 года августа 25 дня произведен в иеромонахи, а ноября 7-го ему препоручено управление Казанского Иоанновского монастыря» [2, 31]. С давних пор идут споры о том, что побудило Бичурина к этому поступку. Причины называются разные: от неразделенной любви до желания быстрого продвижения по службе. Последний аргумент более вероятен, поскольку по церковным канонам высокие должности в церковной иерархии и духовных учебных заведениях занимало черное духовенство. И быстрая начальная карьера Бичурина доказывает это. Правда, и современники и многие исследователи считают, что ему в этом помогал владыка Казанский епархии, член Синода архиепископ Амвросий Подобедов. Но доказательств этого никто не приводит.

Талантливому преподавателю, к тому же получившему сан архимандрита, места в Казани не нашлось и ему предложили занять пост ректора Иркутской семинарии и настоятеля местного монастыря. С первых шагов Бичурина в Иркутске его преследовали неудачи. Попытка изменить структуру учебного процесса в семинарии вызвала протест семинаристов и череду доносов на ректора. К ним добавились доносы монастырских монахов, утверждавших, что Иакинф в своей келье вместо слуги-послушника держал бывшую крепостную, приехавшую с ним из Казани. Эти доносы Синод рассматривал несколько лет и своим указом от 29 января 1806 г. постановил семинаристов-жалобщиков отдать в солдаты, а Иакинфа лишить должности ректора семинарии и настоятеля монастыря, отправив в Тобольскую семинарию преподавать риторику под присмотром церковного начальства.

Тобольская ссылка продолжалась немногим более года. 5 марта 1807 г. Александр I своим указом назначил Иакинфа Бичурина начальником девятой духовной миссии в Пекине, и уже 18 июля 1807 г. миссия отправилась в Китай. Так начался самый плодотворный период жизни архимандрита Иакинфа, принесший ему европейскую известность. Оценивая свою предыдущую служебную деятельность, он писал: «В продолжении училищной службы в отечестве он ничего не сделал, чем

бы ознаменовал себя по части наук или словесности: и потому о степени училищного его образования, так как и о свойствах ее, ничего сказать не можно» [1, 666].

В Пекине Бичурин пробыл с 1803 по 1821 г. В его задачу как руководителя духовной миссии входило распространение веры среди сибирских казаков-албазинцев, живших в Пекине. На момент приезда Бичурина их было 35 человек мужского пола. Начиная с 1812 г. (в России шла Отечественная война) миссия перестала получать деньги, обе церкви миссии разрушились, несколько ее членов скончались. Как руководитель Бичурин свои миссионерские обязанности мог выполнять не полностью, переключившись на изучение китайского языка, литературы, истории Китая. Уже в первые годы пребывания в миссии он самостоятельно изучил китайский язык, проштудировав произведения известных европейских китаеведов, труды которых хранились в португальской миссии в Пекине, а затем, освоив 10 тыс. китайских иероглифов, приступил к чтению и переводу текстов Конфуция и конфуцианцев. Первым он перевел «Четырехкнижие» («Сышу»), состоящее из следующих книг: «Лунь-юй» («Суждения и беседы»), «Да-се» («Великое учение»), «Чжун-юн» («Учение о неизменной середине») и «Мэн-цзы» (изложение взглядов конфуцианца Мэн-цзы). «При сем упражнении он открыл, что четырехкнижие составляет ключ к переводу ученых китайских книг на другие языки. Еще сделал не менее важное замечание, что как для перевода, так и для чтения книг, писанных на китайском языке, необходимо нужно знать древнее и новейшее статистико-географическое описание и вместе с ним историю китайской империи. По этой причине, после перевода четырехкнижия, он составил извлечения из статистико-географического описания китайской империи под заглавием И-тхун-чжи, в трех томах, и потом сокращенно перевел историю китайского государства в 16 томах. История династии Мин отдельно составляет 17-й том» [1, 667]. И все же это было лишь начало, как он сам писал — «для собственного употребления». В последующие годы Бичурин перевел извлечение из фундаментального географического сочинения «Дайцин и тунчжи», китайскую хронику «Цьзин-биаоди-цзянь», «Описание Чжунгарии», «Описание Тибета», а главное — «Описание Пекина», к которому приложил составленную им карту китайской столицы. В Китае Бичурина интересовало все — медицина, экономика, нумизматика и, конечно, религия. Для ознакомления и перевода он брал фундаментальные китайские труды: по медицине — «Судебная медицина китайцев», «Трактат о прививании оспы»; по юриспруденции — «Изложение китайского законодательства», «Монгольское уложение», «Статистическое описание китайской империи», перевел с японского языка богато иллюстрированную книгу «Описание китайских монет» [Там же].

Такой объем переведенной литературы, вероятно, не был бы возможен, если бы Бичурин не работал над составлением больших китайско-русского и монгольско-русского словарей. Это были колоссальные по объему труды. Первый, к примеру, содержал 17 тыс. условных знаков, каждый из которых имел по несколько выражений, его объем — 9 томов. А манжуро-китайский словарь содержал 463 главы. Но и это было не все. За время пребывания в Пекине Бичурин законспектировал и перевел десятки томов книги «Цзы чжи тун цзянь» («Зеркало всеобщее, правительству помогающее») — капитальный труд по истории Китая, составленный

в XII в. Бичурин также познакомил русских читателей с конфуцианством, переведя своего рода энциклопедию для юношества «Троеслоие».

Девятая духовная миссия в Китае Иакинфа Бичурина отмечена еще одним подвигом. Помимо собранной им уникальной коллекции книг и рукописей на китайском, монгольском и манжурском языках, коллекции различного этнографического материала, Бичурин закупил для Азиатского департамента Министерства иностранных дел, Петербургской публичной библиотеки большое количество книг и атласов на китайском языке. В итоге из Пекина Бичурин вывез на 15 верблюдах четыреста пудов, т. е. более полутора тонн, рукописей и книг.

Работа девятой миссии в Китае закончилась в 1821 г. Научный подвиг Бичурина был оценен ученым сообществом, но не церковью. К моменту его возвращения в Петербург в Синоде уже лежали доносы на его деятельность как в Иркутске — от сибирского генерал-губернатора И. Б. Пестеля, так и в Пекине — от начальника 10-й духовной миссии архимандрита П. И. Каменского и нескольких коллег Бичурина по 9-й духовной миссии. Царь приказал рассмотреть эти доносы по всей строгости законов. Синод предложил Иакинфу ответить на 44 обвинительных вопроса о его деятельности в Пекине. Рассмотрев ответы на них, Синод 19 марта 1823 г. приговорил его к лишению сана архимандрита и к ссылке на вечное поселение в Соловецкий монастырь. 23 августа 1823 г. Александр I утвердил это решение. «Его величество высочайше соизволил на приведение в исполнение решения св. Синода, с тем чтобы архимандрита Иакинфа оставить не в Соловецком, а в Валаамском монастыре под строгим присмотром» [3, 1, 121].

Бичурин и в ссылке, которая продлилась с 4 сентября 1823 г. по 1 ноября 1826 г., несмотря на запрет, много работал, о чем говорят его сохранившиеся письма с Валаама, например П. Л. Шиллингу фон Конштадту с просьбой присылки китайских книг для работы с ними. В другом письме он просит неизвестное лицо содействовать его освобождению, замечая при этом: «Ежели отдать самому себе справедливость не противное скромности, то могу сказать, целые тринадцать лет занимаясь познанием Китая, я один сделал в пять крат более, нежели все прошедшие миссии в течение ста лет успехи...» [5, 102].

Смена царствования, отсутствие в Министерстве иностранных дел хороших переводчиков с китайского языка, ходатайство друга Бичурина известного путешественника Е. Ф. Тимковского помогли ему освободиться из валаамской ссылки. 20 октября 1826 г. игумен Валаамского монастыря получил указ: «Его сиятельство синодальный обер-прокурор и кавалер князь Петр Сергеевич Мещерский сообщил его высокопреосвященству, что государь император высочайше повелевать соизволил находящегося в Валаамском монастыре монаха Иакинфа перевести в Александровскую лавру, дабы он там, познаниям своим в китайском и монгольском языках, мог бы быть полезен для Государственной коллегии иностранных дел. Во исполнении сей высочайшей воли и последовавшей по сему отношению резолюции его высокопреосвященства, консистория предписывает о. игумену немедленно уволить Иакинфа из Валаамского монастыря в Александровскую лавру с надлежащим билетом» [3, 2, 136].

В Петербурге Бичурин поселился в Александро-Невской лавре и стал работать в Азиатском департаменте Министерства иностранных дел. Началась

интенсивная работа над подготовкой к изданию переводов китайских книг, которые он осуществил еще в Пекине, и оригинальных статей и книг, подготовленных в Валаамском монастыре. Первой петербургской публикацией Бичурина была переведенная с китайского статья «Указы и бумаги, относящиеся до английского посольства, бывшего в Пекине в 1816 г.» (Северный архив. 1825. № 14; 1828. № 4, 7). В дальнейшем свои статьи он публиковал в «Московском вестнике», «Сыне отечества», «Московском телеграфе» и других московских и петербургских изданиях. А первой книгой Бичурина, напечатанной в России, было «Описание Тибета в нынешнем его состоянии. С картою дорог от Чен-дау до Лхасы. Пер. с китайского» (СПб., 1828), на которую «Московский вестник», «Сын отечества», «Московский телеграф», «Северная пчела» поместили отклики и рецензии. Через год книга была переведена на французский язык. В этом же году он опубликовал в двух томах «Записки о Монголии, сочиненные монахом Иакинфом. С приложением карты Монголии и разных костюмов» (СПб., 1828). «Записки» также были переведены на французский язык. Обе эти книги были высоко оценены Академией наук, избравшей Бичурина 17 декабря 1828 г. своим членом-корреспондентом по разряду литературы и древностей Востока. В следующем 1829 г. по представлению директора Публичной библиотеки А. Н. Олени Бичурин был избран ее почетным библиотекарем и приглашен для составления каталога книг на китайском и монгольском языках. В последующие годы выходят еще несколько значительных книг Бичурина: «История первых четырех ханов из дома Чингисова» (СПб., 1828); «Описание Пекина. С приложением плана сей столицы, снятого в 1817 г.» (СПб., 1828); «Описание Чжуньгарии и Восточного Тюркистана в древнем и нынешнем состоянии» (СПб., 1829); «Сань-цзы-цзин, или Троеслово с литографированным китайским текстом» (СПб., 1829), написанное стихами с параллельным китайским текстом. На каждую из этих книг отечественные и зарубежные журналы откликнулись рецензиями. В 1831 г. Азиатское общество в Париже избрало Бичурина своим членом.

В 1833 г. в нескольких номерах «Журнала Министерства внутренних дел» Иакинф опубликовал статью «Историческое обозрение ойратов, или калмыков, с XV столетия до настоящего времени» (1833. Ч. 8, № 3–4; Ч. 9, № 5). Через год под этим же названием была опубликована книга. Она представляла собой перевод двух китайских произведений — «Синцзян чжиляо» и «Сиюй вэньцзяня», а часть материала Иакинф взял из сочинений русских авторов: И. Э. Фишера «Сибирская история с самого открытия Сибири» (СПб., 1774), Н. Нередьева «Подробности о волжских калмыках» (СПб., 1834), П. И. Рычкова «Оренбургская топография» (СПб., 1762) и др. На эту книгу О. И. Сеньковский опубликовал без подписи обширную рецензию «Калмыки, ойраты, уйчуры. По поводу сочинения «Историческое обозрение ойратов, или калмыков»» (Библиотека для чтения. 1835. Т. 11), а Академия наук присудила Иакинфу Бичурину Демидовскую премию.

