

ИЗВЕСТИЯ

Уральского федерального
университета

Серия 1
Проблемы образования,
науки и культуры

2016. Т. 22

№ 3 (153)

IZVESTIA

Ural Federal University
Journal

Series 1
Issues in Education,
Science and Culture

2016. Vol. 22

№ 3 (153)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

- В. А. Кокшаров**, ректор УрФУ,
председатель совета
- Д. В. Бугров**, директор Института
гуманитарных наук и искусств УрФУ
- Э. Э. Сыманюк**, 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. Гольнец**, 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)
- Л. Инчуань**, проф. (Тайвань)
- Н. Коллман**, проф. (США)
- К. Кроо**, профессор (Венгрия)
- 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)
- А. Федотов**, проф. (Болгария)
- К. Хьюитт**, проф. (Великобритания)

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.

Н. С. Глуханюк,
докт. психол. наук, проф.

И. А. Ершова,
канд. филос. наук, доцент

Л. Л. Рыбцова,
докт. социол. наук, проф.

А. П. Чудинов,
докт. филол. наук, проф.

Н. Б. Кириллова,
докт. культурологии, проф.

Т. А. Галеева,
канд. искусствоведения, доц.

Т. Ю. Быстрова,
докт. филос. наук, доц.

Г. Е. Зборовский,
докт. филос. наук, проф.

Р. Коул, проф. (США)

В. Батмаз, проф. (Турция)

Лей Юцзе, проф. (Китай)

СОДЕРЖАНИЕ

ЖУРНАЛИСТИКА ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ: КАК МЕНЯЕТСЯ ПРОФЕССИЯ

- Тулутов В. В.* О вузовском журналистском образовании 7
- Ильченко С. Н.* Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации 14
- Баканов Р. П.* Цифровые медиа и соблазны молодых корреспондентов: риски конфликтогенности 19
- Олешко Е. В., Олешко В. Ф.* Адаптация журналистов к конвергентным основам информационной деятельности (результаты социологического исследования 2014–2016 гг.) 27
- Богачев А. Е.* Современная концепция работы корпоративного журналиста (на примере газеты «Восточно-Сибирский путь») 36
- Иванова Л. Д.* Профессионализация журналистики в 20–30-е гг. XIX в. 43

ЖУРНАЛИСТИКА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

- Кемарская И. Н.* Драматургия электронных медиа 50
- Горина Е. В., Кузнецова К. П.* Коммуникативные тактики конструирования образа Великой Отечественной войны в медиадискурсе 61
- Юферева А. С.* Анализ теоретических аспектов функционирования политической коммуникации в условиях медиаконвергенции 68
- Вершинина Т. С., Кунилова И. А.* Сопоставительный анализ корпоративных газет российских и зарубежных вузов (на примере газет Уральского федерального университета и Университета Майор) 76
- Сизгирева Т. А., Подчиненов А. В.* Судьба русскоязычных литературно-художественных журналов в постсоветском пространстве (история и современность) 85

- Антошин А. В., Антошин В. А.* Пресса и бизнес на Урале в условиях революции 1917 г. (на материалах Вятской губернии) 94

ПСИХОЛОГИЯ

- Дудин В. А., Доценко Е. Л.* Психосемантический инструмент диагностики системы жизнеобеспечения личности 101
- Черткова Ю. Д., Алексеева О. С., Фоминых А. Я.* Взаимосвязь жизнестойкости с удовлетворенностью жизнью 109
- Овчинников М. В., Петухова А. С.* Взаимосвязь показателей жизнестойкости и временной перспективы личности в юношеском возрасте 115
- Андреева О. С., Ершова И. А., Русяева И. А.* Исследование связи интеллекта и креативности со степенью вовлеченности в компьютерные игры у детей дошкольного возраста 120
- Кузнецов Д. В.* Критериально-уровневая шкала как инструмент самооценки процесса самоопределения старшеклассников 128

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

- Шумихина Л. А., Николаев Р. М.* Метафизические смыслы персонифицированных символов культуры Древней Руси: история и современность 137
- Головнева Е. В., Головнев И. А.* Визуализация региона средствами кинематографа (на примере «Киноатласа СССР») 146
- Степанова Т. М., Степанов А. В.* Иконика: морфология визуального образа как система паттернов 152

ОБРАЗОВАНИЕ: ВЫЗОВЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ

- Белозерова А. А., Корнеева Л. И.* Межкультурное образование в Германии 161
- Ситникова О. В.* Художественный метод как механизм формирования профес-

сионального мировоззрения педагога	170		
ЗАМЕТКИ О КНИГАХ		НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ	
<i>Дзялошинский И. М.</i> О межвузовском сборнике «Профессиональная культура журналиста: проблемы межкультурной коммуникации». Размышления рецензента	182	К 80-летию журналистского образования на Урале: международная конференция «Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия» и студенческие чтения «Исторический опыт и профессиональные инновации в медиа» (<i>О. Ф. Автохутдинова, Р. Л. Исхаков</i>) .	199
<i>Сибирякова И. Г.</i> Риторика для журналистов (рец. на кн.: <i>Ильина О. В.</i> Риторика : краткий курс для журналистов : учеб.-метод. пособие)	196	III Уральский форум университетской книги (<i>А. В. Подчиненов</i>)	205
		S u m m a r y	208

ЖУРНАЛИСТИКА ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ: КАК МЕНЯЕТСЯ ПРОФЕССИЯ

Международная научно-практическая конференция «Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия» состоялась в Уральском федеральном университете 15 апреля 2016 г. Она стала одним из центральных событий празднования 80-летия журналистского образования на Урале. Поделитесь мнениями о тенденциях и перспективах развития журналистики, о том, как должно меняться в соответствии с требованиями времени журналистское образование, в Екатеринбург съехались ученые из многих российских вузов — из Москвы, Санкт-Петербурга, Иркутска, Казани, Уфы, Челябинска, Барнаула, а также из вузов КНР и Белоруссии. Читайте об этом в кратком отчете организаторов данного мероприятия в рубрике «Научная жизнь».

В представляемом разделе мы публикуем статьи, написанные на основе тезисов выступлений, прозвучавших в ходе научных дискуссий конференции.

УДК 378.016:070.1 + 37.013 + 37.026.9

В. В. Тулунов

О ВУЗОВСКОМ ЖУРНАЛИСТСКОМ ОБРАЗОВАНИИ

Рассматриваются различные взгляды на журналистское образование, методику преподавания журналистских дисциплин и их учебно-методическое обеспечение.

Ключевые слова: журналистское образование; теоретическое обучение; практико-ориентированный подход; лекция; семинар; коллоквиум; творческие проекты; деловые игры.

В российских средствах массовой информации и социальных сетях периодически возникают дискуссии о журналистском образовании. Не так давно к противникам факультетов журналистики, среди которых наиболее известны такие антиподы, как А. Кураев [1] и В. Познер [3], присоединился писатель Е. Гришковец [6]. А действительно, стоит ли готовить журналистов в вузах? И вообще, надо ли учиться «на журналиста»?

Профессия корреспондента всегда была свободной, о чем свидетельствует наша история: знаменитыми газетчиками и редакторами становились инженеры и медики, лирики и физики, люди с образованием и без оно. «Университетами» публициста и фельетониста Иегудиила Хламида (впоследствии знаменитого писателя Максима Горького) стали волжские просторы, жизнь «в людях», уроки бурлаков... Есть пример и поближе: наш знаменитый земляк Василий Михайлович Песков также «академиев не кончал»... Ведь говорят же: творчеству не научишь, талант — он или есть, или его нет.

Да, журналистика — профессия творческая, но много в ней и от ремесла. До сих пор немало тех, кто считает, что лучшие журналисты получаются из филологов. Действительно, грамотный корреспондент или редактор, хорошо знающий литературу и родную речь, нужен в газете, в журнале, на радио и телевидении, в интернет-СМИ. Но иногда для человека, изящно излагающего, словотворчество, художественное самовыражение становится самоцелью. Между тем Анатолий Аграновский как-то концептуально заметил: «Хорошо пишет не тот, кто хорошо пишет, а кто хорошо думает». Понятно, что знаменитый известинец имел в виду прежде всего способность к скрупулезному и оригинальному анализу как непременной составляющей мастерства публициста. И есть еще много азоров и истин, которые открывает методика журналистского творчества, есть еще правовые и этические нормы профессии, методы и приемы социологии, психологии, экономики журналистики и многое другое, чему сегодня обучают на факультетах журналистики.

ТУЛУНОВ Владимир Васильевич — доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой рекламы и дизайна, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета (e-mail: vlvtul@mail.ru).

© Тулунов В. В., 2016

Все это можно освоить и самостоятельно, так сказать, методом проб и ошибок. Более того, необходимо учиться всю жизнь, даже если ты с отличием окончил университет. Ведь жизнь и ее обстоятельства все время меняются, как стремительно меняется и сама журналистика. Только вот замечено: неохотно учатся наши журналисты-практики, хотя среди многомиллионной армии (сегодня это так!) работников пера и микрофона подавляющая часть не имеет специального образования. Во многих редакциях не выписывают (проверено!) профессиональные издания «Журналист» и «Журналистика и медиарынок». В умы юных корреспондентов настойчиво внедряется мысль: пять лет в вузе — даром потерянное время, разве что «корочка» (диплом) утешит самолюбие. Есть проблемы и в самой академической среде.

В последние годы все чаще поднимается вопрос о необходимости смены парадигмы журналистского образования. Как известно, в мире существует несколько школ журналистики: европейская, англосаксонская, латиноамериканская, азиатская и др. (причем внутри этих школ есть различные конкурирующие направления). Сложившаяся система подготовки журналистских кадров в российских вузах опирается на принципы европейской школы, сформулированные более 60 лет назад в Страсбурге, и предполагает *сочетание фундаментального теоретического и разнообразного практического, прикладного образования*. Наши государственные стандарты постоянно уточняются с учетом современных требований действительности и с привлечением самых серьезных экспертов. Эти стандарты, имеющие как общенациональные, так и региональные, вузовские компоненты, давали и дают богатые возможности для импровизаций при верстке конкретных учебных планов. То есть в них возможно (и необходимо!) учитывать специфику региона, потребности местных СМИ, состояние информационно-политической и кадровую ситуацию в редакциях и в самом вузе.

Приверженцы новых подходов [3] настаивают на преимущественно *практико-ориентированном подходе*.

Ну, во-первых, нет ничего практичнее, чем фундаментальная теория. Во-вторых, пример с США, где «университет перестает быть “городком в городе”»: от него требуют активного участия в общественной жизни, образовательной и экспертной деятельности вне самого университетского сообщества, активного участия в формировании городской среды, выполнения социальной миссии и т. п.» [2, 29], абсолютно ничего не добавляет к предмету дискуссии. Более того, недавно побывавший на факультете журналистики Воронежского государственного университета (ВГУ) пресс-атташе посольства США в РФ Вильям Стивенс констатировал аморфность подготовки бакалавров в его стране. Он пояснил: в американских вузах дают некую базу, а профессиональная подготовка идет непосредственно в фирмах, на производстве. Так было и у нас, но начиная с середины 1990-х гг. российские вузы обязали оперативно реагировать на современные требования к выпускникам, которые выдвигает и ФГОС, и работодатели. И вузы реагируют, реализуя компетентностный подход.

При этом учебные планы вузовского журналистского образования включают массу практических предметов, сориентированных на подготовку профессиональных работников СМИ. Студенты проходят круглогодичные практики, выпускают

собственные газеты и журналы, телевизионные и радиoprogramмы¹. Более того, многое из того, что они готовят, отличается в лучшую сторону от того, что порой предъявляют аудитории зарегистрированные СМИ. К сожалению, среди их учредителей, владельцев да и редакторов немало тех, кто не просто не понимает природы и назначения журналистики, а даже и не стремится понять. Потому что у них другие цели: либо агрессивно пропагандистские, либо сугубо коммерческие (получить прибыль, и немедленно!).

Вот и мы становимся свидетелями катастрофического падения рейтингов СМИ. Это связано со многими причинами, перечислю лишь некоторые из них: мы перестаем быть нацией читателей; в информационной политике продолжаем надеяться на власть (хотя не всегда наши интересы совпадают с интересами власть предержащих); большинство общественно-политических СМИ излишне политизированы; СМИ охвачены безоглядной коммерциализацией, отсутствует подлинная связь с читателем, редакции не заботятся о действенности своих материалов, что приводит к падению доверия к журналистике и журналистам. Кстати, все это хорошо известно журналистам, остающимся верными профессии, — только они не знают, как переломить сложившуюся ситуацию (власть же в СМИ продолжает захватываться, увы, другими...). Мы, преподаватели, серьезно озабочены существующим положением дел и с болью наблюдаем, как меняется мировосприятие вчерашних романтически настроенных студентов. К сожалению, и в молодежной среде наступила какая-то апатия: юные уже не митингуют, не дискутируют по поводу судеб страны, предпочитая пресс-клубам клубы ночные; некоторые из них больше консерваторы и прагматики, чем преподаватели, сформировавшиеся в далекие шестидесятые и семидесятые...

Ремеслу можно научить за 1–2 года, а вот подготовить культурного, широко образованного человека, способного легко адаптироваться в специализированной среде, — много сложнее. Особое внимание высшая школа должна уделять воспитательной работе, необходимо создавать условия, которые стимулировали бы студентов уже в университетских стенах к активной общественно-политической деятельности. Ведь гражданственность, служение высшим ценностям и идеалам — такие же важные, если не важнейшие, составляющие журналистской профессии, как и владение технологией журналистского мастерства. Поэтому мы и говорим об усиливающемся конфликте между работодателями (издателями, владельцами СМИ), нацеленными либо на получение прибыли, либо на выполнение политического заказа, и выпускниками, понимающими роль журналистики так, как предписывает наша наука².

¹ Например, в Воронежском государственном университете сложилась и действует система студенческих СМИ: городской интернет-портал «P.S.-5 сов», российский студенческий телевидение, студенческое радио «Навигатор», городская детско-юношеская газета «Сорок-А», приложение к газете «Воронежский университет» — «УниверCITY» и др.

² Напомним: подлинная журналистика — это социальный институт, система средств массовой информации (печать, радиовещание, телевидение, информационные агентства), которая несет рассредоточенной, разнородной, относительно анонимной массовой аудитории актуальную, оперативную, обезличенную, социально ориентирующую информацию, необходимую для оптимального функционирования и развития общества в соответствии с объективными глубинными потребностями и интересами аудитории.

Автор статьи «Разные учебники: о практическом подходе и теоретическом обучении» доцент ВГУ Р. Жолудь пишет: «Подразумевается, что конкурентоспособный выпускник на момент получения диплома должен быть уже включен в практическую деятельность и иметь в ней некий опыт, полученный при прохождении учебно-производственной практики, стажировок и т. п.» [3, 29–30]. А разве сегодня не так? Понятно, что молодому специалисту обязательно понадобится время («период адаптации»), чтобы освоить специализацию данного СМИ. Автор рассуждает далее: «Академическая традиция, ориентируясь на глубокое сущностное изучение процессов и феноменов журналистики, в лучшем случае формирует медиаисследователя, хорошо понимающего природу и функционирование массмедиа, но не умеющего воспроизвести изученные им процессы на практике. Социальный же заказ при этом противоположный — на практически ориентированного выпускника, готового работать в отрасли» [3, 30]. Конечно, кто как не выпускник журфака должен обладать медиакомпетентностью, что отнюдь не отрицает его практической подготовленности. Именно за это на факультетах журналистики отвечают выпускающие кафедры. Есть лабораторные занятия, есть творческие лаборатории, есть практико-ориентированные дисциплины («Выпуск СМИ», «Профессионально-творческий практикум»), есть подготовка досье, наконец, есть набор практик (учебно-ознакомительная, две производственные и преддипломная). Другое дело, как кафедра, преподаватели и, конечно же, студенты используют эти возможности.

Р. Жолудь продолжает: «Пособие может подробно рассказывать о структуре редакции СМИ, о таких важных составляющих редакционной деятельности, как моделирование и планирование; при этом в нем не будет содержаться методик, позволяющих создать эффективный редакционный коллектив, конкурентоспособную модель СМИ или план редакционной работы» [Там же]. Стоит ли напоминать, что существуют различные виды учебно-методической литературы и каждый из них имеет свои задачи. Учебник является основным изданием, содержащим систематическое изложение учебной дисциплины; учебное пособие может частично или полностью заменять, дополнять или освещать какую-то часть дисциплины. А есть еще учебно-методические пособия, методические указания, сборники задач и упражнений, практикумы по выполнению лабораторных и практических занятий по дисциплине или группе дисциплин и др. Вот где с успехом можно излагать новейшие методики и алгоритмы. А когда будет задействован весь методический арсенал, тогда и получится тот самый учебно-методический комплекс (УМК), который должен создавать каждый преподаватель³. И на вузовских кафедрах должны формироваться библиотеки, где будут храниться эти УМК, в том числе в электронном виде.

Часто встречаюсь с редакторами СМИ различных уровней, и наиболее дальновидные из них говорят примерно так: «Мне важно, чтобы молодой специалист был грамотным, широко эрудированным и социально ориентированным. Мне

³ В этом смысле интересный опыт продемонстрировал В. Л. Иваницкий, выпустивший учебное пособие «Бизнес-план редакции (Рабочая тетрадь главного редактора)», в котором представлены и теория, и практика современного бизнес-планирования периодического печатного издания [4, 5].

важно, что у него в голове и в сердце. А на узкий профессиональный профиль я его натаскаю за несколько месяцев».

В качестве нового подхода к методике журналистского образования декларируется переориентация задачи по передаче знаний на задачу воспитания личности, а также компетентностный подход (готовность студентов к решению проблем). Под личностным подходом понимается ориентация обучающихся на самостоятельность в принятии решений, готовность отвечать за свои решения, способность нести ответственность за себя и близких, готовность к действиям в нестандартных ситуациях, обладание набором компетенций, умение работать в команде. При этом высказывается мнение, что традиционная педагогика, основанная на передаче знаний, построенная на классно-урочной и зачетно-экзаменационной системе, — достаточно пассивный процесс, а современная педагогика, ориентированная на развитие личности, предпочитающая обычным аудиторным занятиям тренинги, зачетам и экзаменам творческие проекты, — это активный процесс.

Акцент на самоактуализацию личности предполагает активность студентов в процессе занятий, моделирование реальных ситуаций журналистской практики, сотрудничество, персональную ответственность, практичность мышления, конструктивизм. Всему этому соответствуют такие актуальные методы, как деловые и ролевые игры, брейнсторминг, ситуационный анализ, проектирование, тренинги, презентации, работа в микрогруппах. Преподаватель становится тренером.

Подготовка творческих проектов (выпуск учебной газеты, проектная зачетная работа, итоговая аттестационная работа) — это уход от традиционных форм контроля и оценки, актуализация полученных знаний, комплексное решение профессиональных задач. Задачи и возможности студийного обучения, по мнению педагогов-новаторов, широки: профессиональное самоопределение, выбор специализации, углубление знаний в конкретной области, развитие аналитического мышления. Виды и формы обучения: лекции экспертов, кейс-стади, мастер-классы, спецпроекты и др. Применяется и дистанционное обучение: работа с текстовыми модулями (гипертекст), форумы, онлайн-семинары, анкетирование, творческие проекты.