Эти и другие публикации сделали имя Иакинфа широко известным в петербургских кругах. Бичурин постоянно появляется на субботних вечерах у князя В. Ф. Одоевского, где встречается с И. А. Крыловым, И. М. Панаевым, А. В. Никитенко, а главное — с А. С. Пушкиным, которому дарит две свои книги, написав их. Его книгу об ойратах и калмыках поэт использовал в своей «Истории

Пугачева», написав в ней: «Самым достоверным и беспристрастным известием о побеге калмыков обязаны мы отцу Иакинфу, коего глубокое познание и добросовестные труды разлили столь яркий свет на отношения наши с Востоком» [7, 287].

В 1830 г. в составе научной экспедиции П. Л. Шиллинга Н. Я. Бичурин отправился в центр российско-китайской торговли Кяхту. По пути он посещает Забайкалье, Петровский завод, где встречается с декабристами, в том числе с Н. А. Бестужевым, подарившем ему четки, выкованные из кандалов, и нарисовавшим его акварельный портрет. Именно в это время Бичурин принял решение выйти из монашества. 13 сентября 1830 г. он просит министра иностранных дел К. В. Нессельроде: «О исходотайствовании мне перемены звания, тем более, что я, учеными трудами своими, смею надеяться, уже доказал, что я ни в коем месте не смогу служить Отечеству с большею пользою, как при Министерстве иностранных дел» [4, 121]. А год спустя с этой же просьбой и с этими же аргументами обращается в Синод. Министерство иностранных дел и Синод согласились с доводами Бичурина, но Николай I «повелеть соизволил: оставить на жительство в Александро-Невской лавре, не дозволяя оставлять монашество» [8, 109].

После 1832 г. Бичурин от имени министерства подготовил проект нового обращения к властям о снятии сана, в заключение которого писал: «Почитая волю царя священной, но не менее внутренно сокрушаясь, что произвольным нарушением обетов монашества возмущает свою совесть, монах Иакинф намерен вторично утруждать е. и. в. всеподданническою просьбою об исключении его из духовного звания с оставлением по-прежнему при Министерстве иностранных дел, где он имеет способы быть полезным отечеству по его обширным статистическим сведениям о Китае и других странах Востока» [4, 122]. И эта просьба Бичурина не была удовлетворена, в монашестве он остался до конца дней своих.

В Кяхте Бичурин закончил перевод «Истории Тибета и Хухунара» (книга была издана в двух частях в 1833 г.) и создание манжурского, монгольского, китайского словаря «Сань хэ бьянь лань», перевод которого не найден. С 1831 г. почти 18 месяцев с перерывами он преподавал в созданной по его инициативе Кяхтинской школе китайского языка. Там он завершил свою известную «Китайскую грамматику».

Первый вариант «Грамматики» был написан еще в 1830 г. в Петербурге и издан литографированным способом под названием «Основные правила китайской грамматики». Затем в 1835 г. Бичурин подготовил обновленное ее издание и увез в этом же году в Кяхту в качестве учебного пособия. Там он завершил работу над грамматикой, о чем написал в письме в Азиатский департамент 26 декабря 1836 г. Вернувшись в Петербург, Бичурин издал грамматику под названием «Хань-выньци-мын, Китайская грамматика, сочиненная монахом Иакинфом, изданная по высочайшему повелению» (СПб., 1838). За основу своей грамматики Бичурин взял китайскую книгу «Душу цзо вэнь пу». Рецензий на нее было несколько: в «Сыне отечества» (1838. Т. 4), «Литературных прибавлениях» к «Русскому инвалиду» (1838. № 30) и др. В рецензии, написанной Н. А. Полевым, в частности, указывалось: «Грамматика о. Иакинфа, освобождая язык китайский от оков, в какие до сих заключали его европейские грамматисты, показывает удивительную легкость, с какою можно выучиться читать, понимать по-китайски и переводить с китайского. Он доказал это на практике в кяхтинской школе китайского языка,

где ученики чрезвычайно легко и скоро стали понимать по-китайски» [10, 15]. В 1839 г. за «Граматику» Бичурину вновь присудили Демидовскую премию. В течение многих лет «Китайская грамматика» была единственным учебным пособием на восточных факультетах Казанского и Петербургского университетов. В 1908 г. она была переиздана в Пекине.

После возвращения из Кяхты Бичурин продолжал публиковать статьи о Китае, а в 1840 г. издал книгу «Китай, его жители, нравы, обычаи, просвещение. Сочинения монаха Иакинфа» (СПб., 1840). После критической рецензии на нее О. И. Сеньковского (Библиотека для чтения. 1841. № 4) опубликовал фундаментальное «Статистическое описание Китайской империи с приложением географической карты на пяти листах. В двух частях» (СПб., 1842), содержащее сведения о Китае (ч. 1), Манчжурии, Монголии и Восточном Туркестане (ч. 2), о водных путях Китая, сведения о Корее. За этот труд Н. Я. Бичурин был удостоен половинной Демидовской премии. Несмотря на это и «Статистическое описание Китайской империи», и следующая книга Бичурина «Земледелие в Китае» (СПб., 1844) остались вне внимания прессы и читающей публики.

Свои очередные книги он решил посвятить опять-таки современному Китаю и конфуцианству, о чем сообщал в Москву М. Н. Погодину в своем письме от 17 ноября 1844 г.: «На сих днях я привел к концу два новых сочинения “Китай в гражданском и нравственном состоянии” и “Религия ученых” с 26-ю чертежами. Только не знаю, что с ними делать. Горе от ума! Наша первостатейная ученость требует одних сказок китайских, чтоб после карт с приятностью заснуть» [6, 146–147]. Поиски средств на издание этих книг продолжались четыре года, книга о Китае была издана лишь в 1848 г. под названием «Китай в гражданском и нравственном состоянии. Сочинения монаха Иакинфа. В четырех частях» (СПб., 1848). Она возбудила общественное мнение, почти одновременно на нее появилось шесть рецензий. В. Г. Белинский в своей рецензии наряду с довольно резкими замечаниями, касающимися отдельных ее положений, делал вывод: «Книга почтенного отца Иакинфа — истинное сокровище по богатству важных фактов» [9, 49]. Эту книгу Академия наук отметила своим почетным отзывом. А вот вторая книга увидела свет лишь в 1906 г. под названием «Описание религии ученых. С приложением чертежей, жертвенного одеяния, утвари, жертвенников, храмов и расположения в них лиц, столов и жертвенных вещей во время жертвоприношения, составленное трудами монаха Иакинфа в 1844 г.» (Пекин, 1906).

И еще за одну книгу, над которой он работал в последние годы своей жизни, Бичурин получил Демидовскую премию. Еще в ноябре 1846 г. он писал М. П. Погодину: «С 1-го января текущего года я занимаюсь составлением истории древних народов в Средней Азии, и частью соседственных ей владений. Сия история начинается во втором веке пред РХ и оканчивается в IX веке» [6, 150]. А в январе 1847 г. сообщает ему: «В прошлом году я кончил собрание материала для истории о древнейших народах в Средней Азии. В нынешнем году едва-ли успею снабдить ее примечаниями и пояснениями, а время летит. Что будет дальше не знаю» [Там же, 151]. А дальше было несколько лет жизни все в той же келье Александро-Невской лавры, болезней, и, наконец, за два года до смерти эта трехтомная книга Бичурина вышла. Ее полное название — «Собрание сведений о народах, обитавших

в Средней Азии в древние времена. В трех частях, с картою на трех больших листах. Сочинение монаха Иакинфа, удостоенное императорской Академией наук Демидовской премии» (СПб., 1851). Парадокс состоял в том, что хорошо понимая значение этого труда, Академия наук еще до его выхода 17 апреля 1849 г. присудила за него Бичурину четвертую половинную Демидовскую премию.

11 мая 1853 г. Н. Я. Бичурин скончался в своей келье Александро-Невской лавры. Похоронили его там же, в некрополе, где со временем был поставлен памятник с эпитафией на китайском языке, предложенный архимандритом Аввакумом (Д. С. Честным). Один из вариантов ее перевода на русский язык следующий: «Постоянно прилежно трудился над увековечившими [его] славу историческими трудами».

---

1. *Бичурин И.* Автобиографическая записка // Учен. зап. имп. Академии наук по первому и третьему отделениям. СПб., 1855. Т. 3.

2. *Денисов П. В.* Никита Яковлевич Бичурин. Чебоксары, 1977.

3. *Мясников В. С.* Валаамская ссылка Н. Я. Бичурина // Проблемы Дальнего Востока. 1986. № 1. С. 115–121; № 2. С. 131–138.

4. Н. Я. Бичурин и его вклад в русское востоковедение : материалы конференции. М., 1977. Ч. 2.

5. Письма Бичурина из Валаамской монастырской тюрьмы [Электронный ресурс] // Народы Азии и Африки. 1962. № 1. С. 101. URL: [http://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/China/Bicurin/briefe\\_valaam\\_gefangnis.htm](http://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/China/Bicurin/briefe_valaam_gefangnis.htm)

6. Письма Н. Я. Бичурина к М. П. Погодину [Электронный ресурс] // Сов. китаеведение. 1958. № 3. URL: [http://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/China/Bicurin/Briefe\\_Pogodin/frameset1.htm](http://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/China/Bicurin/Briefe_Pogodin/frameset1.htm)

7. *Пушкин А. С.* Собрание сочинений. М. ; Л., 1949. Т. 8.

8. *Скачков П. Е.* Очерки истории русского китаеведения. М., 1977.

9. Современник. 1848. Т. 7, № 1, отд. 3.

10. Сын отечества. 1836. Т. 4, июль, отд. 4.

*Статья поступила в редакцию 02.07.2014 г.*

# MEMORIA

**И. В. Малахеев**

## **ЛЕГЕНДАРНЫЙ РЕДАКТОР**

Есть личности, которые олицетворяют собой этапы развития тех или иных направлений и областей человеческой деятельности. В развитии печати Среднего Урала такой личностью, думается, является Иван Степанович Гагарин — редактор газеты «Уральский рабочий» с 1961 по 1979 г. За время его пребывания у штурвала в то время флагмана региональной печати тираж газеты вырос более чем в три раза: со 170 тыс. до 650 тыс. экземпляров, и уступал тиражам только двух областных газет Советского Союза — «Московской правды» и «Ленинградской правды». Авторитет газеты «Уральский рабочий» был очень высок. Заслуги редактора не остались незамеченными обществом и властью. В 1962 г. он был награжден орденом Трудового Красного Знамени, в 1970 г. — медалью «За доблестный труд. В ознаменование 100-летия со дня рождения В. И. Ленина», в 1971 г. — вторым орденом Трудового Красного Знамени, в 1975 г. — медалью «30 лет победы в Великой Отечественной войне», в 1977 г. — орденом «Знак Почета». В 2013 г. исполнилось 100 лет со дня рождения И. С. Гагарина.

## **Биографическая справка**

Иван Гагарин родился в крестьянской семье, в селе Долгое Каргапольского района Курганской области, 8 сентября 1913 г. В школе, а затем в учебно-строительном комбинате Златоустстроя Челябинской области его тянуло к журналистскому творчеству, и он стал сотрудничать с газетами. В 1934 г. исполнилась заветная мечта 21-летнего Ивана: он был принят на работу литературным сотрудником в многотиражную газету «За реконструкцию!», а в 1936 г. — в редакцию златоустовской городской газеты «Пролетарская мысль». Армейскую службу проходил корреспондентом газеты «На боевом посту» Забайкальского военного округа.

---

МАЛАХЕЕВ Иван Васильевич — доцент кафедры периодической печати Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: Malaheev\_IVAN@mail.ru).

© Малахеев И. В., 2014

После службы в армии Гагарин связывает свою судьбу с городом Ревдой Свердловской области. С 1938 по 1944 г. он работает в редакции газеты «Ревдинский рабочий», сначала корреспондентом промышленно-транспортного отдела, а в конце — редактором. В 1944 г. Гагарин трудится в Ревдинском горкоме КПСС, в 1950 г. его направляют на учебу в Высшую партийную школу при ЦК КПСС, после окончания которой в 1953 г. Свердловский обком партии утверждает его заместителем редактора газеты «Уральский рабочий», а в 1961 г. — редактором.

### Творческие корни

К руководству областной газетой И. С. Гагарин был подготовлен основательно. В то время большинство его коллег делали журналистскую карьеру с помощью партийных органов, что и определяло в дальнейшем их приоритеты. Гагарин членом КПСС стал только в апреле 1941 г., за три месяца до утверждения его редактором газеты «Ревдинский рабочий», за пять месяцев до начала Великой Отечественной войны. Он обладал острым и выразительным пером, постоянно писал материалы, и не только в жанре передовой статьи. Сохранилась выписка из трудовой книжки за период его работы заместителем редактора «Уральского рабочего». Здесь много записей о поощрении за качество подготовленных материалов. Большинство поощрений исходили от редактора Евгения Яковлевича Багреева, впоследствии заведующего кафедрой периодической печати факультета журналистики УрГУ. А все знали, чтобы от Багреева заслужить благодарность, надо было блеснуть на всю область.

Реальная жизнь людей волновала Гагарина больше, чем партийные директивы и номенклатурные головоломки. Правда жизни и есть правда партии, какой бы нелицеприятной она ни была, ведь партия, она за все в ответе. Так говорил он! И когда журналистский материал в полной мере и талантливо отображал реальность, то Гагарин смело ставил его в газету даже в случае возражения кого-то из секретарей обкома. Он создавал летопись Среднего Урала [1, 71–76]. Журналистика советского времени, являясь составной частью национальной культуры, несла всю полноту этой культуры в массы. И в этом смысле слова великого академика В. И. Вернадского о том, что история культуры — подлинная история народа, подтверждают место и роль журналистики в созидательном развитии государства. Мне представляется, что Гагарин это прекрасно понимал. И сегодня подшивки газеты, которую он редактировал, это тоже подлинная история региона.

Под началом Гагарина мне довелось поработать шесть лет, я начинал спецкопом, затем в качестве члена редколлегии заведовал отделом писем и рабселькоров, возглавлял отдел науки и учебных заведений. Четыре последних года избирался председателем профкома и секретарем парторганизации редакции. Все это дало возможность находиться в центре жизни редакции, общаться с редактором по всем вопросам деятельности коллектива, а также с ветеранами газеты.

Так, ветераны Михаил Полисюк, Геннадий Ляхин, Геннадий Лисин, в частности, рассказывали о том, как ценил газету будущий член Политбюро и секретарь ЦК КПСС Андрей Кириленко, работавший с 1955 по 1962 г. первым секретарем

Свердловского обкома партии. Почти ежемесячно он проходил по кабинетам редакции, интересуясь творческими планами журналистов, бытовыми условиями их жизни.

Продолжительные беседы случались у него с редактором газеты, членом-корреспондентом АН СССР Владимиром Кружковым. Тот, конечно, был чрезвычайно информированным человеком, до отдела пропаганды и агитации он с 1944 по 1949 г. занимал пост директора Института Маркса — Энгельса — Ленина при ЦК ВКП(б), после чего заведовал в ЦК отделом художественной литературы и искусства. Совместная работа с таким человеком для Гагарина была, безусловно, большой школой. Он сменил Кружкова на редакторском посту в 1961 г. А Владимир Семенович вернулся в Москву, где до 1973 г. директорствовал в Институте истории искусств Министерства культуры СССР.

### Ставка на талант

По себе, по своему творческому складу Гагарин подбирал кадры. Прежде всего, его интересовал творческий потенциал журналиста, а также то, куда этот потенциал устремлен. Упор делал на молодежь, но ценил преданность газете и ветеранов, например, бессменного заведующего отделом информации Николая Филипповича Кондратова, художника Геннадия Васильевича Ляхина, подготовившего превосходного мастера карикатуры Леонида Черных, и др. Заведующего отделом местных Советов Бориса Воробьева он «вытащил» из областной глубинки, где тот редакторствовал в районной газете. Борис Васильевич обладал редким даром фельетониста, его материалы восхищали как редактора, так и читателей оригинальностью поднятых тем и речевой выразительностью. К этому времени в газету «Правда» был переведен талантливый фельетонист, любимец Гагарина Валентин Прохоров. А без фельетона Иван Степанович не мыслил газеты. Позднее для усиления сатирической составляющей газеты им были приняты в штат прекрасные фельетонисты Валерия Онищенко и Валерий Коршик.

Гагарин, конечно, был коммунистом по убеждению. И свой долг видел в полной отдаче сил делу, которое поручила ему партия. Он, например, никогда не забывал о материале, опубликованном в «Правде» под заголовком «Есть ли промышленность на Урале?». В главной газете страны обзоревались страницы «Уральского рабочего», на которых автор не увидел отражения жизни индустрии «опорного края державы». Поэтому Иван Степанович ревностно следил за освещением работы предприятий металлургии, машиностроения, стройиндустрии. Он значительно усилил отдел промышленности и транспорта кадрами. Пригласил из уралмашевской многотиражки Николая Широкова, ставшего впоследствии заведующим отделом, Владимира Ермолаева, будущего собственного корреспондента «Правды», а также очень способного журналиста Валентина Васильева.

Попасть в штат «Уральского рабочего» было мечтой десятков, если не сотен журналистов. Сделать это по протекции из обкома партии при Гагарине было вообще невозможно. Наоборот, он мог принять кадровое решение вопреки мнению руководства обкома. Так, из газеты «Вечерний Свердловск» он взял Георгия Краснова, который Свердловским обкомом партии был снят с должности главного

редактора журнала «Урал» за публикацию статьи об адмирале Колчаке как о высоко эрудированном, талантливом человеке. И после ухода в журнал «Уральский следопыт» Анатолия Полякова секретариат возглавил опытный и авторитетный в писательской среде публицист, прекрасный организатор газетного процесса и большой души человек. С его назначением секретариат газеты, который составляли такие талантливые люди, как Леонид Маковкин, Геннадий Шеваров, Александр Лосев, стал еще и своеобразным отделом публицистики, который нередко поставлял «гвоздевые» материалы в номера издания.

Из «Тагильского рабочего» Гагарин «вытащил» даровитых журналистов — заведующую строительным отделом Терезу Гржебинскую, заместителя редактора Арнольда Уряшева, который после Гагарина возглавил «Уральский рабочий»; из «Вечернего Свердловска» — будущего своего заместителя Семена Корепанова, будущего собкора «Советской России» Анатолия Усольцева, из «На смену!» — публициста Бориса Тимофеева, будущего заместителя редактора Сергея Парфенова. Школу «Уральского рабочего» тех лет прошли такие известные журналисты, как Феликс Овчаренко, Станислав Мешавкин, Игорь Бродский, Валентин Петров, Юрий Борисихин, Виктор Хлыстун и др.

Присматривался Гагарин и к студентам журфака, проходившим практику в газете. В 1967 г. пригласил на корреспондентскую работу двух выпускников — Анатолия Золина и Владимира Денисова, впоследствии прекрасно проявивших себя в центральной печати. Когда в редакции освободилось место спортивного корреспондента, Золин и Денисов порекомендовали Гагарину своего однокурсника Юрия Боженко, к тому времени работавшего в Перми. Иван Степанович запросил материалы Боженко, они ему понравились. С той поры фамилия «Боженко» чуть ли не на полвека прописалась на страницах «Уральского рабочего». По итогам преддипломной практики в штат были приняты такие даровитые журналисты, как Владимир Долматов, впоследствии — главный редактор журнала «Родина», Сергей Кожеуров, главный редактор, а затем генеральный директор «Новой газеты», Николай Сенчев, будущий собкор «Правды», и др.

У Гагарина был «нюх» на талантливых и порядочных людей, он крайне редко ошибался в выборе.

В середине 70-х гг. в отдел промышленности и транспорта были приняты Иван Бурко и Сергей Рябов (будущий собственный корреспондент «Правды»). Первого взяли из многотиражной газеты «Резинщик», а второго — из родного для Гагарина «Ревдинского рабочего».

Редактор приходил на работу раньше: то на час, то на полчаса. Однажды он шел к своему кабинету вслед за И. Бурко, от подошв альпинистских ботинок которого на полу оставались грязные отметины. После утренней планерки шеф оставил у себя заведующего Н. Широкова, расспросил о Бурко, о Рябове. Узнав, что первый живет в бараке завода РТИ, по грязи ведет сына в детсад, потом так же по бездорожью добирается до трамвайной остановки, посочувствовал: «Вижу по публикациям, что Бурко — рабочая косточка, хорошо знает производство, людей труда. Рябов тоже, думаю, пришелся нам ко двору... Из Ревды не наездишься...»

Выслушав эти слова, знающий натуру редактора Николай Петрович, придя в свой отдел, уже предвосхищал новоселья своих новобранцев.

В 70–80-е гг. в отделе пропаганды и агитации ЦК партии все настойчивее утверждалась мысль о необходимости сделать корпус журналистов страны мужским. Гагарин оценивал это намерение скептически. Печать должна говорить с народом голосом самого народа, считал он, а народ — это ведь не одни мужики. При этом делал все, чтобы в газете звучали сильные женские голоса. Например, он ценил работу журналисток Терезы Гржебинской, Валентины Машковой, Юлии Матафоновой, Ады Владимирцевой, Тамары Курашовой, Маргариты Троицкой, Риммы Старковой, Ирины Брытковой, Маргариты Касьяновой, Тамары Шумковой, Тамары Питерских, Тамары Ильиных...

Сотрудники редакции за Гагариным была как за каменной стеной. И талантливому человеку, работающему с высокой самоотдачей, редактор мог простить многое.

Не всем нравилось то, как удерживал Гагарин в своей газете талантливых журналистов. Так, заведующего отделом сельского хозяйства Владимира Удачина он несколько лет не отпускал в газету «Советская Россия». Владимир Яковлевич и сотрудники его отдела Роберт Рожнев и Владимир Никоненко являлись умелыми организаторами многих ценных начинаний и движений в сельском хозяйстве области, например, в развитии птицеводства, молочного животноводства, свиноводства. А соборовская сеть, охватывавшая всю область, была очень сильной, в нее входили такие известные журналисты, как Юрий Коньшин, Геннадий Удинцев, Григорий Каета, ставший впоследствии редактором газеты, Николай Белогузов, Евгений Новоселов, Юний Горбунов, известный поэт Алексей Чечулин, Борис Кортин, Владимир Кожевятов...