Действительно, система российской прессы претерпела кардинальную трансформацию. Это объясняется сменой общественно-экономического строя, возникновением и развитием медиарынка, заметным расширением типологии СМИ и их количественным ростом, изменением содержательного наполнения (контента). Появились новые центры подготовки журналистов — факультеты, отделения, школы, семинары и др., в которых обучается большое количество слушателей. Все это, естественно, требует новых методических подходов, современных приемов. Перед высшей школой встают поистине наисерьезнейшие задачи.

Да, современность требует современных образовательных технологий. Но следует ли из этого, что возможности традиционного высшего журналистского образования исчерпаны? Российская школа ВПО журналистов достаточно молода.

Действительно ли лекции, семинары, практические и лабораторные занятия, коллоквиумы, зачеты, экзамены как формы преподавания и оценки (в том числе специальных предметов) отжили свое? А ведь есть еще подготовка рефератов, курсовых и дипломных сочинений, практика в СМИ, самостоятельная работа.

Напомним о нескольких константах наших учебных планов.

Общегуманитарная компонента — история, мировая культура, философия, психология, социология, политология — важна как в теоретическом, так и в прикладном аспектах (например, проведение конкретных социологических и психологических исследований — важнейшее направление деятельности современной редакции; владение таким инструментарием — гарантия высокого уровня подготовки аналитических материалов журналистом).

«*Естественная*» составляющая важна для всех студентов, а не только для тех, которые впоследствии свяжут свою судьбу, например, с научной, специализированной журналистикой.

Филологическая составляющая призвана познакомить студентов с достижениями классиков художественной и публицистической литературы, научить грамотно писать и говорить.

Тенденция сокращать аудиторные, и прежде всего *лекционные*, занятия стала реальностью⁴. Конечно, есть лекторы, компилирующие содержание лекции из разных источников и не дающие авторского, оригинального взгляда на предмет. Но это — проблема кафедр, факультетов, но не системы преподавания как таковой. Настоящая университетская лекция, точнее, лекционный курс, — это всегда концепция лектора. Лекция — эффективнейшая форма обучения, которая, кстати, не отменяет современные приемы обучения (использование диапроекторов, компьютеров для перенесения иллюстраций на экраны и др.).

На *семинарских занятиях* студенты отрабатывают наиболее сложные вопросы лекционного курса, учатся объяснять, как они поняли научный, литературно-художественный или публицистический текст (роль преподавателя — роль комментатора, толкователя).

Лабораторные и практические занятия необходимы для закрепления теоретических знаний, их «привязки» к практике. Кроме закрепления навыков, могут ставиться цели, связанные с развитием творческих способностей обучающихся (создание публицистических произведений, разработка оригинальных проектов и др.).

На *коллоквиуме* обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы, выходящие за пределы семинарских или практических занятий в рамках изучаемого курса (обсуждаются и рефераты, творческие работы студентов). Коллоквиумы являются формой контроля самостоятельной работы студентов, обычно они не включаются в регулярное расписание.

⁴ Переход на двухуровневое обучение сопровождается резким сокращением аудиторных часов. При этом часы на самостоятельную работу не вписываются в преподавательскую нагрузку, составляющую около 900 часов. Чтобы выполнить ее, необходимо разрабатывать все новые и новые курсы, что в наш век — век специализаций — неизменно приводит к профанации: ведь преподаватель лишь до определенной степени может быть универсалом.

Самостоятельная работа требует особой организации, и прежде всего подготовки комплекса методических материалов на основе системы бумажных и электронных источников.

Деловые игры, создание проблемных ситуаций и сегодня применяются в рамках творческих лабораторий, при выпуске учебных газет, теле- и радиопередач. Более того, они — обязательное дополнение, позволяющее превратить теоретические знания в навыки и умения. Но в вузе важно придерживаться принципа постепенности. Хорошо проводить тренинги с подготовленной аудиторией — с теми же преподавателями и практиками на выездных семинарах и в школах: слушателям достаточно 90 минут для разработки темы. Студенты же порой не имеют ни базовых, ни фоновых знаний. Им надо элементарно больше слушать и читать. И — много читать, потому что сегодня уровень подготовки абитуриентов заметно снижен. Это объясняется как сокращением часов на литературу в средней школе, отменой экзаменационного сочинения, так и тем, что подрастающее поколение все больше «дружит» с телевизором, видео, Интернетом и все меньше — с книгой. Чтение же — серьезный и нелегкий труд.

Тренинги хороши в небольших группах. Сегодня специфика преподавания (особенно в провинциальных вузах, где ставки формируются исходя из соотношения 1 преподаватель — 10 студентов) такова, что занятия приходится проводить в многочисленных группах.

Привлечение экспертов часто не оправдывает наших ожиданий. Хороший практик не всегда хороший преподаватель. Его порой не хватает даже на полурока — не спасает и присутствие преподавателя-модератора.

Иногда молодые педагоги жертвуют содержанием в угоду форме: несмотря на использование проекторов, компьютеров, экранов и т. п., содержание остается скудным. Важно обновлять, развивать, углублять именно контент занятия. Новые методики необходимы, новые методы преподнесения информации важны, но как бы «не выплеснуть с водой ребенка»...

1. Беседа с диаконом Андреем Кураевым на факультете журналистики ВГУ. Воронеж, 29 окт. 2004 г. [Электронный ресурс]. URL: http://www.reshma.nov.ru/texts/kuraev_beseda_zhurnal.htm (дата обращения: 10.02.2016).

2. Владимир Познер высказался в Воронеже за расформирование журфаков [Электронный ресурс]. URL: <http://360n.ru/magazine/society/7634-vladimir-pozner-vyskazalsya-v-voronezhe-zaraspormirovanie-zhurfafov> (дата обращения: 10.02.2016).

3. Жолудь Р. Разные учебники: о практическом подходе в теоретическом обучении // УМО-регион. 2014. С. 29–32.

4. Иваницкий В. Л. Бизнес-план редакции (Рабочая тетрадь главного редактора). Ч. 1 : Теория : учеб. пособие. М., 1999. 28 с.

5. Иваницкий В. Л. Бизнес-план редакции (Рабочая тетрадь главного редактора). Ч. 2 : Практика : учеб. пособие. М., 1999. 62 с.

6. Пешая Е. Гришкoveц: «Хуже образования, чем на журфаке, не бывает» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.metronews.ru/novosti/grishkovec-huzhe-obrazovaniya-chem-na-zhurfake-ne-byvaet/Трoнjl---TSIfMCloхuTsY/> (дата обращения: 10.02.2016).

ФЕЙКОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА КАК ЭЛЕМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ ШОУ-ЦИВИЛИЗАЦИИ

Статья посвящена анализу нового явления в современной медиасфере — фейковой журналистике, в основе которой лежит использование так называемых «фейков». Они, по мнению автора статьи, являются альтернативой фактам и точным данным. Обращение журналистов к фейкам — закономерное проявление такого современного феномена, как шоу-цивилизация.

К л ю ч е в ы е с л о в а: журналистика; фейк; достоверность; факт; шоу-цивилизация; история; СМИ.

Предсмертный роман итальянского писателя Умберто Эко «Нулевой номер» достаточно очевидно продемонстрировал тот процесс профессиональной журналистской деятельности, который мы можем идентифицировать как «фейковую журналистику». Ее суть заключается в использовании фейков как основного инструмента конструирования контента того или иного медиа безотносительно к его коммуникативной природе. Сегодня фейк из исключения, свидетельствующего о непрофессионализме и недобросовестности его творца, превратился во вполне приемлемый метод создания информационного пространства и предельного насыщения оно тем, что в профессиональной среде принято именовать «информационным шумом», т. е. совокупностью неструктурированных и необработанных фактов, сведений, суждений, мнений, статистических данных и цифр и т. д. Все чаще и чаще звучат утверждения практиков в разных странах и на разных дискуссионных платформах о том, что как власти, так и обществу необходима не правда, а правдоподобная информация.

При подобных тенденциях развития отечественной журналистики (как, впрочем, и мировой) можно с достаточной степенью определенности констатировать: на место «журналистики факта» приходят «правдоподобная журналистика», «журналистика мнений» и, наконец, «журналистика впечатлений». Последняя еще не так очевидно проявляет себя в разных коммуникационных средах, но первыми сигналами о том, что она стучится в дверь нашего журналистского цеха, стало повсеместное распространение фейков.

Сегодня мы можем выделить следующие *типы фейков*:

— поддельные фотографии, прошедшие обработку в соответствующих компьютерных программах коррекции изображения с целью повышения их мнимой достоверности;

- видеоролики, смонтированные из уже использованного исходного материала, снятого не в то время и не в том месте, которые они призваны имитировать;
- в принципе — любые фальшивые новости, как правило, имеющие неаутентичную видеоиллюстрацию;
- личные страницы в социальных сетях, созданные от имени других людей с непременным использованием фотоизображения «хозяина» страницы;
- фальшивые аккаунты в «Твиттере», для которых также характерно наличие заимствованного фотопортрета.

Все подобные варианты вольной интерпретации информации (визуальной и вербальной) свидетельствуют о серьезных противоречиях, которые обнаруживаются в функционировании изначальной информации по различным каналам массовой коммуникации.

Показательна в этом смысле история с крупнейшей в США испаноязычной телекомпанией Univision. Ее руководство приобрело 40 % акций сатирического сайта The Onion, который специализируется на публикации фейковых новостей. Сумма сделки составила около 100 млн долл., как сообщают интернет-источники со ссылкой на солидное издание — британскую газету The Financial Times. Очевидна в данном случае попытка конвергенции субъекта телебизнеса с коммуникационными возможностями Сети, которая и является основным источником поставки фейковой информации в сферу традиционных СМИ.

Характерна и траектория развития ресурса The Onion. Он появился в 1988 г. в качестве печатной газеты, в 2013 г. ее издание было прекращено и владельцы целиком переключились на развитие своего сайта. Аудитория проекта составляет около 10,6 млн пользователей. Подобная схема сегодня характерна для мировой медиасистемы в целом, что и описано в книге Кена Доктора «Ньюсономика: Двенадцать трендов, которые меняют новости» (М., 2013). Нас в подобном прогностическом подходе поражает тот факт, что исследователь новых принципов создания новостного контента практически игнорирует вопрос о его достоверности, допуская возможность появления фейков в медиaprостранстве. Принципы оперативности и наглядности для такого псевдопрофессионального подхода оказываются важнее, нежели правдивость и объективность информации.

Здесь стоит отметить, что появление фейков в СМИ — характерная черта мировой журналистики, эта черта возникла в медиасфере тогда, когда вся система функционирования информации подверглась технологической деформации, которая привела к серьезным социально-психологическим последствиям для аудитории. Заключаются они в том, что скорость и визуальная наглядность «картинки» становятся более важным источником новостных впечатлений, нежели простое вербальное или текстовое сообщение. Более того, в комбинациях «звук + картинка», «текст + картинка» именно визуальная составляющая является доминантной. Подобная ситуация — это следствие возникновения в мировом информационном пространстве такого явления, как шоу-цивилизация.

Под шоу-цивилизацией мы понимаем современную систему информационных связей в социуме, которые характеризуются противоречивыми отношениями между экранной реальностью и эмпирической действительностью вследствие

того, что в электронных СМИ происходит однонаправленное формирование виртуальной реальности в масштабах общей человеческой цивилизации, независимо от географического или иного фактора. Яркий пример таких противоречий — события 11 сентября 2001 г. и их последующая интерпретация в медийном сообществе. Весь мир вроде бы «видел» террористический акт и крушение двух башен Всемирного торгового центра в прямом эфире в режиме онлайн. Эти кадры стали визуальным символом мирового Зла под названием «терроризм», а также — неким эмоциональным оправданием для последующих решительных действий США и их союзников в Афганистане. И какие бы логические построения и доказательства не приводились впоследствии теми, кто сомневается в общепринятой версии трагических событий 11 сентября, главным возражением и контраргументом являются кадры прямого эфира с горящими и рушащимися башнями ВТЦ.

Актуальность сообщения в условиях шоу-цивилизации имитируется не только за счет непроверенных и невыверенных сведений, имен, фактов, но и за счет фактора наглядности. Здесь аудитория оказывается во власти визуальных впечатлений, организуемых соответствующим способом с использованием неаутентичных, постановочных кадров или подобранных по принципу визуального соответствия фрагментов частных записей, записей с камер наружного наблюдения, видеорегистраторов, а то и просто взятых из видеархивов. Совокупность подобных условий и обстоятельств, в которых трудятся сегодня журналисты, и порождает такое явление, которое мы определяем как «журналистика фейков», или «фейковая журналистика».

Показательно, что одной из первых жертв в информационной жизни стала историческая журналистика, или та медиадетальность, которая связана с рассказами о прошлом. Вопрос адекватности и достоверности сведений, фактов, видеоиллюстраций в современных журналистских материалах на историческую тему сегодня является актуальным и важным в контексте тех интерпретаций прошлого, которые все чаще появляются в медийной и общественной повестке дня. Своеобразной отправной точкой здесь стала юбилейная дата — 100-летие начала Первой мировой войны. Она породила каскад документальных телесериалов «на заданную тему».

Их отличительной чертой явилось активное использование кинохроники. Анализ использованных видеоматериалов позволил сделать вывод о несоответствии демонстрируемого визуального ряда закадровому тексту, в котором излагается событийная канва военных действий, а также об использовании анахронического подхода к отбору иллюстрирующих фрагментов (авторы документальных телесериалов использовали в монтаже хроники фрагменты, относящиеся к совершенно другим историческим периодам XX в.). Фактически можно утверждать, что мы имеем дело с процессом фейкизации документального телевизионного кинематографа, когда «на словах» излагаются факты, имена, событийная последовательность хода войны, а в кадре телезрителям предъявляется совсем иная «картинка».

Строго говоря, массовой аудитории, наверное, подобная дотошность критического отношения исследователей к проблеме адекватности и достоверности может показаться чрезмерной. Однако в журналистской профессии такие «допущения»

вольного обращения с исходным видеоиллюстративным материалом так или иначе приводят к снижению критериев фактологической правды, что неминуемо продуцирует снижение требовательности при подготовке не только материалов на историческую тематику, но и тех материалов, которые связаны с современностью. Процесс фейкизации новостной журналистики стал реальностью медийного пространства. Чаще всего он выражается в принципе подбора исторической кинохроники для создания журналистского материала, программы, проекта на тему определенных событий прошлого, в выборе «похожего» по внутрикадровому содержанию видеоиллюстративного материала (желательно с датировкой примерно того же периода, что и главный сюжет). И тогда уже не важно, что на пленке Председатель Реввоенсовета товарищ Л. Д. Троцкий принимает парад войск Всеобуча, а за кадром диктор читает текст о том, что войсками, которые штурмовали мятежный Кронштадт в марте 1921 г., командовал Михаил Тухачевский.

Проблемное поле исторической журналистики в ближайшей перспективе будет, несомненно, расширяться, если учесть наступающий 100-летний юбилей двух российских революций 1917 года. Первой «фейковой ласточкой» здесь стал документальный телефильм «Кронштадт. 1921», в котором представлена спорная и недостоверная версия трагических событий, приведших к смене политического курса в советской России: от «военного коммунизма» к НЭПу. Однако вместо объективного изложения сути этой исторической драмы аудитория получила зрелище, основанное практически на единственном источнике — мемуарах одного из участников тех трагических событий. Можно с сожалением прогнозировать, что скоро зрители вновь увидят аналогичные эфирные продукты «фейковой» журналистики на тему истории.

Данная тема заслуживает отдельной научной статьи или даже целой монографии. Пока же мы фиксируем очевидный для нас имитационный характер подобного подхода к информации. Упрощая непростую схему и методы манипулирования вниманием и эмоциями аудитории, мы можем сказать, что для журналистов, создателей фейков, важнее нанести некий эмоционально-интеллектуальный удар, чем сообщить *точную* информацию. Грех приблизительности чреват существенными последствиями, а недостаток информации, в том числе и визуальной, может спровоцировать рост панических настроений, особенно после трагических эксцессов, приведших к многочисленным человеческим жертвам. Весь мир мог наблюдать подобную реакцию через несколько дней после террористической атаки в Париже 13 ноября 2015 г., когда людей, вышедших на улицы французской столицы, охватила тотальная паника от взрыва петарды, и они толпой устремились бежать, как говорится, «куда глаза глядят».

В случае противоречий между наглядностью иллюстраций и правдивостью вербализованной информации крайне важна позиция профессионалов, т. е. самих журналистов. Показательной в подобном дискуссионном тренде оказалась программа «Субботний вечер с Владимиром Соловьевым», вышедшая в эфир 1 ноября 2015 г., буквально на следующий день после крушения российского «боинга» над Синаем. В этой программе участвовал представитель французского журналистского сообщества, экс-сотрудник известного агентства «Франс Пресс» Дмитрий

де Кошко. За его плечами 33-летний опыт работы в этом солидном медиагиганте, у которого весьма высокая репутация поставщика достоверных и проверенных новостей по всему миру. Когда спор зашел об объективности журналистов в освещении тех или иных событий, то месье де Кошко произнес весьма показательную фразу: «Объективность — другое слово для нас, журналистов. Нам в нашей работе нужны только две вещи: источники и сбалансированная информация».

На первый взгляд в подобном определении не содержится существенного противоречия. Однако термин «объективность» в отношении какого-либо процесса или явления подразумевает отказ от субъективности и определяет стремление к адекватному соотношению показанного или рассказанного с реальным положением дел. Термин «сбалансированность» уже несет в себе некий оценочный момент, заключающийся в том, что баланс должен кто-то определить, обозначить, наконец, реализовать в действительных обстоятельствах сбора первичной информации. Далее в выступлении Дмитрия де Кошко прозвучала ключевая для обозначенной нами проблемы фраза: «Для того чтобы гражданское общество нормально функционировало, нам нужна *полная, правдоподобная информация*. С экономической точки зрения надежная информация важнее».

Доказательства этого тезиса были получены вскоре после трагических событий, связанных с терактом в Париже в ноябре 2015 г. Они снова заставили вспомнить о фейковой природе многих новостей. Например, сообщение о том, что подсветка Эйфелевой башни была отключена в знак траура по погибшим во французской столице 13 ноября 2015 г. На самом деле подсветка была просто отключена в соответствии с ранее утвержденным графиком. Показательно, что до сих пор не установлено и точное число погибших. Отсутствие полноценных видеосвидетельств произошедшей трагедии также создает возможность для ее фейковой интерпретации.

Бороться с подобными тенденциями необходимо хотя бы в целях профессионального самосохранения и из-за опасения потери репутации журналистской деятельности как социально значимого деяния. Но методы сопротивления фейкам, варианты их разоблачения и опровержения — это тема последующих научных размышлений. А сегодня весь мир в очередной раз убедился в том, как легко и свободно можно формировать фейковое информационное пространство — два отечественных пранкера (март 2016 г.) в буквальном смысле слова «развели» адвоката Надежды Савченко на то, чтобы последний потребовал от своей подзащитной прекратить голодовку и согласиться на возможный обмен с Украиной. Случай этот — еще одно наглядное доказательство того, что в современной медиакультуре имитация воспринимается как более правдоподобная информация, чем объективные и проверенные данные, сообщаемые обществу честными и квалифицированными журналистами.