В. Удачин ушел в «Советскую Россию» вопреки редактору, чуть ли не повздорив с ним. Иван Степанович некоторое время это глубоко переживал, пока с моей подачи не остановил свой выбор на редакторе газеты «Березовский рабочий» Иване Романихине, ставшем позднее заместителем редактора газеты «Уральский рабочий». Как говорится, без энтузиазма, с большим скрипом Гагарин отпускал в центральные газеты талантливых журналистов В. Ермолаева, А. Золина, В. Денисова и других своих сотрудников

### **В гагаринской команде**

В промышленно-транспортный отдел «Уральского рабочего» я пришел в середине января 1972 г. До этого три года, после окончания журфака Уральского университета, довольно комфортно работал в газете своего родного города «Березовский рабочий» и не собирался куда-либо уходить. В конце 1971 г. мне несколько раз звонил Анатолий Золин, с которым я был коротко знаком по университету, и чуть ли не в приказном тоне требовал у меня материалы для «Уральского рабочего». «Старик, — кричал он, — у нас в отделе вакансия, ушел Васильев. Напиши для нас несколько материалов. Да быстрее, не ты один на примете. Гагарин не терпит пустых столов».

Послал одну критическую корреспонденцию — опубликовали. «Еще, еще шли!» — кричит в трубку Золин. В течение месяца подготовил еще два материала. Быстро опубликовали. Звонит заведующий отделом Широков, мол, приезжай знакомиться. Приехал, пообщались, рассказал о себе, о семье, о планах, передал

характеристики на себя от горькома парии и редакции «Березовского рабочего». Расстались под обещание, что обо мне будет доложено Гагарину. Через пару дней звонит Широков, сообщает о времени встречи с редактором.

Когда я вошел в гагаринский кабинет, он сидел за столом и что-то писал. За ним на стене в рамке висела репродукция популярной в журналистской среде картины В. Борисова «Ленин читает газету “Правда”». Широков указал на меня рукой и сказал: «Вот, Иван Степанович, Иван Малахеев». «А-а-а, — рассматривая и как бы узнавая меня, приветливо улыбаясь, протянул Гагарин, — ну, присаживайтесь!»

Я рассказал о себе, о работе, о родителях, о том, что недавно вступил в партию и женился, жду ребенка. Гагарин слушал с неподдельным интересом, в хорошем настроении, сопровождал мои ответы кивками, как бы соглашаясь с ними, мол, конечно, я так и думал. В конце встречи, длившейся с четверть часа, сказал: «Мы вас берем специальным корреспондентом промышленно-транспортного отдела. Ваши материалы я читал, они соответствуют уровню нашей газеты. Но не обольщайтесь. Надо превосходить наш уровень, тогда и газета пойдет в рост. С квартирой в Свердловске вопрос решим, а пока поездите из Березовского... До свидания!» — все так же, не вставая со стула, завершил нашу первую встречу Гагарин.

Первый день моей работы выпал на 13 января, ночью температура воздуха опускалась ниже 40 градусов, да и днем было не многим теплее. Широков пришел с утренней планерки и дал каждому сотруднику отдела задания, связанные с досьеами на первую полосу. Поскольку среди прочего в мою задачу входило освещение работы транспорта, поручил оперативно написать сто строк о работе свердловских железнодорожников в нагрянувшие холода.

Детство мое прошло у железной дороги, в двух километрах от тупика, отец работал в железнодорожном цехе Березовского рудника. Поэтому я живо представил обстановку на стальной магистрали в сорокаградусный мороз, позвонил в несколько служб Свердловской железной дороги, взял, как говорится, документальную фактуру и изложил текст под заголовком «В эти морозные дни». Каково же было мое удивление, когда на утренней летучке следующего дня Иван Степанович, окидывая взглядом страницы свежей газеты, задержался на первой полосе и сказал, обращая к Широкову: «Хорошо написано о железнодорожниках».

Конечно, я боялся разочаровать редактора, а прежде всего — коллег по отделу и своего заведующего.

После трех месяцев моей работы Н. Широков, вернувшись с дневной планерки, таинственно произнес: «Иди к редактору!» Противоречивые чувства охватили меня.

«Что случилось?» — размышлял я по пути к кабинету главного. Когда вошел — увидел его в обычной позе читающего или пишущего человека. Он просматривал тексты на полосах завтрашнего номера газеты.

«А-а-а! Малахеев, — протянул он, как и при первой встрече. — Надоело, наверное, ездить в Свердловск из Березовского? Сколько времени теряете на дорогу?» Я ответил, что в общей сложности около трех часов. Спросил, как уживаемся с женой и маленьким ребенком в одной комнате с родителями. Потом поинтересовался

темами предстоящих выступлений, рубриками, которые веду в газете. Все это заняло минут, наверное, пять. Вдруг он вынул из грудного кармана расстегнутого пиджака бумажку и протянул мне: «Вот вам ордер на двухкомнатную квартиру в новом строящемся микрорайоне. Поезжайте, посмотрите и заселяйтесь!»

Из кабинета я вылетел, не веря своему счастью. Как чудо восприняли это событие и мои родители и жена. А меня распирало чувство гордости за принадлежность к газете «Уральский рабочий», за то, что меня ценит сам Гагарин. Я воспринимал все, что мне давала редакция, как аванс, который следует отработать.

Чтобы работе на полную катушку журналистам ничего не мешало, Гагарин лично решал их жилищные проблемы, своим заместителям вменял в обязанность обеспечивать детей сотрудников местами в детских комбинатах и т. д. Если все квартиры, которые Иван Степанович «выбил» для редакции, свести под одну крышу, то получился бы примерно сорокаквартирный дом.

### Каждый номер — с изюминкой

Коллектив «Уральского рабочего» работал очень слаженно. Каждый сотрудник, начиная с курьера и заканчивая редактором, знал свои обязанности и права. Ежедневные планы журналистов сводились в планы отделов, которые ответственный секретарь объединял в редакционный недельный план. Все редакционное тематическое планирование увязывалось с географией материалов. На стене в кабинете ответственного секретаря висел график, в котором отслеживалась география материалов сотрудников отделов и редакции в целом. Это в наши дни, когда большинство СМИ позиционируют себя как информационный товар, география материалов мало кого интересует, а Гагарин требовал, чтобы газета не только тематически отражала многогранную жизнь области, но и географически отражала регион. Эта особенность советской журналистики отмечалась раньше [2, 18–27].

Недельное планирование базировалось на квартальном редакционном плане и из него вытекало. Квартальный план редакции верстался из квартальных планов каждого сотрудника и каждого отдела. Исполнение планов на всех уровнях проверялось довольно щепетильно. Перед каждым новым годом в отделах редакции, на летучках обсуждались перспективные планы, свежие рубрики, в секретариате рассматривали варианты более привлекательного оформления газеты. Как правило, производилось анкетирование, опрос читателей на тему, какой бы они хотели видеть газету завтра. Свои предложения по улучшению содержания и оформления издания обязательно вносили соборы, которые хорошо знали нужды читателей.

Работа творческого сотрудника оценивалась, прежде всего, с позиций его участия в организационно-массовых кампаниях по выполнению задач социально-экономического развития Среднего Урала. Почти каждый журналист так называемых отраслевых отделов вел по две-три такие кампании, по несколько рубрик, под которыми системно и всесторонне отображалась работа парторганов, местных Советов, трудовых или учебных коллективов по выполнению государственных заданий. Например, корреспонденты отдела промышленности и транспорта вели кампании с говорящими рубриками: «Реконструкция — путь эффективный», «Оборудованию — полную загрузку», «Проектные мощности — в срок»,

«Больше товаров — хороших и разных» и др. Сотрудники отдела строительства и леса курировали важнейшие стройки области, ввод в эксплуатацию новых цехов и заводов. Не случайно именем «Уральского рабочего» были названы многие новые объекты, например, клеть 1300 широкополочного стана Нижнетагильского металлургического комбината.

Вообще, организаторская роль «Уральского рабочего» в подъеме экономики и культуры велика и мало оценена, хотя именно мастерством такой работы и массовым участием газетчиков в экономических преобразованиях края уральская журналистика заслужила себе славу в СССР. И это стало ее отличительной чертой. Об этом я писал ранее подробно [3, 12–25].

Своеобразием отличалась и композиционно-графическая модель издания, она предполагала наличие на странице 7–8 текстов. При этом примерно половине их представляли информации, размещаемые на внешних колонках полос. На каждой полосе, по мнению редактора, должен быть материал, «который прочтут все». Точно так же должен быть «гвоздь» номера. По четвергам газета, как правило, выходила со сменными страницами, т. е. готовились две самостоятельные вторые полосы, одна из которых адресовалась читателям промышленных центров, а вторая — сельских районов. Или в ином варианте: одна полоса адресовалась читателям Свердловска, а вторая — областным.

Иван Степанович являлся в секретариат на дневную планерку в различном расположении духа. Его настроение, как было замечено, почти всегда зависело от качества материалов завтрашнего номера. Если был доволен содержанием издания, то, оглядывая висевшие за спиной «ответсека» оттиски полос, непроизвольно потирал руки. Традиционно спрашивал дежурного редактора о том, как идет номер. Затем просил сотрудника секретариата доложить о содержании канунного номера. Если содержание завтрашнего номера его не удовлетворяло, он, присев к столу ответственного секретаря, выяснял, почему сформировался такой «легковесный» номер. «Такие материалы сдали заведующие отделами», — это объяснение редактор принять не мог. Он поочередно направлял свой взор на заведующих отделами, сидевших по периметру кабинета. После чего сразу появлялись предложения по усилению номера. Иногда его не удовлетворяла иллюстрация. В редакции трудились в разное время такие известные фотокорреспонденты, как Владислав Ветлугин, Олег Капорейко, ветеран войны Михаил Просвирнин, Юрий Подкидышев, Алексей Нагибин, Юрий Райдугин, и редактор хотел, чтобы их потенциал использовался в полной мере. «“Слепая” страница, — порой бросал он взгляд на неудачно сверстанную полосу, — снимите нижний текст, поставьте две-три фотографии».

Ему нравились фотоочерки, которые публиковались с переходом со страницы на страницу, фоторепортажи и фотопортреты и графические работы художников, раскрывающие красоту труда и человека-труженика.

Всячески поддерживал Гагарин участие в газете мастеров карикатуры, шаржа. Случалось, в редакцию приходили с новыми песнями уральские композиторы, чаще других — Евгений Родыгин. Они исполняли свои произведения, и многие песни получали известность благодаря «Уральскому рабочему».

Каждый номер газеты должен содержать какую-либо изюминку, не должно быть «холостых выстрелов» — такому правилу следовала редакция.

### Редакционный конвейер

В гагаринской редакции поражала четкая организация производства газеты. В 9 часов начиналась летучка членов редколлегии, заведующих отделами, связанная с обсуждением предложений новостей и тем на внешний разворот газеты. К 11 часам в отделы поступали оттиски материалов внутреннего разворота «завтрашнего» номера. В 13 часов происходила дневная планерка в кабинете ответственного секретаря, здесь окончательно утверждались «досылки» на внешние страницы и рассматривались полосы внутреннего разворота. Оттиски полос крепились на специальной рейке и были доступны всем в редакции. Одновременно дежурный по секретариату докладывал содержание материалов внутреннего разворота канунного номера, держа перед собой готовые макеты второй и третьей полос. В 14 часов к дежурству заступала «свежая голова» из числа корреспондентов и литературных сотрудников (дежурили по утвержденному графику), задачей которой было внимательное чтение материалов газеты, готовящейся к выпуску. К этому же времени к работе приступал ревизионный корректор, который свежим взглядом вслед за утренними корректорами читал уже выправленные, окончательно откорректированные тексты. По графику, как правило, уже вечером дежурный редактор, убедившись в том, что все ошибки выправлены, поочередно подписывал газетные полосы «в печать», и они уходили на матрицирование, а потом и на стереотипирование. Последней «в печать», как правило, подписывалась первая или четвертая полосы, которые несли самую свежую информацию.

Руководство издательства настаивало на том, чтобы «Уральский рабочий» печатался раньше центральных газет, доставляемых тогда в матрицах самолетами, объясняя свою настойчивость тем, что огромный тираж «Уральского рабочего» приходится печатать ночью вместе с центральными изданиями. Но Гагарин стоял на том, чтобы газету печатали последней, т. е. после всех центральных и местных газет. Это давало возможность ставить в номер самые свежие новости. Последняя, по очередности, полоса могла быть подписана в 22 часа, а номер «в свет» — часом позже. Членов дежурной бригады в три захода развозила по домам редакционная машина.

При любом сбое можно было сразу обнаружить причину и виновника. Приятно удивляло то, что в редакции была солидная библиотека (более 20 тыс. томов, большой справочный отдел), кроме того, каждый сотрудник редакции имел возможность подать заявку на подписку 3–4 изданий по своему профилю и интересу. И получать эти издания на рабочем месте.

Спустя годы, когда сам стал редактором «Уральского рабочего», этот опыт организации выпуска газеты я положил в основу технологического паспорта производства издания. В нем поминутно был расписан процесс работы над газетой — с указанием ответственных служб и должностей на каждом «переделе» производства «Уральского рабочего».

## Мастер фитиля

Вот несколько примечательных случаев гагаринских подвигов. Как известно, в 1964 г. был введен в строй первый энергоблок, а в 1967 г. — второй реактор на тепловых нейтронах Белоярской атомной электростанции им. И. В. Курчатова. Увидеть чудо техники стало мечтой многочисленных специалистов и друзей Советского Союза из стран социалистического лагеря. Москва стала давать «добро» на такие посещения. Делегации гостей следовали одна за другой. Для надлежащего приема и потчевания делегаций Белоярский райком партии открыл в банке специальный счет, куда руководители местных предприятий и организаций перечисляли некоторые суммы, что предопределяло их личное участие в застольях по случаю приема очередной делегации. Так происходило «спаивание» районного партийно-хозяйственного актива. Понятно, что об этой практике знало все областное руководство, более того, многие члены бюро обкома и облисполкома сами выпивали и закусывали в компании руководящих белоярцев и их гостей. И. С. Гагарин публикует фельетон своего любимца Валентина Прохорова под заголовком «Коньяк белоярского разлива».

Казалось, это сродни самоубийству. Иван Степанович, вспоминая те времена, в жестах рассказывал мне о последствиях этой публикации.

Когда он пришел в обком, то старые знакомые, включая секретарей, заведующих отделами, старались его не замечать, отводили глаза как от предателя. Один из заведующих, с кем Гагарин иногда выезжал на любимую зимнюю рыбалку, зазвал к себе в кабинет со словами: «Что ты наделал Иван Степанович? Ведь это твоя отставка. Все поражены, возмущены публикацией. Сам-то что не сопровождал гостей? Не знаешь, с чем это связано, чем заканчивается?» Да, Иван Степанович не сопровождал, но если бы и довелось, в застолье не участвовал. Это было его редакторское правило — никому ни на какой крючок не попадаться, никому ничем не быть обязанным!

— И вот бюро обкома партии, — вспоминал Гагарин, — обычно здоровавшиеся за руку, одни члены бюро сухо кивали, другие отворачивались. Чувства и мысли были тревожными.

Докладчик первый секретарь райкома начал акцентировать внимание членов бюро на том, что факт, отображенный в газете, всем им известен, что открытие счета — мера вынужденная и, конечно же, бескорыстная. В конце он обратился к первому секретарю Николаеву: «Константин Кузьмич, надо ли мне все это здесь объяснять, ведь, кажется, все у нас были, даже вам приходилось заниматься с гостями станции?» Члены бюро и приглашенные понимающе кивнули. Взоры заседателей устремились к центру президиума. Настал момент истины.

Николаев — человек с массой в полтора центнера, почти двухметрового роста — побагровел, помедлил с ответным словом и вдруг мощно ударил пудовым кулаком по столу:

— Вы хотите сказать, что я угощался у вас задарма? Костя, — обратился он к заведующему общим отделом обкома Сотникову, — ты, надеюсь, аккуратно расплачиваешься за первого секретаря?

— Все и всегда — до копейки, Константин Кузьмич! — вскочив со стула, отрубил «Малой Константин», будто ждал от шефа этого вопроса. В скобках следует заметить, что для первых секретарей обкомов и крайкомов предусматривались представительские расходы.

В ходе заседания бюро произошел перелом, Николаев признал выступление газеты своевременным и по-партийному принципиальным. Одним словом, районные руководители были наказаны, первый секретарь райкома даже снят с должности, злополучный банковский счет закрыт, Гагарин вздохнул с облегчением.

После заседания бюро, усмехался Иван Степанович, те, кто пару часов назад не здоровались, не подавали руку, подходили, обнимали, благодарили и поздравляли.

Другой случай. Как-то редактор пришел на дневную планерку необычно взволнованный, спросил у Бориса Воробьева, в каком состоянии фельетон о директоре одного совхоза. «Готов!» — был ответ.

— Принесите мне, я по нему пробежусь, поставим досылком в завтрашний номер! — сказав это, Иван Степанович объяснил редколлегии спешку с публикацией. Оказалось, перед планеркой звонил ему секретарь обкома по сельскому хозяйству, мол, ваш корреспондент что-то копал под директора такого-то передового совхоза, на которого ушли в Москву представительные документы на орден Ленина, дескать, узнав о возможной критической публикации, первый секретарь обкома попросил передать редактору, чтобы он не допустил выхода материала.

Фельетон о директоре, который наживался за счет продажи автомобилей, выделяемых совхозу по фондам, появился на следующий день. Ордена Ленина «передовой» руководитель не дождался.

Какая была реакция на публикацию в обкоме, можно только догадываться.

Особое отношение у Гагарина было к освещению проблематики Нижнего Тагила. «Тагилка», как любовно называли читатели свою газету, была очень уважаемой и популярной в городе, тираж ее достигал 100 тыс. экземпляров, она приходила почти в каждую семью. А подписной тираж «Уральского рабочего» в Нижнем Тагиле не превышал 15 тыс. экземпляров. Гагарина эта статистка весьма напрягала. Зная, что городская газета «ходит» под местной властью и настроение ей портить не будет, Иван Степанович настраивал своего собкора по Тагилу, тех, кто ехал туда в командировку, на проблемные темы и такие критические выступления, на какие местная газета не решится. Так он надеялся поднять популярность и авторитет своей газеты в Тагиле.

Дошло до того, что он решился вставить фитиль властям города металлургов в самый неподходящий для них момент. Придержал фельетон о злоупотреблениях в распределении жилья в Нижнем Тагиле до дня открытия городской партийной отчетно-выборной конференции, причем зная наверняка об участии в ней первых лиц региона. После Гагарин признавался, что имел неприятности в обкоме не столько из-за самого фельетона, сколько из-за момента его публикации, из-за того, что «важнейшее для областной парторганизации мероприятие превратилось в обсуждение газетной публикации».

### Нашли повод...

Ершистость Гагарина раздражала многих областных руководителей. Нужен был повод, чтобы его одернуть. И этот повод однажды в результате своей щепетильности в оценке фактов дал он сам. Одно лето в середине 70-х гг. оказалось крайне засушливым, производственные и трудовые коллективы городов и районов были мобилизованы на заготовку кормов для животноводства, даже школьников подключили к заготовке корма. В этих экстремальных условиях бюро обкома партии и облизполком решили дать своим городским и районным органам задания по заготовке сена в Гаринском районе, на полуострове, помнится, Лумпас.

В это время фельетонист «Уральского рабочего» Валерий Коршик принес Ивану Степановичу фельетон под заголовком «“Косари” на сенокосе». В тексте, построенном на материалах следствия, говорилось о том, как безобразно, с нарушением законности организовано сенокосное дело с выездом на Лумпас в Пригородном районе. При этом в качестве премиальных косцам поставляли ящиками водку. Гагарин готов был немедля опубликовать фельетон, но его смутил факт о том, что погрузкой ящиков со спиртным на борт вертолета занимался первый секретарь райкома партии.

Он не мог этому поверить и просил автора разобраться лично.

Валерий Коршик был тоже ершистым. Он рассказал о разговоре с Гагариным собкору «Правды» Вадиму Данилову, который, прочитав текст, предложил автору отправить фельетон в свою редакцию.

Фельетон в «Правде» обком партии воспринял с болью и негодованием: мы тут из кожи лезем, чтобы спасти животноводство, а нам — оплеуха. Выяснилось, что автор фельетона — сотрудник «Уральского рабочего», что Гагарин читал материал и, значит, «дал добро» на печатание в главной газете страны. Такая «слава» была областной власти горше редьки. Тем более что из ЦК прибыла специальная комиссия, которая рассмотрела всю историю с выкашиванием Лумпаса. Оказалось, что злоупотребления властью касались не только одного района, а сено за малым исключением с полуострова так и не было вывезено и в основном сгнило. Понятно, что в этом контексте факт, связанный с установлением личности погрузчика спиртного, значения не имел.

Бюро обкома было вынуждено самым серьезным образом реагировать на фельетон и сообщить «Правде» о принятых мерах. Среди этих мер было и партийное замечание, объявленное редактору Гагарину за неправильное отношение к критическому материалу своего сотрудника, по существу за то, что не опубликовал фельетон. Гагарин, улыбаясь, похмыкивал над этим решением, так как прекрасно понимал, что его ожидало, опубликуй он этот фельетон в своей газете.

\* \* \*

В журналистском сообществе есть мнение о том, что с приходом в обком партии молодых секретарей давление на СМИ усилилось. В обкоме была написана своего рода инструкция, в какой очередности и с указанием каких должностей, регалий публиковать руководящий состав. Так, возглавлять перечень должен был Б. Н. Ельцин — первый секретарь, член ЦК КПСС, депутат Верховного Совета

СССР. Вторым в списке следовало размещать А. А. Мехренцева, но без указаний на то, что он Герой Социалистического Труда и депутат Верховного Совета СССР, а просто — председатель облисполкома. В исключительных случаях разрешалось «приписывать» к Мехренцеву его «верховное депутатство».