Статья поступила в редакцию 19.05.2016 г.

УДК 070:654 + 004.738.5:655.41

Р. П. Баканов

ЦИФРОВЫЕ МЕДИА И СОБЛАЗНЫ МОЛОДЫХ КОРРЕСПОНДЕНТОВ: РИСКИ КОНФЛИКТОГЕННОСТИ

Анализируются соблазны, которым подвергаются начинающие журналисты при постоянном использовании информационно-коммуникативных технологий, и последствия, к которым они могут привести. Утверждается, что наряду с цифровой компетентностью необходимо развивать у молодых корреспондентов и компетентность критического мышления.

К л ю ч е в ы е с л о в а: журналистика; цифровые медиа; профессионализм; факт; корреспондент; Интернет; критическое мышление; медийная критика.

«Блогер vs журналист: кто круче?» — так называлась дискуссия, состоявшаяся 13 февраля в Казани, на которую был приглашен автор этих строк. Суть дискуссии свелась к поиску ответа на вопрос: смогут ли блогеры заменить журналистов, и как скоро это произойдет? Блогерам, или «гражданским журналистам» — юношам и девушкам с оперативной реакцией, свежим взглядом и быстротой подачи информации, хорошо зарабатывающим с помощью своих медиаресурсов, — организаторы противопоставили журналистов, работающих в традиционных СМИ. Их представили как людей, ограниченных форматом и учредителем СМИ в освещении событий и социальных проблем, пишущих для малочисленной аудитории и получающих за свои тексты 500-рублевые гонорары. И пусть стороны не нашли ответа на вынесенный в название встречи вопрос (хотя интернет-голосование показало двукратное преимущество блогеров), в медиасообществе Казани еще раз была предпринята попытка актуализации темы «Кого сегодня можно считать журналистом?». Дискуссия на эту тему пусть не активно, но идет.

На пленарном заседании научно-практической конференции «Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы» было озвучено, что все российские СМИ производят в сутки около 400 тыс. сообщений. К большому количеству зарегистрированных в России медиа нужно добавить такие социальные сети и видеосервисы, как «YouTube», «Rutube», «NewsTube» и др., популярность которых продолжает расти. Объем потребляемой через соцсети информации в масштабе страны определить невозможно. Специалисты «Brand Analytics» занимаются регулярным мониторингом объема публикаций россиян в социальных сетях и на основании этого выявляют текущую популярность каждой из них. К примеру, по их данным, только в декабре 2015 г. жители нашей страны в возрасте 12–64 лет оставили в самой популярной у нас соцсети «ВКонтакте»

БАКАНОВ Роман Петрович — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, заместитель директора по социальной и воспитательной работе Института социально-философских наук и массовых коммуникаций Казанского (Приволжского) федерального университета (e-mail: rbakanov@yandex.ru).

© Баканов Р. П., 2016

около 280 тыс. записей (не сообщений, а именно постов). Приплюсуем сюда посты, сделанные пользователями других российских соцсетей, входящих в топ-5 («Одноклассники», «Facebook», «Мой мир» и «Живой журнал»), и получим более 700 тыс.! Столько информации публикуется в месяц в российском сегменте социальных сетей и, судя по росту их популярности, можно предположить, что количество распространяемых сообщений продолжит увеличиваться [8].

В сложившихся условиях быстрого производства и распространения информации у молодых пользователей информационно-коммуникационными технологиями (особенно у начинающих журналистов) могут возникнуть (практика показывает: и возникают) как минимум четыре соблазна, которые будут способствовать формированию у журналиста отрицательного имиджа с точки зрения будущего работодателя. Рассмотрим их подробнее.

Соблазн первый: *мобильные технологии дают возможность быстро прославиться.* Общение со школьниками и студентами все больше склоняет нас к выводу о том, что уровень их критического мышления, увы, невысок. Например, молодые люди испытывают затруднения при подготовке небольшой рецензии, в которой необходимо выявить положительные и отрицательные стороны конкретного произведения. Если проблем с оценкой эпизодов хотя бы на субъективном уровне у них, как правило, не бывает, то с аргументацией своего выбора возникают сложности. Обосновывать умеют далеко не все. Выявить манипулятивные приемы в теленовостях и осознать, что под видом удовлетворения запроса общества на объективную информацию этому самому обществу предлагают не журналистскую работу, а сделанную в чьих-то политических интересах «агитку» или «расследование» с заранее известными «жертвами» и «виновными» — им тоже не удается. Формы коммуникации молодежи в социальных сетях, позиционирование личности в них — отдельная тема. По нашим наблюдениям, все больше молодых людей и девушек расценивают существование себя в социальных сетях в качестве некой игры, эпатажа и даже провокации. Почему бы не попробовать, ведь в соцсетях можно действовать анонимно (регистрация под вымышленным ником), писать и репостить вольности вплоть до сообщений разных запрещенных экстремистских группировок, а то и придумывать различные информационные поводы, которые оперативно можно «подсунуть» журналистам. Практика показывает: в редакциях этого ждут.

Действительно, существует немало людей, ставших известными благодаря своим сетевым дневникам или аккаунтам в соцсетях. Вернее, из-за содержания своих веб-ресурсов. Оригинальность контента, оперативность его подачи, критичность мышления привлекают аудиторию, побуждают ее вступить в диалог с автором. Для блогеров большое количество посетителей их проектов приносит выгоду, включая финансовую. И вот читает такие дневники абитуриент или первокурсник журфака и складывается у него впечатление, что заставить людей обратить на себя внимание легко. Главное — придумать, как это сделать.

В результате в соцсетях то и дело появляются сообщения, претендующие на сенсационность. Так, в феврале этого года студентка одного из казанских вузов придумала историю о том, что ее сосед якобы убил свою тещу и опубликовала ее

в Instagram. Некоторые казанские электронные издания, видимо, «повелись» на правдоподобность рассказа молодой девушки и опубликовали его как новость с некоторыми цитированиями первоисточника. Через несколько часов все вынуждены были удалить эту «новость», потому что в редакции обратились представители Следственного комитета, ничего не знавшие о случившемся. Автора сообщения нашли быстро, он сказал, что все придумал сам и опубликовал текст для того, чтобы проверить: много ли «лайков» он соберет... К тому времени их оказалось около сорока [3]. Теперь девушке грозит ответственность за распространение недостоверной информации. Возможно, она поймет, что за свое желание иметь хотя бы сиюминутную популярность необходимо расплачиваться.

Но это далеко не единственный случай публикации местными изданиями сообщений без их проверки. Невнимательность авторов — еще одна характеристика современной журналистики. Видимо, желание прославиться является для некоторых корреспондентов настолько сильным, что им не до «мелочей» в виде уточнения деталей. Обычным явлением стали ошибки в написании должности цитируемого лица или искажение каких-либо данных. В результате аудитория оказывается дезинформированной, что, на наш взгляд, может привести к росту недовольства качеством работы журналистов.

Например, в сентябре 2015 г. на сборах в Болгарии скончался игрок ватерпольной команды «Синтез», член сборной России В. Тимаков. В первом сообщении федерального информагентства ТАСС команда из столицы Татарстана вдруг оказалась «прописанной» в Волгограде. Редакторы других СМИ, сделав перепечатки данной заметки, не обратили внимание на эту неточность (волгоградская ватерпольная команда называется «Штурм-2000»). Через некоторое время одна из редакций опубликовала верную информацию (не все верят тому, что пишут коллеги), но другие, включая известные спортивные федеральные интернет-ресурсы, не последовали ее примеру [1]. Исключение составили СМИ Татарстана, поскольку все местные журналисты точно знают, как называется единственный в Казани профессиональный ватерпольный клуб. Но количество сообщений из Татарстана в общероссийской ленте новостей оказалось незначительным. Более того, вскоре новость «Ватерполист волгоградского “Синтеза” умер на сборах в Болгарии» попала в топ-5 «Яндекс. Казань». Сколько людей благодаря этим заметкам узнало о существовании «волгоградского спортивного клуба “Синтез”», выяснить вряд ли возможно.

Эти истории — очередное свидетельство того, что в условиях напряженного рабочего графика, когда любой ценой необходимо опередить конкурентов, журналисты пренебрегают святым: проверкой информации. Тем самым нарушается статья 49 Закона РФ «О СМИ», обязывающая сотрудников редакции проверять и перепроверять любую поступившую к ним информацию. Однако статья 57 этого же закона освобождает редакцию от ответственности за публикацию сообщения, если оно уже было размещено на страницах другого СМИ [4]. Примеров фактических неточностей при перепечатках и репостах новостей не счесть.

В связи с этим коллектив каждой редакции должен не только постоянно чувствовать свою ответственность за качество конкретной публикации,

но и представлять, насколько адекватно ее воспримут коллеги при перепечатке. Один неверно интерпретированный или понятый факт или цифра могут не только исказить оригинальную информацию, но и сформировать у аудитории неверное представление о действительности.

Поэтому мы убеждены, что одной из задач современного журналистского образования является подготовка практика, способного оценить риски от эффекта опубликованного текста, т. е. предугадать, как его слово отзвучится. Важнейшим условием для этого является формирование критического мышления будущего медийного профессионала.

Мощный поток информации, распространяемой так называемыми «гражданскими журналистами», требует от журналистов профессиональных все большего внимания и избирательности в отборе материала. Приходится неоднократно напоминать студентам о базовом правиле журналистики: перепроверять любую заинтересовавшую их информацию, а не только ту, которую они будут обрабатывать для распространения через СМИ. Отсутствие этого навыка может навредить им в их редакционной работе: если сведения в материалах окажутся недостоверными, то это приведет не только к конфликтам (в том числе и судебным) редакции с ньюсмейкерами, но и потере изданием своей аудитории. А чем меньше потребителей информации, тем меньше у этого СМИ рекламы, следовательно, стоимость площадей или эфирного времени удешевляется. Какой редактор потерпит в коллективе сотрудника, приносящего только убытки?

Сделаем акцент еще на одном моменте. Наш опыт преподавания дисциплины «Основы журналистской деятельности: новостная журналистика» позволяет говорить о том, что все больше студентов заявляют о желании работать ведущими популярных ток-шоу или обозревателями в гламурных журналах и далеко не всегда хотят «тратить время» на подготовку сообщений о местных событиях. Видимо, они ждут «большого проекта», для работы в котором их должны позвать через различные паблики в соцсетях. Но чтобы получить баллы для допуска к экзамену, приходится выполнять задания преподавателя. Несмотря на то, что программой дисциплины предусмотрено изучение видов заголовков и лидов, особенностей всех информационных жанров, знакомство со стилем подачи информации в разных газетах и телевыпусках новостей, способами привлечения внимания к медиатекстам, значительная часть студентов использует канцелярский стиль и пишет неинтересно. Полагаем, что причиной этого является отсутствие у студентов желания самостоятельно во внеучебное читать прессу, постигать особенности авторского стиля, мастерства подачи фактов. Зачем читать, когда можно посмотреть в Интернете?

На наш взгляд, в качестве тенденции можно рассматривать слабый интерес вчерашних школьников к происходящему вокруг и их уход в виртуальную реальность. К сожалению, значительное число студентов первого курса отделения массовых коммуникаций Казанского университета предпочитают смотреть, а не читать. Культура чтения среди молодежи постепенно утрачивается, отсюда и заштампованность мысли, небогатый словарный запас, примитивизм изложения. Конечно, есть студенты, стремящиеся к успеху, готовые практиковаться

круглосуточно, лишь бы приобрести мастерство. Но все больше начинающих журналистов мечтают об освещении «звездных тусовок», хотя сами редко пишут интересно. Думается, что будущим журналистам необходимо не просто потреблять контент, но, знакомясь с определенными творческими примерами, переосмыслять их и на этой основе пытаться самостоятельно воплотить в жизнь собственные идеи.

Соблазн второй: *да ну вас с вашей политикой-экономикой-социалкой, я буду развлекаться сам и стараться развлечь своих друзей.* Психологи несколько лет назад выяснили, что уход в соцсети для некоторой части их потребителей — сознательное расставание с реальностью. Знакомство с «творчеством» самых рейтинговых блогеров показало, что они в большинстве своем монетизируют именно развлекательный контент, часто примитивный, пошлый, содержащий нецензурную лексику. Это не журналистика, там нет освещения социальных проблем. В России есть ряд блогеров (например, Р. Адагамов, И. Варламов, А. Навальный, А. Носик и др.), которым удалось сделать себе имя благодаря своим публикациям на острые темы. Но таких авторов немного даже на федеральном уровне, чего уж говорить о регионах.

Мы убеждены: чрезмерное увлечение сетевыми «приколами» может отучить начинающего журналиста видеть проблемы современного общества, компетентно писать на разные темы. Окажется ли приспособленным к взрослой жизни такой инфантильный человек? Сможет ли он убедить читателя в чем-то серьезном? Почему аудитория должна ему поверить? Для этого необходимы жизненный опыт, умение общаться с людьми разного социального статуса, собственный оригинальный взгляд на ситуацию и четкая позиция. Не все в жизни идет через развлечения, и если все будут «окучивать» эту «борозду», то что станет с журналистикой в России через 5–10 лет, когда в редакции придут (если еще придут) интересующиеся только весельем и удовольствиями «специалисты»? Равнодушные к людским проблемам и социальным несправедливостям не добавит таким «журналистам» рейтинга, а скорее усилит негативное отношение общественности к представителям «четвертой власти». Из результатов социологического исследования, выявившего уровень доверия жителей России журналистам, явствует, что оно сейчас, если судить по пятибалльной оценочной шкале, на три балла с минусом [7]. Повысить показатель можно будет тогда, когда журналисты пересмотрят свое равнодушное отношение к освещению фактов и станут понимать, что работают для своей аудитории, а не только на учредителя данного СМИ.

На наш взгляд, происходящая в настоящее время унификация журналистских жанров постепенно приводит к тому, что в некоторых небольших (и, к счастью, низкорейтинговых) казанских редакциях уже не могут отличить заметку от отчета, репортаж от зарисовки. Полагаем, что этому способствует «пресс-реализация» контента многих местных СМИ: публикуемые тексты очень похожи на пресс-релизы, пусть и слегка переделанные. Данные факты можно выявить даже в таких государственных газетах, как «Республика Татарстан» и «Ватаным Татарстан» (на татарском языке). К чему искать информацию, если ее пришлют организации в виде пресс-релиза? Для чего мучиться над ее обработкой и проверкой, если этот документ подписан должностным лицом? Придумывать форму,

в условиях которой текст наиболее эффективно усвоится аудиторией, также нет необходимости, поскольку за креатив вряд ли станут доплачивать. Так негласно поощряется творческий инфантилизм молодых авторов, которые не владеют другими формами подачи материала, кроме развлекательной и пересказа (а то и цитирования) пресс-релизов.

Также и с форматом: мы считаем, что аудитория способна сама найти себе развлечения, от журналистов люди ждут качественной и разнообразной информации. О чем серьезном сможет написать молодой автор, если ничего кроме «приколов» его не интересует?

Соблазн третий: *в Сети я могу писать, что думаю, а в традиционных СМИ есть цензура.* Что отдельная часть блогеров или администраторов пабликов соцсетей понимает под тезисом «пишу, что думаю», показывает практика. В медиапространстве Татарстана за последний год участились случаи публичных оскорблений журналистов через комментарии к публикациям, в пабликах, а то и даже в специально созданных для этой цели статьях, размещаемых на медийных площадках идеологических конкурентов.

Так, пятничным апрельским утром 2015 г. одним из популярных в Казани сообществ «ВКонтакте» был объявлен «конкурс на самую некрасивую девушку Татарстана», в котором между собой «конкурировали» две молодые журналистки (естественно, без их согласия) популярного в нашем регионе онлайн-СМИ [5]. Видимо, поводом стала их публикация в том же электронном издании результатов присуждения премии Общероссийского народного фронта (ОНФ) для журналистов: пять наград получили журналисты из Татарстана. Обладателями четырех премий стали журналисты, пишущие для государственных изданий или массмедиа, входящих в государственный холдинг «Татмедиа». Пятую премию получил корреспондент частного электронного издания [2]. Редакция электронной газеты, где работают девушки, выяснила, что устроивший упомянутый выше «конкурс» паблик косвенно принадлежит владельцу того самого медиа, журналист которого получил премию ОНФ. Журналистское сообщество Татарстана резко отрицательно отнеслось к такой форме сведения счетов [11], подготовило петицию к администрации соцсети с требованием закрыть данную группу, но результата не добились. Девушки не захотели подавать в суд в надежде на извинения со стороны организаторов «конкурса», но их не последовало. В итоге у конкурсанток осталась психологическая травма.

Данные формы воздействия на «провинившихся» готовятся по одному стандарту. Аргументов там нет, есть желание подействовать на нервы. На анонимного критика в суд не подашь, на дуэль его не вызовешь. Для провокатора это — развлечение, которое можно в любой момент прекратить: серьезно оскорбив, удалить пост. Такое поведение не должно стать примером для подражания.

Соблазн четвертый: *онлайн есть, а ног не надо.* На наш взгляд, прямые текстовые и видеотрансляции с мест событий могут постепенно отучить корреспондентов стремиться попасть туда и увидеть все своими глазами. Актуальной становится тенденция «видеть все чужими глазами»: нашел впечатления очевидцев или видео (например, в «Periscope») и следи за обстановкой, не вставая с дивана. Во время

трансляций можно задать осуществляющему съемку лицу вопросы. На первый взгляд это очень удобно: можно находить «горячие» трансляции, описывать их и предлагать разным изданиям.

Однако такая форма деятельности журналистикой не является. Это скорее реерайт — переделка чужого контента. Журналистская работа предполагает сбор разных точек зрения о ситуации или социальной проблеме (конflikте), описание деталей места действия, эмоции, создание «эффекта присутствия» читателя (зрителя, радиослушателя) на месте. Конечно, «домашний репортер» может описать увиденное, но его наблюдения будут ограничены рамками кадра телефона ведущего трансляцию человека, который может закончить ее в любой момент. Подобные трансляции хорошо использовать, когда что-то случилось далеко и нет возможности срочно направить туда корреспондента. Когда же дело происходит в одном городе, почему бы не мобилизоваться и не съездить туда за возможным эксклюзивом? Думать необходимо не о себе, а об интересах аудитории. Мы убеждены, что, как и сейчас, в дальнейшем востребованы будут те корреспонденты, кто не изучает мир по соцсетям, а предпочитает доверять только своим глазам и ушам.

Таким образом, злоупотребление хотя бы одним из четырех указанных соблазнов может привести начинающего журналиста к увольнению из редакции, что отрицательно скажется на рейтингах и факультета, где он обучался, и его преподавателей, да и вуза в целом.

Мы не призываем к запрету социальных сетей, наоборот, поддерживаем их внедрение в процесс подготовки качественной информации и ее оперативной проверки. В настоящее время данные платформы коммуникации во многом облегчили труд журналисту, экономя его время, например, на поиске контактов нужных людей, подготовке к интервью, получении экспертных комментариев, согласовании материала перед публикацией статьи и т. д. Соцсети выполняют несколько функций (коммуникационную, интегрирующую, познавательную, информационную, рекламно-справочную), включая рекреативную, но она не является основной [10, 9–14].

Дальнейшее распространение и совершенствование информационно-коммуникативных технологий обуславливает важность медийного образования для каждой личности в отдельности и населения в целом, прежде всего тех людей, которые не имеют отношения к профессии журналиста, являясь аудиторией массмедиа. Находясь в современном мощном информационном потоке, каждый человек должен уметь самостоятельно определять, какие сведения будут полезными для него и его семьи, а какие могут нанести вред. Вслед за А. Г. Качкаевой, Н. Б. Кирилловой, А. П. Короченским, Е. А. Мурюкиной, С. К. Шайхитдиновой, А. В. Шариковым мы полагаем, что формирование критического мышления прежде всего в молодежной и подростковой среде в настоящее время должно стать одной из важнейших педагогических задач.

Профессор А. В. Федоров считает, что «современная система образования в качестве приоритетных целей рассматривает использование средств массовой коммуникации и медиапедагогика для формирования умений ориентации в информационном поле, противостояния манипуляциям общественным сознанием,

для адаптации людей к новым социальным условиям жизни, для позитивного развития личности» [9, 7–8]. Уровень критичности мышления можно повышать при помощи медийной критики — «относительно новой области журналистики, которая обязана постоянно анализировать содержание СМИ, сопоставляя его с действительностью на предмет выявления адекватности отражения, степени соответствия реальному состоянию общества и объективным социальным потребностям» [6].

Таким образом, уберечь студентов, обучающихся по журналистским профилям, да и молодежь в целом, от этих четырех соблазнов можно, формируя у них критическое конструктивное мышление, верное восприятие современного информационного потока. Мы полагаем, что от преподавателя — наставника и «играющего тренера» — в настоящее время зависит подготовка профессионала, который будет удовлетворять информационные потребности целевой аудитории качественными и интересными статьями, а не сиюминутными провокациями, прикрываясь свободой сетевого слова.

1. Ватерполист сборной России Тимаков скончался на сборах [Электронный ресурс] // Gazeta.ru. URL: http://www.gazeta.ru/sport/news/2015/09/06/n_7560905.shtml (дата обращения: 17.04.2016).

2. Вахтова С., Порываева Л. Как ОНФ раздал журналистам по 300 тысяч за «правду и справедливость» [Электронный ресурс] // БИЗНЕС Online. URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/129790/> (дата обращения: 17.04.2016).

3. Дергунов А. В Казани девушка выдумала историю о жестоком убийстве тещи ради «лайков» в Instagram [Электронный ресурс] // PRO Kazan.ru. URL: <http://prokazan.ru/news/view/107812> (дата обращения: 17.04.2016).

4. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 05.04.2016) «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consul-tant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 17.04.2016).

5. Как креативный класс Татарстана объединился против «человеческой мерзости» [Электронный ресурс] // БИЗНЕС Online. URL: <http://www.business-gazeta.ru/text/130294/> (дата обращения: 17.04.2016).

6. Короченский А. П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка [Электронный ресурс]. Ростов н/Д, 2002. URL: <http://old.kpfu.ru/f13/rbakanov/index.php?id=5&idm=0&num=23> (дата обращения: 17.04.2016).

7. Рабочие, учителя, военные, или Рейтинг доверия профессиональным группам [Электронный ресурс] // Пресс-выпуск ВЦИОМ. № 3013. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115542> (дата обращения: 17.04.2016).

8. Социальные сети в России, зима 2015–2016: цифры, тренды, прогнозы [Электронный ресурс] // Brand Analytics. URL: <http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozu> (дата обращения: 17.04.2016).

9. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог, 2003.

10. Филь М. С. Социальные сети: новые технологии управления миром. М., 2016.

11. Чернобровкина Е. «Если мы не скажем нет, завтра они за три копейки будут уничтожать других журналистов» [Электронный ресурс] // БИЗНЕС Online. URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/130671/> (дата обращения: 17.04.2016).

Статья поступила в редакцию 21.04.2016 г.

УДК 070:316.774 + 070.421.2 + 070.41 + 316.776.2

Е. В. Олешко
В. Ф. Олешко

АДАПТАЦИЯ ЖУРНАЛИСТОВ К КОНВЕРГЕНТНЫМ ОСНОВАМ ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ 2014–2016 гг.)

В статье представлены первые результаты социологического исследования, проводимого сотрудниками кафедры периодической печати УрФУ в течение последних двух лет. Проблема адаптации представителей медийной отрасли к работе в условиях современной конвергентной журналистики, а также повышения эффективности творческой деятельности рассматривается в контексте формирования и развития профессиональной культуры журналистов. Авторы доказывают: отечественный и зарубежный опыт сегодня свидетельствует, что новейшие технологии лишь тогда позволяют традиционным СМИ не только сохранять бренд, но и в целом приумножать их аудиторию, когда происходит системное взаимодополнение приемов и способов/технологий ее привлечения к различным версиям транслируемого контента.

К л ю ч е в ы е с л о в а: массмедиа; СМИ; конвергентная журналистика; эффективность; контент; лонгрид; профессиональная культура; Интернет; цифровизация.

В новейшей социологической практике исследования эффективности деятельности массмедиа одной из наиболее актуальных является проблема перехода к конвергентным основам информационной деятельности. Ведь производство контента для разных медийных платформ стало сегодня практически нормой повседневной журналистской практики. Но, как показал наш анализ, чаще всего эмпирическим материалом исследований являются федеральные СМИ [5] или «самые читаемые ежедневные и еженедельные общественно-политические печатные или онлайн-СМИ» [2]. Анализируется в связи с этим и процесс монетизации контента [8]. Хотя с вызовами глобального характера в данной сфере столкнулись сегодня массмедиа практически всех уровней, включая региональные, городские/районные и корпоративные издания. Поэтому в рамках организованного и проведенного исследовательской группой департамента «Факультет журналистики» УрФУ социологического исследования объектом были различные типологические группы зарегистрированных в установленном порядке средств массовой информации Уральского и Приволжского федеральных округов, а предметом — изменения организации работы, профессиональных требования к журналистам, которые мы

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 Владимир Федорович — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru).

© Олешко Е. В., Олешко В. Ф., 2016

объединяли концептом «профессиональная культура» [11]¹. Контент местных СМИ при этом также рассматривался в контексте организации межкультурных коммуникаций [7]. Всего с помощью метода стандартизированного интервью был опрошен 261 человек. Причем в каждой редакции СМИ или в ряде случаев в отдельном медиахолдинге необходимо было опросить представителей трех медийных специализаций: топ-менеджеров (редактор, заместители редактора, заведующие отделами, руководители информационных групп и т. п.), журналистов, а также представителей технических групп или подразделений (ответственные за верстку, веб-дизайн, дигитал-инженеринг и т. п.).

Первой задачей нашего исследования было выяснение у респондентов представлений о смысловом и понятийном наполнении термина «конвергентная журналистика». Предполагалось, что ответ на этот вопрос поможет, во-первых, определить индивидуальную осведомленность опрашиваемых, а во-вторых, градировать степень лояльности профессионалов различных специализаций к самому процессу технологической перестройки работы редакции, а по сути, даже ломки традиционной системы творческой деятельности.

В качестве гипотезы исследования мы выдвигали в данном случае тезис, что конвергенция не просто меняет медиаландшафт конкретного информационного пространства, но и заставляет кардинально перестраивать модель управления средств массовой информации, которые не хотят потерять технологическую актуальность для широкой аудитории. В частности, предполагалось, что доминантным для эффективной работы при этом должен быть процесс осознания каждым членом коллектива сущностной необходимости такой перестройки, а не просто выполнения «распоряжений руководства».

Осознавать — значит еще и четко понимать смысл происходящего. Дискуссионные моменты обсуждения конвергентных возможностей современных СМИ отразились и в ответах наших респондентов. Более трети опрошенных убеждены, что конвергенция — это не что иное, как «разнообразные формы подачи одной и той же информации» (наиболее типичный ответ). 21 % ответивших считают, что конвергенция — это «слияние и объединение различных видов и типов СМИ» или «сочетание различных медиаформатов». Еще примерно 20 % респондентов ответили, что конвергентная журналистика — это «журналистика широкого профиля» или просто «расширение медиaproстранства с помощью технических средств». И лишь 14 % опрошенных четко представляют сущностные характеристики процесса конвергенции, поскольку в ответах в той или иной форме было отражено, что «конвергентная журналистика — это информационные и коммуникативные технологии в едином информационном ресурсе». То есть именно то, что исследователи массмедиа в новейших своих работах предлагают в качестве

¹ Социологическое исследование «Конвергентная журналистика глазами работников СМИ». Руководитель — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати УрФУ Е. В. Олешко. Всего с 12 сентября 2014 г. по 2 февраля 2016 г. с использованием метода стандартизированного интервью был опрошен 261 эксперт, представляющий массмедиа Уральского и Приволжского федеральных округов. Статистическая обработка результатов проводилась магистрантом департамента «Факультет политологии и социологии» УрФУ Ю. А. Красноперовой с использованием программы Vortex, разработанной доцентом Д. В. Шкуриным.

базового определения данного термина. 13 % респондентов либо не дали четкого ответа, ограничившись банальным — «что-то связанное с Интернетом», либо затруднились сформулировать, либо по тем или иным мотивам отказались отвечать на первый вопрос.

Причем парадокс ситуации заключается в том, что более половины опрошенных от общего числа респондентов при этом честно признались, что литературу по этой теме не читают, реже был дан ответ — «читал только в вузе», а 17 %, более того, убеждены, что «это чистая технология и никакие теоретические разработки и обсуждения не нужны. Только опыт поможет со временем понять, что такое настоящая конвергентная журналистика» (из ответа Н. — «редактора независимой городской газеты со стажем работы 15 лет и нежурналистским образованием»)².

Представители СМИ в целом признавали также, что конвергенция изменила или меняет весь отечественный медийный ландшафт, а в контексте эффективных взаимоотношений с «продвинутой» в техническом плане аудиторией предполагает также не просто изменение форм представления контента, но и кардинальные перемены в принципах управления СМИ. Поэтому логично, что второй задачей нашего стандартизированного интервью было определение с помощью прямого вопроса, а также ряда уточняющих — степени включенности редакций региональных СМИ в процесс конвергентной журналистики. Подавляющее большинство (74 % респондентов) ответили, что в той или иной форме отражают в своей повседневной информационной деятельности тенденции развития конвергенции, 22 % дали отрицательный ответ, 2 % респондентов считают, что степень включенности их редакций слабая. Были и те (2 %), кто просто отказался отвечать на этот вопрос³.

Показательны ответы, характеризующие формы включенности СМИ в процесс конвергенции. Для 28 % респондентов наличие сайта массмедиа — уже конвергенция. 12 % убеждены, что к этому непременно необходимо добавлять «присутствие твоего СМИ в той или иной форме в социальных сетях». Справедливости ради необходимо также отметить, что ровно треть от общего числа ответивших честно признались — «у нас есть сайт, но не считаем, что это свидетельствует о включенности в процесс конвергентной журналистики». В качестве своеобразного оправдания — почему «модный тренд», «естественная ступень развития СМИ», «эффективный инструмент приращивания аудитории» и т. д. не реализован в их повседневной деятельности — приводилось довольно много аргументов. 26 % ответивших считают, что редакционный состав слишком мал, чтобы реализовать еще и эти творческие возможности. А 16 % даже убеждены, что «для нашего региона (города, района) это пока не актуально и не востребовано сегментом постоянной аудитории». Примечательная деталь: почти половина из этих 16 % были представители группы топ-менеджеров, а в качестве подтверждения своего ответа они почти всегда приводили следующий аргумент: «отсутствие специалистов, готовых реализовывать творческие задачи в формате конвергентной журналистики».

² Примерно 5 % респондентов воспользовались предоставляемым им правом давать ответы анонимно.

³ Здесь и далее — если совокупное число ответивших в процентах меньше 100, то не включены те, кто по той или иной причине отказался отвечать на данный вопрос.

Степень включенности СМИ характеризовалась и прогнозными ожиданиями. Так, корреспондент газеты «Глагол» (г. Миасс, Челябинская область) Владимир Мухин констатировал: «Приложили много сил для обновления сайта. Отдача пока невелика, но всему свое время». Татьяна Баранова — дизайнер-верстальщик газеты «Карпинский рабочий» (Свердловская область) — отметила, что активно включиться в процесс конвергенции заставляют конкуренты: «Когда на небольшом информационном пространстве города появляются СМИ, выставляющие на сайте видеоролики, снятые корреспондентами (“Вечерний Карпинск”), а телестудия “Собеседник” подкрепляет информационную повестку дня регулярными выходами на “Дорожном радио”, приходится думать — чем привлечет аудиторию наш сайт? Не банальным же только копированием газетного текста в PDF-формате».

Интересны в связи с этим размышления директора издательского бюро «Квартира 12» (г. Тюмень) Маргариты Лебедевой. Она убеждена, что «конвергенция — это не просто “борьба форматов” (печать или онлайн, к примеру). По-настоящему эффективное, если хотите, конвергентное СМИ лишь то, информация которого является своего рода средой, в которую человек погружен в течение даже не дня, а суток. Такое СМИ берет на себя функции печатного издания как носителя авторитетных экспертных оценок происходящего, актуальные новости и фотоизображения, транслируемые при помощи технологий Глобальной сети, живые диалоги радио, эмоциональные “картинки” и сюжеты телевидения... В этом мы пока не супергерои, но убеждены — победителем на этом пути будет лишь то СМИ, которое будет представлять аудитории именно такой многофункциональный и высококачественный продукт».

Редакционный директор Mail.Ru.Group Сергей Паранько, на наш взгляд, совершенно справедливо отмечает, что «сегодня пользовательский контент, опубликованный в соцсетях, соревнуется в оперативности с материалами профессиональных медиа. Пользователь не всегда еще выигрывает, но создает плотную завесу информационного шума. Прорваться сквозь нее и завладеть вниманием аудитории становится все труднее» [7, 8]. Следовательно, совокупность новейших коммуникативных практик — это еще и экономический ресурс не просто выживания СМИ в условиях кризиса, но и их перманентного развития, что также в своих ответах констатировали многие респонденты.

Большой интерес у отвечающих вызывал, как правило, вопрос о том, какие СМИ могут назвать они в качестве примера эффективного использования возможностей конвергентной журналистики. Почти 200 респондентов отвечали практически не задумываясь, отказались отвечать на этот вопрос лишь 7 человек, остальные требовали время на раздумья или на просмотр своих записей. При этом выяснилось, что лишь 14 % из всех ответивших регулярно знакомятся (имелось в виду даже простое просматривание) с контентом зарубежных массмедиа. Среди отечественных СМИ тройку лидеров с большим отрывом составили «Комсомольская правда», «Коммерсантъ» и «Первый канал». Далее в этом своеобразном рейтинге признания профессиональных успехов коллег были указаны «Аргументы и факты», «Российская газета», РИА-Новости, «Лента-ру». Из зарубежных массмедиа чаще других упоминались BBC, CNN, «The New York Times». Характерно,

что упоминания местных СМИ в связи с ответами на данный вопрос было буквально единичным. А популярные у аудитории, если судить по числу посетителей сайта, местные ресурсы, к примеру, такие как E1.RU, URA.RU в Свердловской области, упоминались реже, чем печатные — «Уральский рабочий», «МК-Урал», «АиФ-Урал».

Какие же характерные черты можно, по мнению опрошенных журналистов и медиаспециалистов, выделить и обозначить как тенденции формирования и трансляции контента в условиях развития многих элементов конвергентной журналистики в России? Прежде всего, многими (более четверти опрошенных руководителей и 16 % респондентов-журналистов) отмечалось, что у традиционных массмедиа всегда был и остается главный аргумент в заочном споре с новыми медиа — бренд СМИ, «сформировавшийся, как правило, не одно десятилетие» и «объединяющий сегодня представителей разных возрастных групп аудитории».

Причем это осознают как медийщики, скажем так, не очень тиражных СМИ, так и представители мировых брендов с многотысячными тиражами и ареалом распространения по всему миру. Например, Игорь Садреев, главный редактор журнала «Esquire» в России, высказываясь на тему скорой «смерти» печатных СМИ, отметил: «Если в XX веке печатный журнал был единственным представителем бренда, то сейчас это уже не так. Бренд Esquire больше, чем только журнал “Esquire”. И мы понимаем, что наши читатели — они же наши слушатели и зрители. Они могут получить информацию в самых разных средах при помощи самых разных носителей. Но главное, что они понимают: это информация, которая отобрана и сделана “Эсквайром”, и на ней есть отпечаток бренда. Главное, что есть у СМИ в XXI веке, это бренд. Мы своим невероятно дорожим, и нам кажется, что он позволит нам развиваться и соответствовать времени» [10].

А вот ответить на вопрос «Как соблюсти при этом интересы своей традиционной аудитории, а также привлечь тех, кто сформировался как потребитель информации через айпад, айфон или через Глобальную сеть на домашнем или рабочем компьютере?» респондентам оказалось не так просто. Причем несколько респондентов сослались в связи с вышеизложенным на примеры зарубежного опыта (ФРГ, Швеция, Венгрия) выживания небольших местных газет в трудных экономических ситуациях. Воспользуемся одним характерным примером, описанным Антоном Шандоровым, собкором газеты «Невское время» в Германии: «Бренд газеты, выходящей много лет, раскручивается при производстве других товаров — например, сим-карт. Вся сопутствующая продукция городских газетных издательств — в том числе сувенирная — идет у потребителей “на ура”. И, как правило, под слоганом: “Если нашему изданию доверял еще ваш дедушка, то почему бы и его внуку не сделать выбор в пользу компьютерного планшета, разработанного у нас?”» [12].

Чаще других как тенденцию современного менеджмента СМИ называли «взаимодействие по обмену контентом между основной редакцией и интернет-редакцией (отделом), которое осуществляется в режиме non-stop» (18 % ответивших). Около 12 % респондентов указали как метод продвижения информации своего СМИ — «использование возможностей социальных сетей»,

5 % — различные способы «персонализации информации». Есть и другие подходы, помогающие реализовать экономические интересы массмедиа в кризисных условиях. Так, респонденты, представляющие СМИ Челябинской области, неоднократно как положительный отмечали опыт газеты «Челябинский рабочий», в условиях кризиса выходящей в бумажной версии лишь раз в неделю. А ставка для сохранения массовой аудитории сделана прежде всего на сайт mediazavod.ru, который зарегистрирован как отдельное медиа. При этом сохранены как бренд издания с более чем столетней историей, так и аудитория, которая в контексте соперничества медианосителей смогла, судя по отзывам постоянных читателей в соцсетях, не изменять своим приоритетам при выборе источников информации.

Корреспондент ЗАО «Коммерсантъ» в Екатеринбурге Алена Тронина в связи с этим в своем ответе на вопрос о прогнозах на будущее печатных СМИ в контексте технологического развития заметила: «Хотя ставка у нас делается прежде всего на онлайн-продвижение, а следовательно, мы много внимания уделяем адаптации контента под мобильные устройства, но списывать со счетов бумажную версию — было бы большой ошибкой. Во-первых, всегда была и будет прослойка людей, которым по различным причинам удобнее получать информацию на бумаге. Во-вторых, материализация контента включает такое понятие, как издательская и оформительская культура. Это как в случае с книголюбями или филофонистами, которые признают музыку только в записи на грампластинках».