Мудрый и ловкий Гагарин все время вставлял в газете шпильки, свои изблюбленные фитили и казался молодым областным вождям человеком неуправляемым. По достижении пенсионного возраста ему стали «намекать» о полезности заслуженного отдыха. И в возрасте 64 лет в 1979 г. его вынудили уйти. А с его уходом подломили и его детище — «Уральский рабочий».

В последние годы жизни Ивана Степановича, а умер он семидесятилетним, во власть приходило немало популистов, самолюбивых партократов-карьеристов, которые позднее стали могильщиками и партии, и государства СССР. Такие, как Гагарин, стояли у них на пути.

---

1. *Малахеев И. В.* Быть летописцем современности // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2012. № 2 (101). С. 71–76.

2. *Малахеев И. В.* «Слово свое не считая товаром...» // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2011. № 2 (89). С. 18–27.

3. *Малахеев И. В.* Уральская школа журналистики: миф или реальность? // Изв. Урал. гос. ун-та. 2006. № 40. С. 12–25. (Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры; вып. 19.).

# ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

Е. В. Олешко

## ЖУРНАЛИСТ КАК СУБЪЕКТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ГЛОБАЛЬНОЙ СЕТИ

Рец. на кн.: *Стечкин И. В. Журналист «ВКОНТАКТЕ» с Интернетом : учеб. пособие. Ханты-Мансийск : ОАО «Издательский дом “Новости Югры”», 2014. 144 с.*

Сегодня все большее распространение получают термины «медиабудущее», «медиапублика», «медиаконтент». Все это предполагает в конечном итоге научное осмысление того, что ученые уже определили как понятие «цифровое поколение». То есть поколение молодых людей, родившихся и выросших в эпоху, когда сотовые телефоны, спутниковое телевидение и, конечно же, компьютерные и интернет-технологии стали не просто новой реальностью бытия, а чем-то обыденным. С одной стороны, тенденции перманентного возрастания роли коммуникаций обозначили проблему формирования медиаграмотности, развития различных форм медиаобразования, а с другой — у научного сообщества все большую тревогу вызывает процесс совершенствования технологий откровенно манипулятивного характера, разнообразно представленных прежде всего в Глобальной сети.

«Что могут противопоставить бесконечному информационному валу, который ежедневно всеми способами стремится втиснуться в актуальную повестку дня рядового пользователя, журналисты-профессионалы?» — именно таким вопросом, на наш взгляд, был в первую очередь озабочен кандидат филологических наук И. В. Стечкин — автор актуальной книги «Журналист “ВКОНТАКТЕ” с Интернетом». И хотя она адресована прежде всего студентам-журналистам, но, безусловно, круг тех, кто прочитает ее не только с интересом, но и с большой пользой для себя, значительно шире. Ведь подавляющее большинство пользователей

---

ОЛЕШКО Евгений Владимирович — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: fury\_rebel@mail.ru).

© Олешко Е. В., 2014

Интернета сегодня одновременно и авторы, и аудитория социальных сетей, одним словом — субъекты информационной деятельности. А основной пафос книги направлен как раз на то, чтобы эти отношения были равноправными, говоря научным языком — субъект-субъектными. Причем в данном издании исследователь, известный и как контент-редактор, руководитель веб-проектов ряда федеральных массмедиа, осмысливает в том числе свой практический опыт в области организации интернет-присутствия офлайн-СМИ, среди которых телеканалы СТС и РЕН-ТВ, радиостанции СИТИ-FM и RELAX-FM.

Уже из предисловия ясно, что «ВКОНТАКТЕ», понимаемое одновременно и как название популярной соцсети, и как сочетание, имеющее значение «быть в контакте» (т. е. «в прямой связи») — это не игра метафорами. Уместна отсылка автора к горькой шутке о том, что сегодняшней исследователь коммуникаций оказывается в положении врача, испытывающего во время эпидемии состояние, даже некоторым образом похожее на вдохновение. Он иронизирует: «Для представителей “второй древнейшей” сбывается страшное китайской проклятие — “чтобы ты жил во времена перемен”. Меняется все: от направления движения информационных потоков и технологии сбора, обработки и распространения информации до функций журналистики и соответствующих им социальных ролей журналиста» (с. 6). Плюс все набирающий обороты, по мнению многих исследователей, процесс демассовизации аудитории, когда «становится ясно, что аудитория может участвовать в производстве медиаконтента наравне с журналистами, при этом аудитория эта уже как бы и не массовая, а какая именно — пока неясно. Как не ясно, есть ли место профессии “журналист” в современной системе общественного разделения труда?» (с. 6). К тому же, по мнению И. В. Стечкина, инертность системы журналистского образования и устойчивость прежних моделей профессиональной культуры в этой ситуации усугубляют возникновение реальной угрозы для будущего профессии не в меньшей степени, чем консерватизм тех или иных руководителей СМИ и ведущих журналистов.

Что можно противопоставить развитию данных негативных тенденций? Автор так формулирует цель книги: «Представить актуальную систему социальных ролей журналиста в Интернете, сопровождая описание каждой из них набором основных инструментов, краткими инструкциями по их эксплуатации и методическими рекомендациями, которые призваны помочь будущим и ныне действующим журналистам не только избежать чужих ловушек, но и плести свою паутину для охоты на эксклюзивную информацию и преданное внимание аудитории» (с. 10).

Если не брать во внимание тот факт, что вряд ли сегодня один автор, тем более в одной книге, может представить всю «актуальную систему социальных ролей», то цель, безусловно, актуализирована как современной практикой, так и потребностями прежде всего начинающих журналистов. И учебное пособие в этом смысле отвечает своему прикладному значению. Хотя в порядке дискуссионности отметим, что, на наш взгляд, понятие «коммуникативный потенциал», активно используемое сегодня многими отечественными и зарубежными исследователями массмедиа, в частности А. А. Калмыковым [2], все же более точно отражает всю совокупность инструментальных и иных возможностей субъектов информационной деятельности. Но, впрочем, обратимся к тексту книги.

Что же, по мнению автора, происходит в Интернете с социальными ролями журналиста, как строятся его отношения с аудиторией? В ответах на эти и другие вопросы И. В. Стечкин опирается прежде всего на собственный практический опыт. Он делит роли, исполняемые журналистами в новой информационно-коммуникационной среде, на три группы: традиционные, актуализированные и новые.

Причем в первой главе автор убедительно доказывает, что первые две группы так или иначе присутствовали в медиасреде и в «доинтернетовскую эпоху». Ведь первую группу составляют такие издавна успешно реализуемые СМИ роли, как *автор, редактор* и *организатор* (в последнем случае достаточно вспомнить знаменитое ленинское: «Газета не только коллективный пропагандист и агитатор...») [3]. Во вторую группу, по его мнению, можно включить такие роли, как *модератор/фасилитатор, маркетолог/социолог, медиатор, агент влияния*. Думается, термин «фасилитатор», в отличие от остальных, известен далеко не всем. Поэтому сразу поясним, что так сегодня в профессиональной, прежде всего пиаровской, среде именуют человека, обеспечивающего успешную групповую коммуникацию (к примеру, того, кто отвечает за соблюдение правил встречи, ее процедуры, регламент и т. п.).

А вот по-настоящему новые роли характеризуют развитие массмедиа постгуттенберговской эпохи. Это, прежде всего, роль *интернет-пользователя*. Правда, сразу уточним вместе с автором книги, что речь идет именно о профессиональном использовании Глобальной сети для поиска информации, ее проверки, для коммуникации с коллегами, источниками и представителями аудитории. Вторая роль, которая своим появлением во многом обязана перманентному развитию информационно-коммуникативных технологий, обозначается И. В. Стечкиным как *диспетчер*. Реализуя данную роль, пишет автор, «журналист пропускает через себя основные информационные потоки, связанные с выбранной им темой, способствует точному попаданию пользователя к объекту поиска, то есть является фактором повышения эффективности поискового запроса» (с. 26). Как ни парадоксально, но именно эта роль пока остается малоосвоенной журналистами-практиками, хотя доказывается, что это позволило бы усилить позиции медиабрендов в эпоху демассовизации и все большей специализации активной части аудитории массмедиа.

Данное учебное пособие имеет прикладной характер еще и потому, что читатель получит из него немало информации, необходимой для реализации в повседневной практике именно интерактивных ролей. Для этого очень полезными будут теоретико-методологические экскурсы, сопровождаемые примерами из новейшей медиапрактики. Так, во второй главе, озаглавленной «Структура интернет-коммуникации глазами журналиста», автор делает обзор различных подходов/моделей двусторонней направленности и организации информационных потоков. И самый главный вопрос, который должны задавать себе руководители массмедиа и журналисты, формулируется чуть ли не в форме гамлетовского: «быть или не быть» традиционным СМИ в зоне внимания аудитории в условиях все большей конкуренции с сетевыми изданиями и социальными сетями? Как считает исследователь, его можно переформулировать и так: каково в целом место редакции любого институционализированного СМИ в новом и постоянно изменяющемся

информационно-коммуникационном пространстве? И, кстати, один из выводов, сделанных им на основании анализа всей совокупности данной проблематики, звучит весьма неожиданно: иногда «при работе журналиста в интерактивных, актуализированных ролях для выживания в профессии сегодня нужно быть готовым пожертвовать формальными связями с редакцией» (с. 47).

Красной нитью проходит через текст и тезис о том, что изучение системы современных массмедиа в целом и социальных ролей журналиста в частности возможно только в контексте развития информационной культуры общества. Поэтому логичным является обращение ученого во второй части книги к двум так называемым «интернет-иллюзиям»: анонимности и бессистемности всего того контента, который транслируется в Глобальной сети. И действительно, кто из пользователей Сети даже на бытовом уровне не обнаруживал в тот или иной момент, что вал сетевой информации буквально поработил его и что необходимо принимать срочные меры, чтобы ее систематизировать и избавиться от ненужной. Не говоря уже о спаме, который вываливают ежечасно на тебя анонимные авторы бесчисленных посланий. Так, автор рецензии однажды имел неосторожность узнать через поисковик точное значение термина «сексизм», что привело затем к получению сотен посланий, приглашений, предложений, основанных на использовании корневого для данного термина слова.

И. В. Стечкин попытался, на наш взгляд весьма успешно, разоблачить вышеназванные интернет-иллюзии. Во-первых, он как раз отказывается от пользовательской анонимности, отмечая, что профессиональным коммуникаторам невыгодно быть анонимными, следовательно, стоит потратить силы и время на свою персонализацию в Сети. Во-вторых, как свидетельствует практика, анонимность способствует возникновению чувства одиночества, и в том числе такой его разновидности, как «одиночество в толпе». Это чувство, в свою очередь, создает почву для различных проявлений агрессии, проявляющихся в виртуальном мире. В-третьих, как доказывается, иллюзию бессистемности вполне по силам разрушить массмедиа, если ориентироваться на реальные, системно исследуемые, а не гипотетические или интуитивно предполагаемые потребности различных аудиторных групп.