К слову, тенденция сохранения бумажной версии или даже возвращения к ней после ухода в Глобальную сеть (как было с журналом «Newsweek») тоже одна из значимых примет «эпохи конвергенции». Ни одно из авторитетных изданий, по крайней мере в ближайшие годы, не собирается полностью переходить на электронный формат. Так, Виталий Лейбин, редактор журнала «Русский репортер», который в кризисных условиях был вынужден изменить формат и сократить периодичность выхода, на этот вопрос ответил так: «Уход в Сеть — это эвфемизм для того, чтобы сказать: издание умерло. В Интернете достаточными рекламными бюджетами располагают единицы изданий. Есть новостные порталы, которые имеют очень дешевый контент при большой посещаемости, они могут выйти в плюс. Но в Интернете нет рекламного рынка, чтобы поддержать большой и качественный журнал, окупать командировки журналистов» [6].

Екатеринбургский медиаэксперт Денис Вишня, как бы вступая в заочную дискуссию по поводу преимуществ качественных общественно-политических изданий перед рекламно-информационными, которым еще недавно многие пророчили светлое экономическое будущее, также сделал, на наш взгляд, интересный системный вывод: «Общественно-политические издания (в отличие от рекламных) — объект мониторинга различных служб и финансовых структур. Негативные материалы могут служить поводом для расследования, а положительные — для сотрудничества. Любое СМИ — это средство GR (government relations), т. е. средство установления связей с государственными органами. Сегодня для развитого, легального бизнеса, с точки зрения безопасности, очень важно поддерживать положительный имидж в медиа» [1].

Хотя результаты исследования свидетельствуют и о том факте, что взаимодополнение приемов привлечения аудитории к различным версиям контента — также одна из ярких характеристик конвергентной журналистики. Наиболее часто упоминаемым примером продуктивного взаимодействия между интернет-редакцией (отделом) и сотрудниками всего массмедиа, по мнению 19 % опрошенных руководителей СМИ, является то, что в науке о журналистике получило название «кросс-промоушн». В частности, подобное взаимодействие предполагает творческие технологии систематической активизации внимания аудитории с помощью перекрестных ссылок печатных материалов на публикации сайта, и наоборот.

В контексте прогнозирования развития конвергентных возможностей журналистики в региональных массмедиа опрошенные респонденты называли также такие технологии, как представление звуковых новостей и видеоматериалов с флеш-анимацией, формирование с помощью мультимедиа контента прагматической направленности — размещение на сайтах разъясняющих текстов, актуальных мини-интервью с экспертами, интерактивной графики и т. п.

Почти половина опрошенных, судя по ответам, знакомы с технологиями форматного медиапроизводства и расширения кросс-платформенности. Поскольку безусловной классикой в этом направлении считается революционная разработка редакции газеты «The New York Times», которая в 2012 г. представила своей аудитории интерактивную историю «Snow Fall» [13], неудивительно, что 12 % опрошенных, говоря о лонгридах (от англ. *long read* — длинное чтение), упоминали именно этот проект, разрушивший, по сути, границы между печатными, электронными и сетевыми СМИ.

В контексте актуальной проблематики проведенного нами исследования важно отметить, что, судя по ответам, многие печатные СМИ озаботились формированием новых моделей информационного взаимодействия с массовой аудиторией. Это, по мнению респондентов, должно помочь изданиям справиться с задачами, которые объективно вытекают из динамики технологических изменений в способах формирования и передачи контента в условиях его все большей цифровизации.

Примечательно, что в последнее время крупнейшие мировые издания уделяют самое серьезное внимание выявлению такого рода тенденций, поскольку они активно влияют на повседневную медийную практику. Так, аналитики газеты «The New York Times» (далее — NYT), встревоженные успехами конкурентов, которые агрессивно двигаются в цифровом направлении, в том числе и формируя отдельные диджитал-редакции, составили большой внутренний отчет с подробным разбором минусов и плюсов своей газеты и исследованием преимуществ более «продвинутых» конкурентов [14]. Этот документ интересен и с точки зрения определения перспектив развития печатной журналистики в целом, и с точки зрения сравнения наработок зарубежных коллег с тем, что предлагают для преодоления кризиса отрасли в том числе и отечественные менеджеры [4].

«Способны ли печатные СМИ конкурировать уже в первую очередь не с радио и телевидением, а с сетевыми изданиями и блогерами разных подгрупп?» — этот вопрос так или иначе звучал в данных исследованиях. И если американцы в качестве основной проблемы рассматривают расширение аудитории (Growing Our

Audience) за счет повышения качества контента, то представители российских печатных СМИ делают акцент на работающую бизнес-модель, т. е. на зарабатывание денег с помощью рекламы. К примеру, еженедельник «Аргументы и факты», давно имеющий в своем арсенале не только печатную, но и интернет-версию, акцентирует внимание именно на том факте, что «в отличие от большинства интернет-СМИ, печатные издания приносят доход своим владельцам». Хотя с точки зрения выполнения массмедиа социальных функций используемый в отчете NYT новый термин «разрыв» (disruption), подразумевающий под собой тенденцию в новых медиа делать более дешевые и низкие по качеству продукты, злоупотребляя технологиями и новыми форматами, но выигрывая в скорости подачи материалов, несомненно, характеризует тенденцию, требующую отдельного анализа.

Что же касается конкурентных преимуществ контента сугубо печатных версий, то здесь общей константой для исследователей является диалектическое единство формы и содержания. В NYT видят четыре возможности привлечь читателей: «вечное» (evergreen), «упаковка» (packaging), «персонализация» и «раскрутка» (promotion). Под «вечными» материалами авторы доклада понимают истории, которые остаются интересными годами вне зависимости от актуальности темы. «Упаковка» предполагает активное использование новых технологий, в том числе и для персонализации контента (к примеру, в форме личных сообщений или уведомлений о интересующем читателя, судя по предыдущим посещениям сайта газеты, материала). А «раскрутка» как таковая сегодня во всех странах предполагает активное взаимодействие с реальной и потенциальной аудиторией СМИ при посредстве социальных сетей.

И хотя в новейших исследованиях все чаще «совокупность сетевых модернизаций профессии» именуется «интерактивной журналистикой» [3, 237] и утверждается, что «при правильных профессиональных и этических установках они усиливают авторскую автономию журналиста, дают в его руки больше возможностей для создания произведений, оказывающих воздействие на аудиторию» [3, 239], все же никто не будет отрицать и тот факт, что развитие конвергентных возможностей массмедиа не просто значительно расширило профессиональные рамки, а буквально «распахнуло ворота» профессии. Число людей, именующих себя журналистами, возрастает год от года. Термины «гражданский журналист» и «блогжурналист» из неких метафорических, как было поначалу, определений сферы увлечений людей как-то незаметно вошли даже в научный обиход. Остается вопрос: насколько то, чем эти журналисты занимаются, можно соотнести с классическими определениями журналистики как социального института?

Но мы о другом. Процессы глобализации и интернационализации обусловили также включение в число субъектов информационной деятельности наряду с профессиональными журналистами и других специалистов, помогающих в рамках реализации конвергентных моделей массмедиа оформлять тексты нужным образом, а также представлять их аудитории в мультимедийных форматах или обеспечивать обратную связь. Но до сих пор системная деятельность практически всех без исключения представителей этой группы остается вне внимания исследователей журналистики, по крайней мере — во взаимосвязи с эффективностью

медиадеятельности в целом. На наш взгляд, при этом разрывается понятийная цепь анализа всей совокупности контента традиционных СМИ, а также посткоммуникационных эффектов.

Именно поэтому в своем исследовании мы попытались выяснить у респондентов, меняются ли каноны профессиональной культуры представителей медийной сферы в условиях развития конвергентной журналистики и расширения числа специализаций и профилизаций? Результаты и выводы по этой большой теме свидетельствуют, что процесс адаптации к новым условиям затрагивает 89 % респондентов, но лишь 64 % ответивших связали это и с изменениями профессиональной культуры. Причем незавершенность этого процесса отмечали практически все опрошенные. Чаще всего при этом указывалось на то, что универсализация деятельности предполагает приобретение новых навыков и компетенций, но процесс обучения либо совсем не организован руководством СМИ, либо стихийен («задачи ставятся, а никаких курсов по обучению нет»; «предполагается, что ты самостоятельно в ходе практической деятельности сможешь все это освоить»; «был на семинаре-тренинге, но там все обучение свелось к техническим навыкам, но в журналистике-то главное контент»).

Интересен и такой результат: 27 % респондентов убеждены, что даже в условиях развития конвергентной журналистики каноны профессиональной культуры журналистов меняться не должны. Правда, при более детальном анализе ответов выяснилось, что подавляющее большинство от общего числа респондентов понимает при этом под профессиональной культурой прежде всего профессионально-этические нормы (76 %) и то, что можно объединить в концепт «цеховая солидарность» (56 %).

Очень точные слова нашла для отражения этой тенденции шеф-редактор телеканала «Евразия/ТНТ» (г. Первоуральск) Виолетта Невзорова: «Для меня понятие “профессиональная культура” включает прежде всего профессиональную этику. Она-то как раз и в новых условиях меняться не должна ни при каких обстоятельствах. В данном случае есть белое и черное. А вот методика, методы, технологии журналистской деятельности, разумеется, меняются в зависимости от формата СМИ и принятых стандартов подачи информации. В целом же изменения, мне кажется, будут происходить в направлении “Быстрее!” (подача новостей), “Выше!” (качество информации), “Сильнее!” (усиление степени конкуренции массмедиа)».

1. Вишня Д. Про Веру и Желание [Электронный ресурс]. URL: <http://www.facebook.com/notes/денис-вишня/про-веру-и-желание/953577441347145> (дата обращения: 06.10.2015).

2. Галкина М. Ю., Вырковский А. В., Колесниченко А. В. Конвергенция в работе российского журналиста // Медиаскоп : [электрон. журн.]. 2016. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2079> (дата обращения: 15.04.2016).

3. Гатов В. Будущее журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / под науч. рук. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург, 2016.

4. Двенадцать аргументов, убеждающих в том, что печатные СМИ не уйдут в прошлое [Электронный ресурс]. URL: <http://www.planetasm.ru/blogi/comments/41098.htmlhttp://research.alex-alex.ru/post/86593424634/the-new-york-times-innovation-report> (дата обращения: 12.12.2015).

5. *Каллиома Л. А.* Адаптация как стадия перехода редакции к конвергентным основам информационного производства (опыт «Российской газеты») // Медиаскоп : [электрон. журн.]. 2013. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/1434> (дата обращения: 15.04.2016).

6. *Лейбин В.* Мы в антитренде [Электронный ресурс]. URL: <http://lenta.ru/articles/2015/01/29/leibin/> (дата обращения: 12.02.2016).

7. *Олешко Е. В.* Местная пресса в контексте межкультурных коммуникаций // Профессиональная культура журналиста: проблемы межкультурной коммуникации : межвуз. сб. ст. с междунар. участием. Екатеринбург, 2016. С. 108–118.

8. *Павлушкина Н. А.* Качественная пресса в эпоху «газетного апокалипсиса»: приемы монетизации контента // Век информации. Медиа в современном мире: Петербургские чтения : материалы 55-го междунар. форума (21–22 апр. 2016 г.) / отв. ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2016. С. 62–66.

9. *Паранько С.* Инструментарий и навыки журналиста // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / под науч. рук. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург, 2016. С. 6–30.

10. *Садреев И.* ESQUIRE: «Слухи о смерти печатных изданий преувеличены» [Электронный ресурс]. URL: http://malina.am/series/igor_sadreev_esquire998027 (дата обращения: 07.05.2016).

11. Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры : темат. сб. ст. и материалов / под ред. проф. В. Ф. Олешко Екатеринбург, 2005. 320 с.

12. *Шандоров А.* Как немцы берегут городские газеты [Электронный ресурс]. URL: <http://www.planetasma.ru/blogi/comments/41267.html> (дата обращения: 11.02.2016).

13. Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek [Electronic resource]. URL: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek> (accessed: 09.10.2015).

14. The New York Times: Innovation Report [Electronic resource]. URL: <http://research.alex-alex.ru/post/86593424634/the-new-york-times-innovation-report> (accessed: 24.01.2016).

Статья поступила в редакцию 13.05.2016 г.

УДК 070.23(1-32) + 70.3:655.5

А. Е. Богачев

СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ РАБОТЫ КОРПОРАТИВНОГО ЖУРНАЛИСТА (на примере газеты «Восточно-Сибирский путь»)

Рассмотрены основные причины и следствия трансформации концепции работы корпоративного журналиста. Показано, как новые экономические и технологические вызовы времени влияют на работу журналиста в корпоративном медиа.

К л ю ч е в ы е с л о в а: корпоративные СМИ; концепция работы журналиста; тенденции развития СМИ; типология корпоративных СМИ.

За последние десятилетия журналистика претерпела немало изменений. Появились новые формы коммуникаций, новые типы и виды прессы. Происходит активное развитие такого сегмента медиаиндустрии, как корпоративные СМИ. В связи с этим трансформируется работа корпоративного журналиста.

БОГАЧЕВ Александр Евгеньевич — аспирант кафедры журналистики и медиаменеджмента факультета филологии и журналистики Иркутского государственного университета (e-mail: bogachev1799@gmail.com).

© Богачев А. Е., 2016

Мы говорим именно о журналистах, хотя до сих пор открытым остается вопрос, являются ли корпоративные медиа (КМ) журналистикой или это целиком и полностью область *public relations*. Исследователи корпоративных СМИ выделяют две диаметрально противоположные позиции, в то время как сами сотрудники корпоративных изданий обычно идентифицируют себя с журналистами, имеют журналистское образование и состоят в журналистских союзах и объединениях. Для большинства западных стран такая особенность не типична [6, 103–106].

Ю. В. Чемякин подчеркивает, что при самопозиционировании редакторы и сотрудники КМ не скрывают своей корпоративной принадлежности, хотя существует тенденция по смене типологической ориентации данных изданий на популярные, общественно-политические, специализированные, отраслевые или деловые СМИ [7, 86–93].

Многие современные корпоративные СМИ — последователи многотиражных газет советского периода. У корпоративного журналиста сохранилась та же задача, что стояла перед корреспондентами в советское время, — пропаганда идеологии, мотивирование на улучшение качества и увеличение объемов производства. При этом сама специфика работы, как и условия труда, изменилась.

На работу журналиста повлиял новый подход корпораций к изданию собственных медиаресурсов, изменивший хозяйственно-экономическую деятельность корпоративных СМИ. В условиях рыночных отношений корпорации осознали, что в газеты нужно вкладывать немало ресурсов, потому что корпоративная пресса — это инструмент PR, маркетинга и управления [3]. Эти «три кита» позволили повысить уровень КМ до традиционных СМИ, дав многим корпоративным изданиям новое «лицо» — качественную верстку и дизайн, тексты, фотографии, полиграфию. Еще в конце 90-х многие корпоративные СМИ существенно не отличались от заводской стенгазеты. Сегодня аутсайдеры еще остались, но наблюдается устойчивая тенденция к повышению среднего уровня КМ.

В системе региональных корпоративных СМИ Восточной Сибири отражены все тенденции развития данного сегмента медиарынка в России. Многие образцы КМ региона являются изданиями больших госкорпораций (РЖД, Ростелеком, Сбербанк России) или компаний с государственным участием (Роснефть, Газпром, РУСАЛ), операционная деятельность которых распространена на всей территории страны и управляется централизованно из Москвы. В соответствии с этим в изданиях местных филиалов данных предприятий ярко выражены многие последние тенденции развития КМ России.

Территория Восточной Сибири очень обширна и обладает большим ресурсным, промышленным и экономическим потенциалом, что обуславливает наличие в регионе средних и крупных корпораций, издающих корпоративные медиа. Данные предприятия можно разделить на сохранившиеся со времен советской хозяйственно-экономической системы и появившиеся в новых экономических условиях РФ. Подход к изданию собственных СМИ у каждой группы предприятий может отличаться. Имеются и внутренние различия, зависящие от степени образованности управляющего контингента компаний.

На примере изданий Восточной Сибири рассмотрим основные тенденции развития корпоративных медиа, оказавшие наибольшее влияние на формирование новой концепции работы современного корпоративного журналиста.

Одна из особенностей, повлиявших на качество корпоративных СМИ, — это новая форма сотрудничества с творческим коллективом редакции. Все чаще издания пытаются привлечь профессиональных авторов «со стороны», существенно оптимизируя затраты, сокращая фонд оплаты труда за счет отсутствия оклада и социальных выплат штатным сотрудникам. Популярной моделью в организации процесса производства корпоративного СМИ является аутсорсинг — передача корпорацией определенных процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области (СМИ) [4, 5]. К работе стали привлекаться не только редакции, но издательские дома и целые мультимедиа студии.

Большинство корпоративных журналистов (как внештатные, так и штатные сотрудники компании) приобрели большую финансовую стабильность, чем сотрудники традиционных изданий. Корпоративные журналисты часто имеют гарантированный оклад, не зависящий от гонорарной системы. Это позитивно влияет на концепцию работы — избавляет от погони за сенсациями, необходимости писать быстрее и больше. Сменились приоритеты — количество уступило место качеству материала. У корпоративных СМИ, как правило, отсутствует задача поднимать тиражи, получать прибыль за счет рекламы и продажи издания. Они работают на имидж компании и существуют за счет маркетингового бюджета корпораций.

С увеличением количества корпоративных изданий и качества выпускаемой продукции повысились требования к профессиональной квалификации корпоративных журналистов. В 90-е гг. корпоративный журналист — это корреспондент универсального профиля, не изучавший в вузах специальную дисциплину о корпоративных СМИ в связи с отсутствием теоретической базы. Облик современного корпоративного журналиста в корне изменился. Сейчас создана достаточная методологическая и научная база, имеются качественные примеры КМ, на факультетах журналистики появились специальные дисциплины. Корпоративный журналист получил возможность стать профессионалом узкого профиля, отлично владеющим необходимыми навыками работы и понимающим специфику функционирования корпоративных изданий.

Возникли различные обучающие семинары и тренинги, курсы для редакторов и сотрудников корпоративных СМИ. Зачастую их организаторами становятся издательства, занимающиеся выпуском КМ. Также некоторые издательские дома проводят специальные курсы для рабочих и общественных корреспондентов. Например, ОАО «Издательский дом “Гудок”» ежегодно собирает общественных корреспондентов своих корпоративных изданий, в том числе и газеты «Восточно-Сибирский путь», для обучения основам сотрудничества с газетами, проведения единой информационной политики.

В корпоративном издании произошла смена приоритетов в выборе жанров. В современных корпоративных СМИ журналист в основном работает в информационных (заметка, интервью, репортаж) и аналитических жанрах (комментарий,

статья, беседа) [1, 892–896]. Из жанров художественной публицистики издания используют в основном очерк — как правило, о сотрудниках компании. Фельетоны и памфлеты, пользовавшиеся популярностью в советских многотиражках, ушли со страниц корпоративных СМИ. Также в КМ реже стали размещаться материалы развлекательного характера: анекдоты, кроссворды, отрывки из художественных произведений и т. д.

Со временем к редакциям корпоративных СМИ пришло понимание, что привлечение внимания читателя к газете любыми средствами не всегда оправдано и не является первостепенной задачей. Например, размещение материалов развлекательного характера, таких как анекдоты, кроссворды, программа телепередач, поднимает величину или «разбираемость» тиража издания, но не гарантирует повышение интереса к опубликованным в нем материалам. Такое внимание не способствует реализации корпоративными медиа основных функций.

Корпоративные СМИ решили сделать ставку на качество публикаций. Редакции и руководство корпораций осознали, что внимание к газете может привлечь только удовлетворяющий информационные потребности аудитории, близкий и интересный читателю контент. Именно поэтому со страниц корпоративных изданий не исчезли очерки о тружениках предприятий, ветеранах и других связанных с корпорацией или отраслью людях.

Например, газеты «Иркутский авиастроитель» (Иркутский авиационный завод — филиал ОАО «Корпорация “Иркут”»), «Восточно-Сибирский путь», «Сибирский энергетик» (ПАО «Иркутскэнерго») и многие другие ранее имели на последних страницах материалы развлекательного характера. Теперь это место используется для информационно насыщенных публикаций.

В газете «Восточно-Сибирский путь» представлена вся жанровая палитра: заметки, корреспонденции, комментарии, обзоры, интервью, репортажи, очерки. Три лидирующие позиции занимают такие жанры, как репортаж, заметка (новость), статья, — в среднем по 5–6 публикаций в номере. От 1 до 3 материалов отведено для событийного интервью и отчета. Среднее количество очерков — 1 публикация на номер. В очерках журналисты рассказывают о работниках компании («Из породы Жуковых», 2015, вып. 28, 7 авг., 3-я полоса), ветеранах («Встреча с “тигром”», 2015, вып. 16, 8 мая, 6-я полоса), детях сотрудников, которые добились значительных успехов в творчестве («Титул для Марии», 2015, вып. 42, 13 нояб., 1-я полоса) и т. п. Это хороший показатель, соответствующий уровню качественных общественно-политических городских, районных или региональных изданий.

В корпоративной газете изменились формы и способы подачи материалов. Цензура руководящего состава компании заметно ослабла, хотя в некоторых корпоративных изданиях она еще остается жесткой. Информация стала более эффективной, ориентированной на читателя, открытой и доступной для восприятия. «Полнота и достоверность распространяемой по внутрикорпоративным каналам информации в условиях демократизации принятия управленческих решений становятся ключевыми ее качествами, определяющими адекватность и своевременность данных решений. А диалог и доверие — теми ценностями, которые характеризуют нынешнюю информационную культуру» [8, 269–271].

На примере газеты «Восточно-Сибирский путь» можно утверждать, что критика в адрес руководства — явление в корпоративных СМИ нередкое. Эта тенденция прослеживается даже в заголовках: «Проблемы ездят на колесах» (2016, вып. 38, 16 марта), «От нарушения требований стандартов — напрямую в нестандартную ситуацию» (2016, 16 февр.) и т. д.

В статье «Зима, как всегда, пришла неожиданно» (2010, вып. 38, 1 окт.) излагаются неудовлетворительные результаты осмотра хозяйства Северобайкальского региона Восточно-Сибирской железной дороги. В публикации автор использует агрессивную манеру подачи текста, не смягчая обнаруженные комиссией недостатки. Уже в лиде, задавая тон будущей статьи, журналист говорит: *На днях комиссия под председательством исполняющего обязанности начальника дороги Николая Маклыгина завершила осенний осмотр хозяйства Северобайкальского региона ВСЖД. Она показала — не все предприятия северного хода должным образом подготовились к её раннему визиту.* Далее автор подчеркивает недостатки, обнаруженные при осмотре: *Выявлено большое количество неработающих противоугонов и перекошенных шпал; Другой пример вопиющей бесхозяйственности и разгильдяйства в буквальном смысле лежит неподалёку; Не лучше обстоят дела у соседей — путейцев Куанды; Неудовлетворительно содержатся станционные пути и стрелочные переводы на станциях Окусикан и Кичера; По этим трем негативным позициям, угрожающим безопасности движения поездов, решено провести оперативное совещание; Руководство не уделяет должного внимания текущему содержанию стрелочных переводов и тракционных путей локомотивного депо.* Замечания о низком уровне проведенной работы подтверждает статистика: *Осенью 2009 года здесь было принято 285 запретных мер, весной 2010 года — 260, а нынешней осенью — 315.*

Критика в адрес ВСЖД (в том числе работников и руководства) используется в газете в качестве инструмента пропаганды. Обличая недостатки в работе, журналисты дополнительно мотивируют сотрудников устранять нарушения, а руководство — обратить внимание на проблему. Уход от политики «замалчивания» позволил газете выстроить доверительные отношения с читателями.

На специфику работы корпоративного журналиста оказали влияние не только общероссийские, но и мировые тенденции. «Последние годы ознаменованы бурно протекающими и неоднозначными процессами, которые получили название глобализации информационного пространства. Это явление связано прежде всего с новейшими достижениями в технике коммуникации и электронике. <...> Это предопределяет новую технологию журналистского труда, новые тенденции сбора, анализа и распространения информации» [5].

Благодаря сети Интернет и появлению электронных изданий произошел спад интереса к массовой печати. Однако печатные корпоративные издания продолжают интересовать читателя, поскольку сотрудники читают корпоративную прессу на рабочем месте — в перерывах или в обед. Печатные издания, ориентированные на внешнего читателя, также сохранили привлекательность. Обыкновенный гражданин проявляет интерес к корпоративной прессе, находясь в самолете, в очереди в банке, в электричке и т. д.

Соблюдая современные традиции развития СМИ, корпорации все чаще стали прибегать к принципу мультимедийности. Ежедневно растет количество электронных версий корпоративных СМИ, создаются сайты, которые наполняются не только статьями, но также видео- и аудиоконтентом. Задача корпоративного журналиста усложнилась. Учитывая особенности подготовки материала для печатного издания и сайта, журналист обязан уметь оперативно подать новость на сайте и подготовить расширенную версию для печати, а также сделать качественные фотографии, видео и т. д. [2, 99–101].

Издательский дом «Гудок» и газета «Восточно-Сибирский путь», как один из его филиалов, также идут в ногу со временем и имеют мультимедийный ресурс. Для этого корпоративного издания, как для большинства корпоративных СМИ, характерен процесс интеграции традиционных и новых медиа, который сопровождается дублированием контента и/или созданием альтернативных медиапродуктов, т. е. процесс конвергенции в медиаиндустрии.

«Восточно-Сибирский путь» (далее — «ВСП») не имеет собственного сайта, но журналисты готовят материалы для сайта www.gudok.ru. С 2007 г. на этом портале дублируются все выпуски корпоративного издания «ВСП», которые можно найти благодаря интерактивному календарю. Помимо того, что сайт содержит уникальный архивный материал газеты, он имеет преимущество перед газетой в оперативности подачи информации. Одновременно с тем, как газета отправляется в печать, новый номер выкладывается на сайте.

Также портал [gudok.ru](http://www.gudok.ru) <http://www.gudok.ru/> содержит электронные версии других региональных корпоративных изданий РЖД, разделы «Фоторепортаж» и «Видеорепортаж», «Аудиоверсия» и вкладку корпоративного телевидения ОАО «РЖД». На сайте ежедневно появляется новостная лента, содержащая информацию не только о деятельности железнодорожников, но и о пассажирских и грузовых перевозках на территории РФ различными транспортными средствами, о машиностроении, инфраструктуре и т. д. Помимо этого на сайте публикуются статьи, не вошедшие в номер, или их расширенные версии. Как подтверждает статистика, такой способ подачи информации имеет большой спрос среди читателей. Еженедельная посещаемость раздела газеты «Восточно-Сибирский путь» на сайте gudok.ru составляет 2–3 тыс. просмотров. Кроме того, каждый номер издания попадает во внутреннюю корпоративную систему Интранет и СПД, рассылается по электронной подписке (около 400 адресов).

Как видим, работа журналиста в корпоративном СМИ за последние годы существенно изменилась. Эту деятельность можно считать журналистской, хотя вопрос о принадлежности таких СМИ к журналистике еще открыт. Год от года усиливается сходство корпоративных СМИ с традиционными: в функциях, методах сбора и обработки информации, способах и каналах распространения, наличии целевой аудитории, типе финансирования, степени самостоятельности.

Возникает вполне определенное представление о том, что корпоративный журналист должен знать и уметь больше, чем представитель традиционной прессы. Финансовая стабильность, которая привлекает кадры в корпоративные СМИ, не является фикцией и экономически вполне обоснована. От работника требуется

высокая квалификация и большая отдача. КМ делают ставку не на оперативность, количество и сенсационность, а на качество материалов, что соответствует законам quality papers. При этом общая тенденция развития конвергентной редакции принимается корпоративными изданиями, и у журналистов возникает потребность работать в нескольких форматах.

Таким образом, в повседневной работе корпоративный журналист получил относительную свободу творчества. Появилась тенденция к снижению цензуры, исходящей от руководства корпораций. В качественном корпоративном издании, несмотря на внедрение жанров PR, среди приоритетных — выделяются собственно журналистские жанры.

Значительно перестроившись в экономическом и технологическом плане в соответствии с велением времени, корпоративная журналистика сохранила многое от традиций «низовой» советской печати, а также что-то взяла из практики западных корпоративных медиа. Появилась возможность подготовки высококлассных специалистов в области корпоративной журналистики.

Современные тенденции развития КМ свидетельствуют о том, что профессия корпоративного журналиста и в будущем будет испытывать определенные трансформации, поэтому необходимо продолжить исследование корпоративных СМИ, проводить различные выставки и конкурсы КМ, фиксирующие основные изменения в данной сфере.

1. Белькова А. Е., Белоброва А. Ю. Типологические особенности жанра корпоративной газеты «Акционер» ОАО «Нефтяная компания «Роснефть-Нижневартовск» // Молодой ученый. 2015. № 12. С. 892–896.

2. Грабельников В. А. Корпоративный интернет-портал как конвергентное СМИ // Вестн. Ун-та Рос. акад. образования. 2011. № 3. С. 99–101.

3. Диканова М. Корпоративные издания: многообразное единство [Электронный ресурс] // Бизнес-Форум IT. URL: <http://susu-pr.narod.ru/topnew/62.html> (дата обращения: 12.02.2016).

4. Котляров И. Д. Аутсорсинг: опыт теоретического описания // Экономика и экологический менеджмент (С.-Петербург) : [электрон. науч. журн.]. 2010. № 2(7). URL: <http://economics.ihbt.ifmo.ru/>

5. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. СПб., 2002 г. [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text3/94.htm> (дата обращения: 12.02.2016).

6. Чемякин Ю. В. Исторические особенности развития корпоративных СМИ России // Гуманитарные аспекты в современных медиа: проблемы, противоречия : материалы междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, апр. 2015 г.). Екатеринбург, 2016. С. 103–106.

7. Чемякин Ю. В. Корпоративная пресса: определение понятия, типологические критерии, специфика функционирования // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 2 (113), С. 86–93.

8. Ямашкина О. И. О роли современных корпоративных СМИ в управлении персоналом организации // Современная филология : материалы междунар. науч. конф. (Уфа, апр. 2011 г.). Уфа, 2011. С. 269–271.

Статья поступила в редакцию 15.04.2016 г.

УДК 070.41(09) + 070.443(09) + 070.46(09)

Л. Д. Иванова**ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ В 20–30-е гг. XIX в.**

В статье выявляются особенности качественной трансформации российской журналистики в 1820–1830-е гг. Особое внимание уделяется влиянию процесса коммерциализации в сфере печатного дела на состояние и профессиональные качества периодической печати. Показано, как в результате «чернильных войн» закладывались основы теории журналистики и ее основные принципы. Сравниваются позиции сотрудников качественных СМИ и представителей «торгового направления» в определении целевого назначения журналистики, в постановке вопроса о взаимодействии СМИ и читательской аудитории.

К л ю ч е в ы е с л о в а: коммерциализация печати; «торговое направление» в журналистике; теория печати; профессионализация журналистики; «чернильные войны»; проблема «журнал и читатель».

Вторая половина 1820-х гг. и третье десятилетие XIX в. — важнейший период профессионального становления отечественной журналистики, ее основательной качественной эволюции. Именно в это время произошли значимые изменения в печатном деле, которые имели грандиозные последствия для отечественной издательской деятельности в целом.

Преобразования в сфере журналистики были обусловлены исторически особенностями России тех лет, характеризующимися не только развитием капиталистических отношений, но и серьезными социальными потрясениями. Важнейшим фактором, усилившим интерес к журналистике, стало восстание декабристов в 1825 г. Оно явилось мощным толчком для развития отечественного самосознания, разбудив общество, заставив его искать ответы на важнейшие вопросы современности.

Взбудоражило российское общество и национально-освободительное восстание польских провинций в начале 30-х гг. (Варшавское генерал-губернаторство тогда входило в состав Российской империи), вызвав резко полярную реакцию — от сочувствия собратьям-полякам до призывов пройти «огнем и мечом» по восставшим территориям.

Интерес к общественно-политической информации, а следовательно, и к СМИ, которые в ту пору были практически единственными ее поставщиками, возрос настолько, что его не мог ослабить даже значительно усилившийся контроль за печатным словом со стороны власти, информационная политика которой выражалась в стремлении возведения «умственных плотин» на пути проникновения инакомыслия в Россию. Как справедливо заметил Б. И. Есин, это лишь обусловило особенную ценность каждого выжившего в тех нелегких

ИВАНОВА Любовь Дмитриевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры истории журналистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: ivanovald@mail.ru).

© Иванова Л. Д., 2016

условиях периодического издания, «прогрессивного журнала особенно» [2, 38], заставило журналистов изыскивать еще более изощренные, нежели ранее, средства иносказания, обратить особое внимание на литературно-художественную критику, превратив ее в трибуну для обсуждения общественно-политических вопросов.

Другим важнейшим условием развития журналистики в этот период стали качественные изменения в литературе (а периодическая печать продолжала оставаться составной частью российской словесности). На литературном поприще 1820–1830-х гг. развивались таланты А. С. Пушкина, Н. В. Гоголя, А. А. Дельвига, П. А. Вяземского, а также хорошо известных в среде провинциальных читателей Ф. В. Булгарина, автора первого литературного бестселлера «Иван Выжигин», и О. И. Сенковского, чьи восточные, светские, бытовые и сатирические повести, опубликованные под псевдонимом «Барон Брамбеус», имели ошеломительный успех. Приход этих литераторов в журналистику поднял ее на более высокий уровень, оживил, сделал привлекательной для широкого читателя.

Но, несомненно, самое значительное воздействие на журналистику произвела коммерциализация издательского дела.

В начале 1830-х гг. изменяется формирование системы оплаты труда журналистов: редакторы начинают получать от издателей гарантированный оклад, устанавливается такса на все виды литературного труда; активно обсуждаются вопросы об авторском гонораре, авторских правах.

Усиление конкуренции, проникновение коммерческих отношений в сферу, которая ранее была ориентирована в первую очередь на служение обществу, а не на получение прибылей, и потому была затратной, некупаемой, заставляют русских издателей и редакторов искать новые, эффективные с финансовой точки зрения способы ведения дела. Наиболее плодотворной в этом отношении была практика представителей так называемого «торгового направления» в журналистике 1820–1830-х гг. — Ф. Булгарина, редактора самой востребованной в то время газеты «Северная пчела», О. Сенковского, по договоренности с издателем А. Ф. Смирдиным возглавляющего редакцию журнала «Библиотека для чтения», и Н. Греча, издававшего журнал «Сын Отечества».

Именно они заложили основы массовой российской журналистики, которая ориентировалась не на высшее сословие, а на читателя из «среднего состояния» — самого многочисленного и непритязательного. Ее главными особенностями стали легкость восприятия, доступность, откровенно новостной характер. А главными установками — развлечение читателя, максимальное удовлетворение его ожиданий.

В статье «О цензуре в России и о книгопечатании вообще» Ф. Булгарин в откровенно неприкрытой форме, граничащей с эпатажем, определил запросы той аудитории, которую считал наиболее выгодным адресатом: она «любит легкое... ищет в журналах и газетах разнообразия», политикой интересуется тогда, когда в ней «таскают друг друга за волосы и бьют по рылу» («поэтому лучше писать, что немецкий сапожник расквасил себе рыло, чем догадки и рассуждения о судьбах царств»); больше всего публике нравится новость и ей надо представлять «как можно больше необыкновенного, удивительного, редкого, странного, сверхъестественного, смешного и вздорного» [6, 79]. Свою позицию в качестве журналиста

он определял следующим образом: «Мы служим публике в качестве докладчика, должны переносить все ее прихоти, терпеливо слушать изъявления неудовольствия и быть весьма осторожными во время ее милостивого расположения» [6, 79].

Желая заинтриговать и удивить читателя, Ф. Булгарин иногда печатал на страницах «Северной пчелы» явно выдуманные «новости»: рассказывал об изобретении чудо-микроскопа с небывалой способностью увеличивать предметы в 60 миллионов (!) раз или стеклянного глаза, который может вращаться, «а возможно и видит», о человеке, во сне проглотившем ящерицу и благодаря этому приобретшем такой бас, который дал владельцу возможность выступать в оперном театре, и о других небывалых чудесах и явной нелепице [4, 78].

Стремясь во что бы то ни стало угодить публике, Ф. Булгарин поставлял ей новости не только политические, светские, торговые и из области моды, но и явно познавательного характера. И подавались они интересно, занимательно, с некоторым количеством рассуждений о предмете сообщения, причем так, чтобы читатель чувствовал себя мыслящим и просвещенным человеком.

Именно в потоке подобной информации Ф. Булгарин и его соратники по печатному делу вынуждены были прятать рекламу, поскольку до 1862 г. существовал запрет на ее публикацию в частных СМИ. Чтобы скрыть коммерческий характер материала, рекламу часто камуфлировали под новость, сообщая об открытии новых магазинов, пансионатов для воспитания благородных девиц, аттракционов или предоставлении новых услуг. Рекламные элементы тонули в большом объеме сопутствующей информации. Но все же истинное назначение подобных публикаций скрыть было трудно: его выдавало большое количество лестных характеристик, которыми наделялся объект внимания газеты, наличие адреса, указаний на цену отдельных товаров или услуг, а также так называемых средств побуждения к действию (призывов посетить, посмотреть, купить и т. д.).

Таким образом представители «торгового направления» способствовали проникновению так называемой «косвенной» (скрытой) рекламы в СМИ, а следовательно — коммерциализации самого печатного слова, превращению журналистских публикаций в товар, а журнальных и газетных полос — в место купли-продажи.

Но нельзя не отметить, что практика использования феномена «косвенной» рекламы в периодической печати 1820–1830-х гг. имела и позитивное значение.

Чтобы добиться коммерческого эффекта, Ф. Булгарин и его соратники по печатному делу старались сделать тексты привлекательными для читателя. Повышенная экспрессивность, неумеренные преувеличения и даже явные несоразности могли обмануть лишь самого доверчивого читателя, но они тем не менее делали свое дело — заставляли и других журналистов обращать внимание на форму литературных произведений, разнообразить подачу информационных сообщений, что, несомненно, было на благо российской журналистики. Так она сделала серьезный шаг навстречу читателю.