В третьей части учебного пособия как раз и делается акцент на описание возможностей использования журналистом в повседневной творческой деятельности новых информационно-коммуникационных технологий. Поскольку конструкция современного медиатекста, размещенного в Сети, становится все сложнее, то доказывается, что постоянно должна эволюционизировать и роль журналиста-автора, находящего все новые и новые ресурсы для выявления поисковой активности пользователей. Ведь, к примеру, уже сегодня типовой текст СМИ, рассчитывающего на внимание «продвинутого» потребителя, должен включать «не только мультимедийные материалы и фрагменты вербального текста, но и интерактивные блоки, которые могут быть проявлены как в виде инструментов реакции аудитории на тот или иной раздражитель в технологически заданных автором рамках (опросы, чарты, голосования и т. п.), так и в форме диалога, например, ветка обсуждения, ссылка на которую (или она сама) традиционно размещается под материалом» (с. 113). А ведь технологии все совершенствуются. Следовательно,

инструментальная составляющая функциональных ролей журналиста в Интернете, убежден И. В. Стечкин, также должна развиваться в соответствии с потребностями самых взыскательных потребителей контента.

Хотелось бы обратить внимание еще на одно важное достоинство данного учебного пособия. Автор в ряде случаев видит свою задачу в формировании у читателей ряда важнейших компетенций. К примеру, он убежден, что к компетенциям профессионального пользователя следует также отнести системное овладение нормами сетевого этикета. Журналист должен знать, что не только в законодательстве, но и в правилах хорошего тона есть группа конкретных действий, через которые он не может переступить. А говоря о такой компетенции, как эффективный поиск информации в Сети, Стечкин разрушает стереотип, что это простая операция. Заметим, что владение этими компетенциями сегодня все больше актуализируется именно в отношении правомерности использования в той или иной ситуации своих технологических навыков субъектом информационной деятельности. Так, В. М. Амиров, обращаясь к новейшему термину «черная оптимизация», трактует его как «использование запрещенных поисковыми системами методов, единственной целью применения которых является искусственное повышение релевантности и быстрый вывод ресурса на первые позиции результатов поиска» [1, 10]. В эту же категорию можно отнести контент, наполненный различными разновидностями вирусной коммерческой и политической рекламы, спам-рассылки и т. п.

Таким образом, И. В. Стечкин убедительно доказал, что увлечение журналиста-пользователя производством контента может вызвать интерес и доверие аудитории (зачастую как бы даже в отрыве от бренда массмедиа, которое он представляет) лишь в том случае, если он в совершенстве владеет не только информационно-коммуникативными, но и технологическими навыками, которые можно назвать искусством презентации текста, адресованного конкретной аудиторной группе, а может, даже той или иной социально-психологической группе реципиентов. В связи с чем для медиапрофессионала большое значение имеет публичная демонстрация навыков использования мультимедиа. Сегодня для журналиста быть «ВКОНТАКТЕ», в «FACEBOOK», в «INSTAGRAM», как мы убедились, это не просто метафора, а насущная профессиональная необходимость.

---

1. Амиров В. М. Поисковая система как инструмент формирования общественного мнения // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 4 (119). С. 6–12.

2. Калмыков А. А. Понятие «коммуникативный потенциал» в системе категорий коммуникативных наук // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. № 2. С. 13–21.

3. Олешко В. Ф. Логика профессиональной культуры // Изв. Урал. федер. ун-та. Серия 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2012. № 1 (98). С. 6–14.

# SUMMARY

## PERIODICAL PRESS AND MASS-MEDIA

- Kirillova N. B.* Film Journalism as a Metaphor of the Age of Democracy .....5  
The article studies the evolution of film journalism as a metaphor of the age of democracy, based on the Ural documentary cinema and the key films shown at the 'Russia' Open Documentary Film Festival.  
K e y w o r d s: democracy; documentary cinema; documentary screen; screen culture; metaphor; metaphoric meaning; freedom of speech.
- Amiri L. P.* Playful nature of lexical-semantic homonymy or a semantic pun in advertising communication .....13  
This purpose of the article is to provide a complex analysis of the nature of the semantic pun created via lexical-semantic homonymy, the analysis of which is presented from the perspective of the relation and interaction of the levels of form and expression in human speech. This kind of pun is also analyzed as a method of incorporating multiple interpretations into the text in which expressive potential is demonstrated using examples of advertising communication.  
K e y w o r d s: language play; pun; homonymy; paronymy; advertising text; implicit meaning.
- Vereshchagina N. O., Bulatova E. V.* Indirect communication linguistic means in the Dm. Sokolov-Mitrich's media texts.....19  
The article focuses on the problem of indirect communication use as a way of transferring communicative and pragmatic content in discourse of the public linguistic personality. The classification of planned indirect communication is proposed in accordance with the speaker's purposes. The peculiarity of using different types of planned indirect communication is shown based on the Dm. Sokolov-Mitrich's media texts' analysis.  
K e y w o r d s: indirect communication; planned indirect communication; media text; linguistic personality.
- Svechkov D. F.* Influence of mass media on the audience during the economic crisis .....28  
This article studies the concepts of influence of mass media on the audience during economic crises which were used by researchers in XX and XXI century. The author carried out the analysis of articles referring to the "Trade war with Russia" that were published in the newspaper "Komsomolskaya Pravda" within six months after annexation of the Crimea to Russia followed by the set of sanctions imposed on Russia. The author defined concepts of impact of the Russian mass media on audiences while describing the economic crisis. The author also reveals the newspaper's influence on the audience, providing a thorough analysis of readers' responses to the articles and investigated reaction of audience.  
K e y w o r d s: economic crisis; sanctions; influence of mass media.
- Tatarenkova D. S.* Image of a convict in the Russian mass media.....36  
Abstract: The article studies the criminal situation in the Russian Federation, which appears to be a significant problem today from the social point of view; the social rehabilitation of convicts is considered as a necessary factor of crime reduction. The author describes the role of the media in the social rehabilitation of convicts, provides a content analysis of media for convicts and mainstream media and studies the image of the convicts shaped by the Russian media.  
K e y w o r d s: social rehabilitation; influence mass of media; tolerant attitude; penitentiary newspaper; image of a convict; selection of fact in the mass media; social responsibility of a journalist.

- Yusupova A. M.* Modern Russia in the mirror of social illusions .....46  
 The article studies social illusions, ways of their formation and verbal expression, which appear to be the most popular in the modern publicist discourse.  
 K e y w o r d s: mass media; social illusions; structure; the myth about the hero.
- Nabieva E. A.* The peculiarities of Sergey Golubitsky individual style.....51  
 The article deals with the aspect of individualization of the journalistic text. This research object is topical under the conditions of information traffic intensification. For the first time the object of the research is the texts of popular journalist S.M. Golubitskiy that were published in the Business journal. The intention of the article is to classify the peculiarities of this author's individual style. Due to these peculiarities his texts are recognized and seem to be topical for the audience of the business journal.  
 K e y w o r d s: individual style; essay; epenthetic structures; dubitation; economical terms; Anglicisms; grafon.
- Frolova T. I.* Historical experience of designing humanitarian agenda in mass media .....59  
 A retrospective review, undertaken in this article, is a general sight on journalism from different historical periods regarding the coverage of the humanitarian problems. Each of these special epochs are marked by political, social, cultural, informational features, that determined the originality of the humanitarian agenda. Moreover, each of these historical forms has something special, valuable and important to be included in the modern agenda; something that can and should be used in the formation of the national identity today.  
 Keywords: Russian journalism; humanistic ideals and values; humanitarian agenda media; media representations of the social problems.
- Antoshin A. V., Antoshin V. A.* Opposition journalist in pre-revolutionary Russia: worker of newspaper "Golos Urala" F. Lebedev (F. Sibirsky) during the election campaign to IV State Duma.....75  
 Article is devoted to the role of the opposition journalist in media system of the Russian Empire. An activity of the executive assistant of the newspaper "Golos Urala" F. Lebedev (F. Sibirsky) during the election campaign to IV State Duma is used as an example. With the help of the study of publications by F. Lebedev the author proves us how the possibility of legal periodicals were used in order to expose the views of the radical opposition.  
 K e y w o r d s: Russian Empire; the history of press; the State Duma; the opposition journalism.
- Kalinina N. Y.* Books and magazines as a way of disseminating knowledge about fashion trends in Tobolsk Governorate in the late 19th and early 20th century.....81  
 The author studies the problem of disseminating knowledge about fashion trends, describes sources of information in Tobolsk Governorate in the late 19th and early 20th century. Trade sector is investigated as a basic element of disseminating knowledge about fashion trends.  
 K e y w o r d s: information space; Tobolsk Governorate; fair trade; books and magazines; fashion trends.

### Media Economics

- Bolysheva S. A., Makshakova A. S.* Intangible assets of media enterprises in the context of the knowledge-based economy .....86  
 The author studies and identifies the links between the cause and effects in the course of cardinal transformations of the modern society. Considering intensive movement of the new direction development in economy — economy of knowledge, it was proved that intangible assets as strategically important resources, that demand to be strongly reconsidered. In this regard the authors focus on the disclosure of the methodological bases, which are capable of explaining the value and a crucial role of intangible assets while managing the media enterprise. The problem dealing with the lack of the methodological tools that help to reflect the value of intangible components in the price equivalent, is revealed by the authors.  
 K e y w o r d s: media management; intangible assets; image; reputation; brand.

## SOCIAL AND CULTURAL PRACTICES

- Gudova M. Yu.* The Women's Reading in the Social Network .....94  
 The article studies the issue related to the women's reading in the framework of the feminist's critique as a specific social and cultural practice, including not only the reading-understanding, but also the reading-perception, too. The novelty becomes apparent while the analysis of network of the women's hyper texts addressed for the different ways of perception is presented. The author concludes that the network of the women's hyper texts forms women's language and provides new opportunities for the woman's socialization.  
 K e y w o r d s: the women's reading; the social network; the women's sites; the women's forums; the hypertext.
- Starostova L. E.* Ural Industrial Biennial of Contemporary Art as a search of place identity .....100  
 The theme of the article is the significance of the art-subject as the tool of city communication. The article contains also the overview of interpretations of objectivity in philosophy and art of XIX–XX centuries.  
 K e y w o r d s: Biennial; identity; place branding; communication; industrial; city.
- Golovneva E. V.* The concept “region” in context of the social constructivism theory .....113  
 This paper deals with consideration of the concept “region” in context of the social constructivism theory as well as “new spatial logic”. The region as a result of personal and social constructing is considered to be a social-cultural construct, the set of discourses and the “imagined community”.  
 K e y w o r d s: region; social constructivism; space; discourse.
- Ilyichev D. V.* Collectors and gallery owners of Yekaterinburg and their role in forming the city's art market (1990–2010) .....123  
 The article examines chronology of development of the art market of Ekaterinburg, which has been influenced by establishment of gallery business. The article identifies social, cultural and economic factors, that have defined ways of Ekaterinburg art market development. It studies types of galleries, their evolution along changing of market situation, as well as a supplementary function of popularization of collecting and of artists' work. The article identifies points of contact between processes of collecting and gallery business, that are manifested in the views of gallery owners who are art collectors at the same time. The study suggests a new angle for research of the gallery art market, which lies in the context of trends of development of collecting.  
 K e y w o r d s: gallery owner; collector; collecting; art market; artists; Ekaterinburg galleries; patronage.

## POINT OF VIEW

- Zborovskiy G. E.* Civil society as mirrored by sociology .....135  
 The sociological treatment of civil society, its features, tasks and functions, and also opportunities of its formation in Russia under modern conditions of domination of authoritarian regime is provided. Difficult forms of communication between real and potential civil society and its sociological researches among which the power is intermediate are shown.  
 K e y w o r d s: civil society, sociology, power, authoritarian regime, sociological researches.