Как видим, денежные отношения в сфере, прежде ориентированной на идеи служения обществу, с одной стороны, оказали воздействие на размывание нравственной природы журналистики, с другой стороны, стали мощным стимулом

ее профессионализации, совершенствования журналистской формы, поиском взаимодействия с читательской аудиторией. СМИ начинают бороться за своего читателя, пытаются выявить его интересы, подают информацию в более доступной, легкой для восприятия манере.

Сотрудники редакций больше внимания, нежели раньше, уделяют оформлению материалов: начинают использоваться иллюстративные компоненты (виньетки, раскрашенные картинки мод, рисунки различных технических орудий, сельскохозяйственных машин, растений, мебели, экипажей и др.), применяются некоторые удачные приемы акцентирования внимания читателя: игра шрифтов разных начертаний и насыщенности, необычное расположение небольшого текста (по центру листа, с «рваными» симметричными краями) и т. д. Как свидетельство совершенствования технической базы типографий может рассматриваться выпуск первого иллюстрированного еженедельника «Живописное обозрение».

Немаловажно и то, что именно забота о коммерческой выгоде изданий заставляла редакторов и издателей наконец-то использовать способы привлечения и удержания подписчиков. Они не отличались большим разнообразием, но для того времени были неожиданными, а потому действенными: это организация массовых конкурсов в СМИ, как это делал, например, Ф. Булгарин в «Северной пчеле», использование бесплатных приложений, газетной и журнальной саморекламы, поддержание конкурентоспособных цен на издание, обещание бесплатной доставки, разного рода льгот при подписке. Конечно, эти меры не могли не сказаться на массовизации российской печати в этот период — и это было отрядным явлением, поскольку вовлекало в сети журналистики все больше и больше читателей, активно интересующихся новостями общественной жизни. Таким образом расширяя информационное пространство, журналистика подспудно формировала гражданскую культуру общества. При этом даже издания «торгового направления» («Северная пчела» Ф. Булгарина, «Сын Отечества» Н. Греча, «Библиотека для чтения» О. Сенковского) старались не опускаться до откровенной «желтизны». Несмотря на мелкотемье, субъективизм в оценке культурных явлений, специфический отбор информации, а иногда и явное стремление к развлечению публики, эти издания по своему характеру все же были просветительскими.

К сожалению, нельзя не отметить, что несомненно благоприятное воздействие процесса коммерциализации на состояние и условия функционирования журналистики осознавалось далеко не всеми журналистами 1820–1830-х гг. Многие из них не могли принять новые экономические реалии. Потому профессионализация журналистики осуществлялась медленно, преодолевая сильное противодействие тех литераторов, которые негативно воспринимали откровенную нацеленность коллег на коммерческий успех.

Немало негативных высказываний в адрес участников «журнального триумвирата» (Н. Греча, Ф. Булгарина и О. Сенковского) можно найти на страницах открывшегося в 1835 г. журнала «Московский наблюдатель», сотрудники которого отрицательно относились к самой возможности купли-продажи литературного труда, а также в непосредственном конкуренте изданиям «журнального триумвирата» — «Литературных прибавлениях к “Русскому инвалиду”» А. А. Краевского.

Фаддей Булгарин и его методы завоевания читателя были объектом насмешек в самых известных фельетонах А. С. Пушкина — «О записках Видока» и «Несколько слов о мизинце г. Булгарина и о прочем».

Как правило, не сам факт оплаты журналистского труда вызывал отторжение у журналистов с высокой нравственной планкой, осознающих свою ответственность перед обществом, а превращение изданий в доходное предприятие, забота представителей «торгового направления» не о качестве литературных произведений, не о развитии просвещения, а о сумме дохода, полученного с помощью СМИ. Осмеянию подвергались самореклама изданий, терминология, которую употреблял Ф. Булгарин для объяснения своей позиции, неприкрытый цинизм в оценке пристрастий читателя и откровенное заигрывание перед читателем ради материального успеха. Такая информационная политика для литературной России того времени, еще не развращенной жадностью прибыли, считающей себя голосом и совестью общества и утверждающей высокие понятия о назначении писателя и журналиста, конечно, была неприемлемой. Желание во всем угодить читающей публике, даже если ее запросы невысоки, быть, как призывал Ф. Булгарин, ее «слугой», «конюшим» вызывает неприятие, резкое осуждение и критику. Начав с «наклонения до читателя», журнал не должен подстраиваться под вкусы и культурный уровень своих читателей, если он невысок, задача журнала — способствовать духовному и нравственному росту аудитории, развивать ее эстетическое чувство, прививать правильное понимание нравственности и красоты — вот завет русской качественной журналистики этого периода.

Рассуждения о капитале «вещественном» (материальном) и «невещественном» (духовном) выливались в полемику о самой сути журналистики — о ее целях, функциях, нравственной природе.

Виссарион Белинский рассматривал новые экономические отношения в журналистике как вполне закономерное явление, а сам факт оплаты журналистского труда расценивал как фактор повышения профессионального уровня изданий. В статье «Ничто о ничем, или Отчет г. издателю “Телескопа” за последнее полугодие 1835 г. русской литературы» он положительно оценил концепцию журнала «Библиотека для чтения», которую его редактор О. Сенковский выстроил в зависимости от интересов целевой (провинциальной) аудитории. Вместе с тем журналист не мог не осудить попыток редактора использовать журнал в корыстных целях, играя на вкусах непритязательной читающей публики. Именно в этой статье был сформулирован один из заветов великого критика: если вы хотите издавать журнал на пользу своему отечеству, «...старайтесь умножить читателей: это первая и священнейшая наша обязанность». «Не пренебрегайте для этого никакими средствами, кроме предосудительных, — продолжал он, — наклоняйтесь до своих читателей, если они слишком малы ростом, пережевывайте им пищу, если они слишком слабы, узнайте их привычки, их слабости и, соображаясь с ними, действуйте на них...» [1, 103]. При этом он делал существенную оговорку: «...заставьте думать, что вы наклоняетесь, хотя вы стоите и прямо» [Там же]. Как видим, великий критик рассматривает проблему взаимодействия «журнал — читатель» прежде всего с пропагандистской точки зрения: хочешь,

чтобы тебя услышали, — сначала собери как можно большую аудиторию, а уже потом выстрой стратегию воздействия с учетом особенностей адресата. Главной же обязанностью журналистики он считал развитие у читателя чувства «человеческого достоинства», делающего из обычного человека гражданина, способного «сделать из жизни подвиг», принеся «в жертву отечеству и свои личные надежды и свои частные выгоды» [Там же].

Свою точку зрения по поводу того, каким должен быть журнал в России, чтобы соответствовать запросу читающей публики и вместе с тем выполнять свое высокое предназначение, высказал Н. А. Полевой в «Письме издателя к NN», опубликованном в первом номере журнала «Московский телеграф» за 1825 г. С его точки зрения, журнал должен быть зеркалом, отражающим все стороны русской жизни — и мир политический, и мир физический и нравственный. При этом он должен быть журналом для всех, отличаться от научных изданий доходчивой формой, разнообразием статей, возбуждать деятельность в своих читателях. «Я поставил бы в обязанность русскому журналу другой, не менее важный подвиг, — продолжает Н. А. Полевой, — беспристрастный надзор за отечественною литературою. Обличение невежества, похвала уму и познаниям — его дело. <...> Пусть поэты и прозаики наши летают во всех возможных направлениях умозрения и фантазии, — журналист может и должен разбирать и ценить труды их, отделять репейник, быть посредником здравого смысла, чистого вкуса, изящного слова. Пусть заслужит он доверие читателей беспристрастием, правотою суждений — его труд не потерян» [5, 67–68]. Немного позднее Н. А. Полевой обозначит и свое понимание роли журналиста в обществе: «Журналист в своем кругу должен быть *колонновожатым*» [3, 40].

Как видим, позиции журналистов различались в определении целей собственной деятельности. Массовая печать брала на себя задачу «поставлять новость», а более качественная, серьезная журналистика открыто декларировала тенденциозность, идейность («направление»), видя свое главное предназначение в анализе общественных, нравственных явлений, в воздействии на сознание читателя, в управлении общественным мнением.

В процессе полемики по важнейшим вопросам, касающимся функциональных особенностей отечественной журналистики, закладывались основы теории профессиональной деятельности, вырабатывались критерии оценки журналистского труда, формировались представления о том, каким должен быть журнал, чтобы выполнять свое предназначение. В «чернильных войнах» формировались и отношение к факту, и авторская позиция, закладывались принципы отечественной журналистики, ее цели и нравственная основа.

Именно в 1820–1830-х гг. сформировался тип характерного только для России «толстого» журнала энциклопедического характера, рассчитанного на широкий круг читателей, который занимал лидирующие позиции в системе российских СМИ вплоть до последней трети XIX в. Тематическая дифференциация изданий (появляются не только специализированные журналы, но и газеты: «Земледельческая газета», «Литературная газета», «Мануфактурные и горнозаводские

известия» и др.) свидетельствовала о начавшейся специализации в сфере журналистики.

Именно в этот период идет активное формирование ведущих жанров отечественной периодической печати середины XIX в. — научно-популярной статьи, литературного обозрения, фельетона, рецензии, библиографической заметки, жанра «критической биографии» (творческого портрета), совершенствуются приемы так называемого «эзопова языка» — своеобразного средства общения с умным, вдумчивым читателем в условиях политической цензуры.

Все это, несомненно, свидетельствует о том, что журналистика наконец-то стала самостоятельной сферой деятельности, а не частью словесности, как ранее. Она приобрела качественно новые профессиональные черты и стала более доступной для массового читателя, значительно расширив информационное пространство России и подготовив еще более существенные изменения 1840–1860-х гг., которые завершатся в конце века главным итогом: российская журналистика станет частью «литературной промышленности», представленной крупными издательскими концернами, и начнется новый век ее истории — функционирование в условиях качественно новой экономической реальности.

1. *Белинский В. Г.* Ничто о ничем // Отечественная журналистика XVIII–XIX веков : тексты. Екатеринбург, 2001. 400 с.

2. *Есин Б. И.* История русской журналистики XIX века : учебник для студентов вузов по специальности «Журналистика». М., 1989. 240 с.

3. *Есин Б. И.* История русской журналистики XIX века : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика». 2-е изд., испр. и доп. М., 2003. 288 с.

4. *Иванова Л. Д.* История отечественной рекламы : учеб пособие. Екатеринбург, 2008. 213 с.

5. *Полевой Н. А.* Письмо издателя к NN // Отечественная журналистика XVIII–XIX веков : тексты. Екатеринбург, 2001. 400 с.

6. *Сляднева О. В.* Очерки истории российской рекламы : учеб. пособие : в 2 ч. СПб., 2001. Ч. 1. 138 с.

Статья поступила в редакцию 18.05.2016 г.

ЖУРНАЛИСТИКА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

УДК 004.738.5:655.41 + 070.1:316.776.2 + 7.038.6

И. Н. Кемарская

ДРАМАТУРГИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ МЕДИА

Изменения медиасреды вызвали обостренный интерес к драматургии экранных зрелищ. Традиционные подходы, базирующиеся на принципах эстетики модернизма, провозглашающих приоритет уникальности и новизны, оказываются узки для изучения повторяющихся объектов экранной периодики. Оперирование категориями постмодерна дает возможность выявить закономерности и общность приемов использования аудиовизуального языка современных электронных СМК.

К л ю ч е в ы е с л о в а: драматургия; медиакommunikация; постмодерн; сценарий; формат.

Нет ничего более «серийного», чем рисунок на галстукe, и в то же время нет ничего более индивидуализированного, чем сам галстук.

Умберто Эко

Еще в самом начале 1990-х гг. писатель и теоретик медиа Умберто Эко обратил внимание на важность противоречия между эстетикой модернизма и взглядами предшествовавшей ему классической эпохи. Главным позитивным критерием модернизма провозглашалась «новизна», негативным критерием — «повторение». Все, что не являлось признанным новаторством, не признавалось и как художественная ценность. «Модернистская эстетика упустила из виду, что классическая теория искусства — от античности до средневековья — не придавала такого большого значения различию между искусством и ремеслом», — отмечал Эко [14]. Но по канонам модернизма повторное воспроизведение известного мотива выпадало за границы искусства и считалось ремесленничеством.

КЕМАРСКАЯ Ирина Николаевна — кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник Академии медиаиндустрии, г. Москва (e-mail: ink0620@gmail.com ; kemarskaya2012@gmail.com).

© Кемарская И. Н., 2016

Этой установкой на закон исключительно нового видения мира автор объясняет и непреклонную суровость модернистской эстетики по отношению к продукции массмедиа, в частности, принципиальный отказ в признании художественной ценности того, что именуется «телевизионной беллетристикой»: массовых серийных передач, рекламных роликов, разного рода детективов, мелодрам и других конструкторов, в основе которых легко угадывается тиражируемая структура. Коммерчески ориентированные повторяемые продукты считались чуждыми искусству как таковые.

Сменившая модернизм эстетика постмодерна оказалась более снисходительной к принципам серийного воспроизводства. Подобно классике, она «санкционировала цитатность, заимствование фрагментов текста и отдельных образов, следование общепринятым моделям, которые, правда, иронически зачастую обыгрываются» [10, 37]. «Новая эстетика серийности» (по выражению У. Эко) [14] признавала наслаждение не от провокационной принципиальной новизны произведения, а от узнавания полюбившегося формального принципа, который каждый раз изобретательно обыгрывается заново. «Повторительное искусство» оказалось в некотором роде тождественным классическому, до-модернистскому подходу к художественному творчеству в своем отказе от бесцельного производства все новых оригинальных феноменов и санкционировании вариативных операций с уже существующими знаковыми кодами.

На подходах к формату

Согласно текущей статистике канала YouTube, по состоянию на март 2015 г. общая продолжительность просмотра всего снятого контента составляет уже больше 70 млн часов [11]. Цифры прироста аудиовизуальной продукции увеличиваются ежедневно, и это означает, что варианты выбора зрелищ для просмотра потенциальной аудиторией практически безграничны. Но сама аудитория не безгранична. При таком колоссальном массиве данных (а по сути дела — при таких масштабах помех) жизненно важной становится проблема донесения экранного послания от его создателей до реципиентов, т. е. выбор эффективной коммуникационной стратегии, одним из инструментов реализации которой оказывается драматургия экранного зрелища.

Здесь необходимо сделать важную оговорку, связанную с особенностями уже упоминавшегося конфликта эстетик модернизма и постмодерна применительно к нашей стране. Для отечественной практики исследования экранных зрелищ характерно оперирование принципами кинодраматургии, ориентированной на создание оригинальных, новых, штучных, единичных произведений (фильмов), т. е. модернистская установка. Кстати, нечто подобное, например, ориентирование на авангардный артхаус в противовес стандартизированным креативным процедурам, исследователи отмечают в целом как характерную черту для многих областей национальной культурной деятельности: «...Из поколения в поколение в России складывалась склонность к отрицанию стандартов, к поиску нетипичных решений. Это стало неформальным институтом, то есть поведенческой характеристикой

большинства россиян» [2]. Драматургия же собственно периодики электронных медиа — относительно молодой области, за которой явно стоят традиции и практики эпохи постмодерна, — не укладывается в модернистские рамки и нуждается в методологических подходах, характерных для «повторительного искусства».

Само понятие «телевизионная драматургия» в советские времена применялось в основном к одному жанру — к телеспектаклям и разного рода телевизионным экранизациям прозы и пьес. Это направление (оно иногда так и называлось: «телевизионная драма») воспринималось общественным сознанием как несомненно менее ценное по сравнению с драмой собственно театральной. На определенном этапе развития телевидения такое отношение, в частности, к телеспектаклям, бытовало и за рубежом. По свидетельству современников, в Великобритании начала 1970-х гг. «абсолютное большинство спектаклей после премьеры стирается с дорогой видеопленки для ее повторного использования» [12, 244]. (Схожая картина наблюдалась автором лично на российском центральном телевидении первой половины 1990-х гг.) Причины такого небрежения были обусловлены не только дефицитом дорогих кассет, они лежали глубже, в частности — в неверии корифеев сцены в серьезность работ для малого экрана, которому приписывали роль не слишком удачного популяризатора серьезных достижений театрального искусства.

Сохранилось интересное свидетельство восприятия современной ему теледраматургии, оставленное Г. А. Товстоноговым, театральным и по совместительству, вынужденно, — телевизионным режиссером, чьи спектакли снимались на пленку и репортажно, и постановочно. По его убеждению, простая репортажная съемка спектаклей (он называл ее «пассивная малохудожественная фиксация») помещает телезрителя в «110-й ряд партера», откуда невозможно разглядеть ни одного нюанса игры. Съемка же спектакля специально для ТВ ставит непривычные задачи, требует иных мизансцен: «...Простой поворот головы персонажа, показанный крупным планом на телевизионном экране, может превратиться в акт, существенно меняющий смысл всего происходящего...» И далее: «...Думается, принцип крупного плана останется всегда самым характерным для телевидения. Не надо только эти слова понимать буквально. “Крупный план” — скорее ключ, общая направленность. “Крупный план” в этом смысле — данность драматургии, диктующая свое постановочное решение» [4, 11].

В обобщенных формулировках («ключ», «постановочное решение») заложены драматургические подходы именно к телевизионному показу спектакля, на основе принципов, не похожих на те, с которыми режиссер привык иметь дело в театральном зале. Товстоногов говорит об особых формах подачи сценического материала, которые в обязательном порядке тиражируются в случае переноса на экран театрального спектакля. Уже в наше время такие наборы устойчивых приемов, характерных для определенного типа телевизионных зрелищ, будут обозначаться термином *формат*.

Полемические дискуссии, отрицающие или признающие содержание данного термина, проходили в середине и во второй половине 2000-х гг. [8]. Их результатом стала неполная, но все же легализация понятия «формат», перевод данного

термина из разряда «рабочих», имевших профессиональное хождение в среде производителей телевизионной продукции, в разряд, по крайней мере, околонаучных.

Несмотря на присущую ему многозначность и значительную широту употребления, применительно к СМИ установление термина «формат» стало естественной реакцией на поиски новой системы профессиональных координат согласно эстетике постмодерна. В частности, отмежевание от термина «жанр», с которым понятие «формат» имеет лишь частичную общность. Своим существованием оно зафиксировало стремление профессионального сообщества к упорядочиванию уже найденного, того, что Товстоногов называл «обобщенными формулировками». Формат лежит в основе пролонгированного многовариантного тиражирования изначально уникальных художественных находок.

Не стоит думать, что о формате ничего не знали раньше, до начала активного использования термина. Еще в 1981 г. искусствовед и телекритик Ю. Богомолов в статье «Эстетические основания телевизионной репродукции» писал о парадоксе тиражирования штучных произведений. Он подчеркивал, что речь идет не о бесконечных копиях с единого образца, не о клише как таковом, а о дубликатах, неповторимых и одновременно много раз повторенных, стремящихся «извлечь из оригинала *нечто общее, клишированное* (курсив мой. — И. К.)» [12, 126]. Под «общим, клишированным» подразумевается драматургическая структура аудиовизуального зрелища.