## PEDAGOGICS

- Zalesskiy M. L., Skoblo M. R.* Teaching physics to students majoring in humanities: theory and practice...147  
 The author justifies the need to humanize education, examines the links between humanization, liberalization and professionalism. The author also distinguishes some areas of humanization of the science education and the path to its implementation using physics course as an example.  
 K e y w o r d s: humanization, liberalization, personality, world perspective, science education, physics course.

- Doroshenko V. A., Zapariy V. V.* To adapt the curriculum to applied undergraduate in technical universities..... 154  
 The article deals with the issue of organization, educational, and methodical support of applied undergraduate - the new forms of training in higher educational institutions of the technological profile. The results of this form are presented at schools that participated in the experiment, which was conducted as a part of the selection process.  
 K e y w o r d s: applied Bachelor degree programs; training programs; adaptation; results of the experiment.

#### PSYCHOLOGY

- Dudina M. N.* Assertive behavior in ethical and pedagogical discourse ..... 163  
 The problem of assertive behavior, which is to be shaped from childhood, is discussed from the perspective of advisory ethics. The author argues that dialogue is an important didactic way of developing assertive behavior, which enables the person to assert himself and defend his rights. This ability also manifests itself in the person's adequate assessment of himself and others and in their understanding of the value of human dignity.  
 K e y w o r d s: assertiveness; assertive behavior; advisory ethics; facilitating psychology and pedagogics.

#### AT THE SCHOLAR'S LABORATORY

- Zubakina T. N., Chudinov A. P.* Metaphoric Modelling of an Eventful Plot "The Fascism Origin" in the political discourse of P. von Hindenburg and W. Churchill ..... 173  
 The authors of the article make an attempt to describe an event in the historical context using Churchill's individual metaphor models. The object of this analysis is the conceptual metaphors found in W. Churchill's war memoirs. Metaphor is treated from the cognitive linguistics point of view as the result of human mental activity.  
 K e y w o r d s: event; plot; metaphor; metaphor model (M-modelling); denotative and significant descriptors.

#### MEN OF SCIENCE

- Emelyanov B. V., Ionaitis O. B.* Nikita Yakovlevich Bichurin, Demidov prize winner ..... 181  
 The article provides a brief intellectual biography of the Russian orientalist N. I. Bichurin, who is famous for historical works on China, for which he was awarded the Demidov prize.  
 K e y w o r d s: Bichurin; Iakinf; monk; China; Beijing; Balaam; Demidov prize.

#### MEMORIA

- Malakheyev I. V.* A legendary editor ..... 189

#### BOOK REVIEWS

- Oleshko E. V.* Journalist as a subject of the information activity withing the global network..... 202  
 (Book review: *Stechkin I. V.* Journalist "VKONTAKTE" with the Internet : Textbook. Khanty-Mansiysk : Publishing House "Novosti Yugry", 2014).

# ИЗВЕСТИЯ

УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА

Серия 1

Проблемы образования, науки и культуры

2014

№ 4 (132)

Журнал не подлежит маркировке в соответствии с п. 2 ст. 1  
Федерального закона РФ от 29.12.2010 г. № 436-ФЗ  
как содержащий научную информацию.

Редактор и корректор *Н. В. Чаноева*  
Компьютерная верстка *Л. А. Хухаревой*

Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-48321 от 27.01.12.

Учредитель — Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего профессионального образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России  
Б. Н. Ельцина». 620083, Екатеринбург, пр. Ленина, 51.

Подписано в печать 4.12.2014. Формат 70 × 100 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.

Уч.-изд. л. 17,4. Усл.-печ. л. 17,39. Бумага офсетная. Гарнитура Petersburg.  
Печать офсетная. Тираж 500 экз. Заказ 1723.

Издательство Уральского университета. 620000, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.  
Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре УрФУ  
620000, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4  
Тел.: +7 (343) 350-56-64, 350-90-13; Факс: +7 (343) 358-93-06  
E-mail: [press.info@usu.ru](mailto:press.info@usu.ru)

## К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ

Журнал «Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры»

- зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77–48319 от 27.01.2012 г.;
- зарегистрирован Международным центром стандартной нумерации сериальных изданий (International Standard Serial Numbering — ISSN) 28.03.2012 г. с присвоением международного стандартного номера ISSN 2227–2275;
- включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук в соответствии с рекомендациями экспертных советов по педагогическим наукам, филологии, психологии, культурологии и социологии Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки РФ;
- включен в объединенный каталог «Пресса России». Индекс 43138;
- материалы журнала включены в информационную систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) Российской универсальной научной электронной библиотеки. Полнотекстовая версия журнала размещается на портале Уральского федерального университета: <http://urfu.ru/science/proceedings/>

### О порядке предоставления рукописей

1. Автор высылает в редакцию по электронной почте ([izvestia\\_1@urfu.ru](mailto:izvestia_1@urfu.ru)) **текст статьи, не публиковавшийся ранее (предоставленный только в наше издание)** (см. ниже требования к оригиналу), **анкету статьи** (см. на сайте журнала <http://izvestia1.urfu.ru>) и отсканированную **внешнюю рецензию** (внешнюю рецензию дает специалист соответствующей отрасли знаний, не работающий в одном вузе или на одном факультете с автором статьи). Официально заверенный оригинал внешней рецензии автор предоставляет в редакцию по почте или лично. Статьи без анкеты и внешней рецензии не рассматриваются.

2. По электронной почте редакция уведомляет автора о том, принят или не принят материал к рассмотрению, и если принят, сообщает автору замечания по содержанию и оформлению рукописи, которые необходимо устранить до передачи текста на рецензирование.

3. В целях обеспечения высокого научного уровня публикаций редакция оставляет за собой право на направление статьи на дополнительное рецензирование.

4. Редакция согласовывает с автором исправления, дополнения и т. п., которые необходимо внести в статью по рекомендации рецензентов.

5. Автор пересылает исправленный текст в редакцию по электронной почте.

6. Статьи, одобренные редколлегией, печатаются бесплатно.

### Требования к авторскому оригиналу

1. Авторский оригинал должен иметь следующую структуру:

а) сведения об авторе: фамилия, имя, отчество — полностью, ученые степень и звание, должность, место работы, телефоны, в т. ч. сотовые, e-mail (обязательно!), домашний почтовый адрес. Аспирантам и докторантам необходимо указать, в сфере каких наук они выступают соискателями ученого звания;

б) инициалы и фамилия автора на русском языке;

в) заголовок статьи на русском языке;

г) краткая, 5–7 строк, аннотация к статье на русском языке (по ГОСТу 7.9.—95; включает характеристику основной темы, проблемы, объекта, цели работы и ее результаты, указывает, что нового несет в себе данная статья в сравнении с другими, родственными по тематике и целевому назначению; ее рекомендуется писать простыми предложениями, без сложных синтаксических конструкций);

- д) ключевые слова по исследуемой проблеме;
- е) инициалы и фамилия автора, заголовок статьи, аннотация к статье, ключевые слова на английском языке (обращаем внимание авторов на необходимость представления качественного перевода, неадекватный перевод может стать основанием для отклонения статьи);
- ж) основной текст статьи с ссылками на затекстовые библиографические ссылки;
- з) список затекстовых библиографических ссылок в алфавитном порядке (см. образцы оформления).

## 2. Оформление библиографического аппарата.

После написания статьи автор оформляет библиографические ссылки в соответствии с требованиями ГОСТа Р 7.0.5—2008 «Библиографические ссылки. Общие требования и правила составления»:

а) цитируемые литература и другие источники располагаются в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или первой букве названия других источников. Литература и источники на иностранных языках располагаются в конце затекстового списка по латинскому алфавиту. Затем весь затекстовый список нумеруется по порядку. Например:

1. *Бернштам Т. А.* Приходская жизнь русской деревни. СПб., 2005.
2. Выступление Президента на сборе руководящего состава Вооруженных сил от 16.11.2006 г. [Электронный ресурс] // Сайт Президента РФ. URL: <http://www.kremlin.ru> (дата обращения: 14.02.2007).
3. *Герцен А. И.* С того берега // Соч. : в 9 т. М., 1956. Т. 3. С. 58–112.
- ...
9. *Коробкин М.* Уральское хозяйство и внешний рынок // Хоз-во Урала. 1925. № 27. С. 8–10.
10. *Куропаткин А. Н.* Отчет генерал-адъютанта Куропаткина : в 4 т. Санкт-Петербург; Варшава, 1906–1907. Т. 1.
11. *Николаев И. А., Марушкина Е. В.* Бедность в России [Электронный ресурс] // Экономический анализ. М., 2005. URL: <http://www.fbk.ru> (дата обращения: 12.01.2012).
12. *Шаццлло К. Ф.* Консерватизм на рубеже XIX–XX вв. // Русский консерватизм XIX столетия. Идеология и практика / под ред. В. Я. Гросула. М., 2000. С. 56–64.
13. *Smyth A.* Nationalism and modernism [Electronic resource]. URL: <http://www.e-bookspdf.org/download/nationalism-and-modernism-anthony-d-smith-pdf.html> (accessed: 02.09.2014).

б) внутритекстовые ссылки обозначаются цифрами в квадратных скобках следующим образом: [1] — общее указание на книгу или другой источник по теме исследования; [1, 23] — первая цифра указывает на источник прямого или косвенного цитирования согласно алфавитному списку источников, вторая (курсивом) — на страницу.

*Примечание.* При ссылке на электронный ресурс страницы не указываются.

в) отсылки на архивные документы в тексте оформляются аналогично: в квадратных скобках, элементы отсылки через запятую. Ссылки на архивный источник за текстом — по правилам оформления затекстовых ссылок. Название архива, если оно не является общепринятым, расшифровывают:

[ГАСО (Гос. арх. Свердлов. обл.). Ф. 773. Оп. 1. Д. 27. Л. 14–14 об.]

[РГИА. Ф. 773. Оп. 1. Д. 27. Л. 14–14 об.].

3. Работы докторантов (до 0,5 а. л., 20 000 знаков с пробелами) и аспирантов (до 0,4 а. л., 16 000 знаков с пробелами) должны содержать основные совокупные, а не фрагментарные результаты проведенного научного исследования.

4. Диаграммы, графики и схемы в тексте должны быть доступны для редактирования (редакторами Word или Exel), рисунки прилагаются к основному тексту отдельными файлами в формате .jpg.

Почтовый адрес редакции: 620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51.

Редакция журнала «Известия УрФУ. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры».

Главному редактору *Амирову Валерию Михайловичу.*

Материалы принимаются в Издательстве УрФУ:

ул. Тургенева, 4, Издательство УрФУ (для *Ларисы Александровны Хухаревой*).

Электронный адрес журнала: [izvestia\\_1@urfu.ru](mailto:izvestia_1@urfu.ru)

## АНКЕТА СТАТЬИ

ФИО автора (полностью)	
Ученая степень, звание	
Должность	
Организация	
Страна	
Город	
E-mail:	
Почтовый адрес и телефон	
Код научной специальности	
Автор 2 (аналогичные сведения о соавторе (соавторах))	
Наименование статьи	
Код УДК	
Аннотация	
Ключевые слова	
Список библиографических ссылок	
<b>На английском языке:</b>	
Author 1 (полностью)	
Organization	
Country	
City	
Author 2	
Title of article	
Abstract	
Keywords	