Драматургическую структуру любой телепрограммы можно выявить путем последовательной редукции содержания ее отдельных выпусков. То есть убирая их конкретное информационное наполнение, мы обнаружим повторяющиеся «клишированные» элементы, характерные для данной программы драматургические приемы, повторяемые из выпуска в выпуск и находящиеся между собой в непростой и нелинейной сцепке. В основе формата лежит свод правил, регулирующий коммуникативный процесс. Вот как сформулировал это культуролог и медиаисследователь И. Околков-Ценципер: «Если мы, создавая и осуществляя коммуникацию, заинтересованы в ее эффективности, то возникновение понятия “формат” почти неизбежно. Мы строим коммуникацию по правилам, заранее известным нашему потребителю — зрителю, читателю, пользователю, — или согласовываем их с ним» [8].

Таким образом, причина, вызвавшая появление формата, вроде бы лежит на поверхности: целью всех ухищрений, в том числе создания форматных драматургических конструкций, является необходимость захватывать и удерживать внимание телевизионного зрителя на протяжении всего выпуска программы и обеспечить его повторный возврат к ней. Но этот посыл, сегодня выглядящий банально, долгие годы не был столь очевиден. В советскую эпоху привлечение и удержание зрителей не только не рассматривалось как стратегическая задача, но и всячески порицалось.

Более того, стремление заинтересовывать зрителей в массовом порядке ставилось в вину буржуазным телеведущим. В аудиторно-ориентированном подходе видели отказ от просветительской миссии ТВ, коммерчески спекулятивную бездуховную политику: «Демагогический лозунг “публика — властительница”

не способен никого ввести в обман. По признанию американской же печати, телевидение деградирует, оказывая пагубное влияние на общество, рождая наряду с иными отрицательными последствиями, пассивность зрителя — величайшее зло нашего времени. Главная задача — пробуждать высокие вкусы и интересы — полностью остается в стороне, всячески игнорируется» [3, 149].

Исследователи были по-своему правы: в описываемый ими период можно было не стремиться привлекать публику. Зритель присутствовал у «голубого» экрана вне зависимости от того, что думали о его нуждах создатели программ. Новизна самого факта обладания телеприемником, ограниченность числа каналов, отсутствие альтернативных форм структурирования свободного времени принимались за объективно присущее телевидению свойство постоянного наличия зрительского интереса. Стабильность и единство телеаудитории этот факт подтверждали.

Любопытное свидетельство массовости охвата и повышенной «всеядности» зрителей тех лет было оставлено отечественным теоретиком и медийным социологом В. М. Вильчеком. Анализируя результаты проведенных в 1970-х гг. социологических исследований, он отметил явный парадокс телесмотрения: если кинозрители (посетители кинотеатров) наглядно демонстрировали разницу во вкусах и пристрастиях, разделяясь на четко разграничиваемые аудиторные группы, то телевизионная аудитория проявляла странное, неразделимое единство. Люди, предпочитавшие Тарковского, или комедии, или вообще индийское мелодраматическое кино, включая телевизор, превращались в общность, «поразительно слабо, неявно дифференцированную по отношению к репертуару» [12, 211]. Другими словами, даже полярно различные по социально-демографическим и другим характеристикам зрительские группы с готовностью смотрели одно и то же.

«Пассивность» аудитории, «всеядность» аудитории — объясняя эти, подмеченные полвека назад черты поведения телезрителей, В. М. Вильчек делал вывод о том, что различия во вкусах и интересах у зрителей существовали, но реализовались они не на «поведенческом», а на психологическом уровне. То есть смотрели все одно и то же, а воспринимали и понимали увиденное по-разному. Возможно, в этой многоканальности и универсальности восприятия телезрелища крылись истоки массовости ТВ-потребления во второй половине XX в.

Но может быть и другое. Можно допустить, что зрители «считывали» с экранов телевизоров нечто иное, отличающееся от информации, традиционно получаемой ими в залах кинотеатров, где каждый конкретный жанр собирал своих адептов. Телезрелище давало пищу другим эмоциям, не оригинальным, но предвкушаемым, повторяющимся, и зрителей привлекала возможность снова и снова испытать полюбившееся состояние, независимо от конкретики происходящего на экране. Пережить «нечто общее, клишированное», узнаваемое — и в каждом выпуске новое одновременно. Умберто Эко полагал, что телезрителей интересует не изменчивый сюжет программы, а константа «нарративной интриги», подчинение ее их собственным прогностическим установкам. То есть аудитория извлекает наслаждение не из перипетий стремящейся к финалу истории, а из «отсутствия истории», из концентрации на ожидаемом мгновении «неудавшегося катарсиса»,

причем неудача в отдельном выпуске гарантирует, что все повторится, потому что история завершена не до конца [14].

Телевизионный сценарий как система форматного письма

Здесь логичным кажется затронуть тему эквифинальности, завершенности (или — незавершенности) экранных событий разного уровня. Термин «эквифинальность» в его не структуральном, а медийном понимании, как обозначение внутренней цельности и завершенности сообщения, введен в оборот сценаристом и культурологом В. П. Деминым [7, 7]. Важность понятия эквифинальности для экранного зрелища первыми почувствовали телевизионные продюсеры. Именно наступление продюсерской эпохи, переход на коммерческую модель телевидения предопределили кардинальную смену организационных и технологических установок на российском телевидении. Бытовавшая десятилетия традиционная режиссерская (модернистская) парадигма создания уникального экранного продукта сменилась на продюсерскую (постмодернистскую) модель. Установка на обязательную новизну, новаторство и, как следствие, — завершенность произведения, максимальную исчерпанность темы оказалась заменена ставкой на незавершенность и возвраты к повторяющемуся сценарию экранного действия.

Опуская все сопутствовавшие такому переходу организационные, эстетические, моральные и технико-технологические перемены в создании экранных зрелищ, следует заметить, что именно наступление продюсерской эпохи на телевидении вывело сценарную составляющую программ из тени, придало ей «видимость», статус значимого творческо-производственного этапа. Период единения и всеядности публики закончился, на смену ему пришли растущая нишевизация, конкуренция между каналами, сетями и рекреационными индустриями, следствием чего стало уменьшение телеаудитории и обострение борьбы за внимание зрителя. Производители зрелищ вынужденно стали уделять повышенное внимание моделированию не столько содержания выпусков, сколько зрительского поведения перед экраном, что и вывело телевизионную сценаристику из латентного состояния.

Практика лицензирования, покупки, продажи, передачи во франшизу форматных сценариев телевизионной периодики всех видов способствовала выявлению и закреплению по прецедентным признакам канонов именно телевизионной драматургии, отличных от драматургии кино или театра: «...Рассеянность внимания телезрителя — не считая других факторов — заставила разработать специфические приемы удержания зрителя у экрана, которые и составили основу принципов телевизионной драматургии» [1, 16].

Принципиальная незавершенность телепрограммы, открыто провозглашаемая обещаниями продолжения в каждом отдельном ее выпуске, не противоречила эквифинальности самого выпуска, а также каждой отдельной его части или блока. Эстетика постмодерна не требовала маскировать связи между частями программы, эпизоды разной эмоциональной окраски (откровенно смешные и драматичные) ставились рядом, обеспечивая перепады зрительского настроения,

заняв место классических перипетий — переходов «от несчастья к счастью или от счастья к несчастью» (по Аристотелю).

Зритель у домашнего экрана получил большую свободу участия в акте коммуникации по сравнению со зрителем в кинозале (хоть это было, конечно, еще далеко от свободы мультимедийного пользователя). Появление пульта дистанционного управления дало в руки зрителю власть прервать процесс телезрительского просмотра в любой момент, не затрачивая на это действие практически никаких физических усилий. По своей воле он мог прервать просмотр, а потом вернуться или не вернуться к нему.

Предметом договоренности производителей зрелища с потребителем их продукции становился формат зрелища, заложенная внутрь программы повторяющаяся устойчивая матрица, определяющая жанр, стиль, аудиторную ориентированность и драматургический костяк, облакаемый в каждом выпуске плотью нового штучного содержания.

В практике российского телевидения драматургия форматов развивалась двумя путями: естественного отбора и искусственного принуждения. Путь естественного отбора наметился еще в советское время, когда в ходе производства некоторых программ выявлялись (зачастую случайно) эффективные механизмы управления зрительским вниманием. Эти наработки послужили моделью для повторения, хотя значение их было осознано, повторим, не сразу даже самими создателями зрелищ.

Как писал В. Я. Ворошилов, создатель и режиссер телевизионной программы-игры «Что? Где? Когда?», для критики и для общественного мнения эти находки «вроде бы и не существовали вовсе». Все эти кем-то талантливо придуманные драматургические элементы воспринимались как случайные, «стихийные». По свидетельству соавтора программы Н. Стеценко, в данной передаче таким псевдостихийным движком развития действия была Минута Обсуждения — придуманный Ворошиловым вместе с психологом В. Зарецким «способ перенесения на экран процесса рождения мысли» [6]. Минута — это условное экранное время. В ходе существования программы реальную минуту то растягивали, то сжимали до опасного и рискованного блица, а в какой-то момент вообще вырезали на монтаже, — и игра потеряла силу. Элемент вернули и стали повторять, как и множество других эпизодов, ставших стереотипами. Минута размышления оказалась ключевым элементом формата, коммуникативным приемом, рычагом эффективного управления зрительским вниманием.

«Иной раз мне кажется, что работа режиссера овеществляется, материализуется не на пленке, не на сценической площадке, не в монтажной, а в голове, в сознании зрителя, некоего гипотетического потребителя искусства. Прямо-таки физически его ощущаешь: вот сейчас он улыбнулся, сейчас заскучал, подумал что “так и я могу”, а сейчас разозлился, начал вслух возмущаться... Этот зритель предстает то в виде друга и соратника в твоей работе, то в качестве соперника, судьи, даже врага. Одно ясно: как только я перестаю его ощущать — работа останавливается», — так Ворошилов описывал процесс становления формата передачи, просуществовавшей в эфире двадцать четыре года [5, 23].

Сценарий форматного телешоу прописывался как пусковой механизм включения и регулирования зрительских реакций: от захвата внимания аудитории, через его удержание, развитие — к выдаче финального удовольствия, с обещанием продолжения и повтора полученных эмоций на новом материале.

Формат, подобно воинскому уставу, канонизировал правила игры, принятые и понятные обеим сторонам: и авторам, и зрителям. Задача создателей шоу сводилась к тому, чтобы в ключевых моментах не отступать от сложившегося форматного сценарного канона, обеспечивавшего зрителю искомое переживание. И при этом во множестве мелочей зритель желал быть обманутым. Он снова и снова был готов получать узнаваемые эмоции, но с изменениями, не в виде прямых повторов. Форматные конструкции обеспечивали повтор зрелища, но — каждый раз чуть по-иному. С одной стороны, формат характеризовался типизацией приемов, с другой — вариативностью их использования, намеренным обманом зрительских ожиданий, ведущими не к разочарованию (типа: «Это я уже видел!..»), а к удивлению («Надо же, такого еще у них не было!»). Отсюда — использование драматургических модулей с открытыми финалами, разного рода аттракционов в режиме реалити, приема «тотализатора» для зрителей, «тайного» пари, выигрыш или проигрыш в котором человеку у экрана становился ясен только в конце зрелища.

Искусственное внедрение форматов происходило в ходе русификаций зарубежной телевизионной продукции, приобретаемой для российского зрителя. Этот процесс, активно развернувшийся на рубеже 2000-х гг., заслуживает отдельного пристального изучения, не входящего в задачи данной статьи. Можно только отметить тот факт, что процессы глобализации и культурной унификации наглядно повлияли и на драматургические конструкции форматов, которые превратились в продаваемые в разные страны франшизы, рассчитанные на их вариативное воспроизведение на разных национальных почвах. Как пример концерна, производящего телевизионную форматную продукцию, рассчитанную на общемировую коммерческую реализацию, можно назвать голландскую компанию «Эндемол» (Endemol Entertainment Holding NV), по лицензиям которой производились такие известные телепрограммы, как «Большой брат» (ТНТ), «Фабрика звезд» (Первый канал), «Жестокие игры» (РТР) и др.

Форматы мультимедиа

Форматный подход, зарекомендовавший себя как эффективное коммуникативное решение, обрел новое прочтение при переходе зрелищ на мультимедийные платформы. К середине двухтысячных необходимость пересмотреть систему драматургических приемов в подаче информации ощутили многие производители видеоконтента. Сотрудники крупных новостных агентств первыми рискнули опробовать на практике применение стандартизированных медиаконструкций, называемых «инфомолекулами». В российский обиход термин «информационные молекулы» (инфомолекулы) был введен Н. Лосевой [9, 71] для обозначения отдельных структурных элементов, облегчавших поточное производство ежедневной инфопродукции. Речь шла о системе компоновки («упаковки»)

мультимедийного пакета для размещения единой истории на разных вещательных платформах.

Система «инфомолекул» упрощала перекомпоновку информации, давая возможность агентствам перейти от простого сбора (агрегации) новостей к созданию более сложных конструкций, рассчитанных на другие образцы пользовательского поведения. Агентства становились фабриками по производству информационного контента разного уровня, тиражируемого для различных платформ, а не просто поставщиками «сырой» исходной информации. На практике «инфомолекулы» представляли собой универсально сконструированные и гибко трансформирующиеся сообщения.

Конечно, химический термин «молекула» применительно к информации используется в переносном смысле. Но это наглядная метафора, дающая представление о процессах создания вариативного контента с помощью четко ранжированных смысловых блоков. Основу «инфомолекул» составляют относительно простые элементы — «инфоатомы»: фотографии, аудио- и видеозаписи, фрагменты компьютерной графики, печатные тексты и т. д. Их собирают по принципу «информационного конструктора» в смысловые блоки, затем усложняют, объединяя в мультимедийные истории, открытые для изменений и наращивания в очень широких пределах.

В отличие от традиционных СМИ, «инфомолекулярные» сообщения могут быть развернуты на любой коммуникационной платформе и в той конфигурации, которую запросит потребитель. Можно сказать, что связи частей внутри «инфомолекулы» подвижны. Сообщения относительно легко подстраиваются под смену целевой аудитории, меняют смысловые акценты, а также кастомизируются, т. е. адаптируются к особенностям трансляции на разных платформах. Они могут дополняться как профессионально подготовленными материалами, так и сообщениями самих пользователей (так называемым UGC-контентом — users generated content).

Для экранной драматургии теория «инфомолекул» интересна тем, что она открыто трактует информационное сообщение в целом как единый гипертекст, в семиотическом понимании этого слова. Получая гипертекст в качестве послания, человек у экрана (уже не зритель, а пользователь) использует для его расшифровки сразу несколько систем коммуникационных кодов: он считывает текстовую информацию, видит то, что ему передается с помощью статичных и движущихся картинок, слышит аудиоподкасты. То есть для «упаковки» сообщения авторы задействуют все доступные каналы аудиторного восприятия, все стратегии передачи контента.

Казалось бы, такая упорядоченная система выполняет роль идеального формата, идеального инфопослания. Но — до определенного предела. Простые «инфомолекулы» воспринимаются получателем на финальном этапе достаточно адекватно, а с нарастанием сложности послания нарастает и сдвиг в декодировании, снижается точность донесения смыслов до аудитории.

Одна из причин проблем гипертекстовой коммуникации видится в том, что в мультимедийном измерении размывается традиционная жанровая и форматная

классификация [9, 129]. То есть теряет силу та самая, существующая в немультимедийных средах система договоренностей авторов с конечной аудиторией о коммуникации «по правилам, заранее известным потребителю».

Вместо привычного драматургически сконструированного маршрута, рассчитанного на линейное продвижение по зрелищу, потребитель мультимедиа получает многослойную нелинейную конструкцию так называемого ризомного типа, бесконтрольно разрастающуюся в разных направлениях. По мере углубления в клубок гипертекста читатель-зритель переходит с одного информационного уровня на другой, организуя внутреннюю навигацию по сообщению на свой вкус и лад. Возможно, что, отпуская его в такое «свободное плавание», авторы полагают основной потребностью аудитории — получение информации, что именно с этой целью потенциальный потребитель будет двигаться внутри всего многообразия данных.

Но вспомним постулат Умберто Эко о концентрации экранного зрителя на мгновении, на моментальном удовольствии. Начав с вербальной новостной заметки, входящей в состав «инфомолекулы», читатель-зритель переключается на сулящий больше эмоций просмотр фото- или видеоиллюстраций, потом на гиперссылку к второстепенным, неключевым деталям, потом — на биографию «звезды». Количество возможных отвлечений на разного рода дополнительные соблазны бесконечно.

Привычная топологическая конфигурация элементов, характерная для традиционных медиа (жесткая патерналистская структурная сценарная составляющая), в гипертексте малоосуществима. А следовательно, затрудняется создание самого сообщения, его упаковка. Каждый «атом» «инфомолекулы» становится в определенной степени иллюстрацией к соседнему «атому». В итоге привычная структурированность медиасообщения исчезает, его векторная составляющая, нацеленная на вызов определенных эмоциональных реакций аудитории, теряется. Соответственно, драматургические приемы, прогнозирующие подобные реакции, выглядят чужеродными в мультимедийной среде.

* * *

Один из водоразделов между естественными и гуманитарными науками проходит по линии доказательности идей. По мысли лингвиста Р. М. Фрумкиной, доказательные рассуждения возможны лишь в точных науках, а гуманитариям следует ориентироваться на «*правдоподобные* (в терминологическом смысле слова) рассуждения» [13, 184]. Причем эта правдоподобность оказывается разной для разных отраслей знания и в обязательном порядке учитывает специфику отрасли.

Правдоподобие рассуждений в области исследования телевидения менялось многократно со сменой исторических эпох, технологических революций и даже поколений исследователей. Читая сейчас труды ученых советского периода, заложивших основы и подходы к пониманию телевидения как феномена (применительно к его отечественным формам, самобытным и во многом отличавшимся от мировых трендов), обращаешь внимание на множественность взглядов, каждый из которых обладал своим уровнем правдоподобия, по-разному фиксируя этапы осознания телевидения как явления, его становления и развития.

Определяющим фактором нашего времени являются кардинальные изменения оценок, испытывающих влияние постмодернистских установок и, соответственно, иное ощущение правдоподобия. Оно не обесценивает все, сделанное до нас в области создания экранных зрелищ, но дает иной угол зрения, в частности, на экранную драматургию как таковую.

1. *Акопов А. З.* Телесериал начала XXI века в контексте традиций отечественной кинодраматургии : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. М., 2011.
2. *Аузан А. А., Архангельский А. Н., Лушгин П. С., Найшуль В. А.* Культурные факторы модернизации : доклад / Фонд «Стратегия 2020». М. ; СПб., 2011 [Электронный ресурс]. URL: http://www.intelros.ru/pdf/kulturnye_faktory_modernizacii.pdf (дата обращения: 19.02.2016).
3. *Багиров Э., Кацев И.* Телевидение XX век. Политика. Искусство. Мораль. М., 1968.
4. Билет в 10-й ряд: Беседа с Г. А. Товстоноговым // Телевидение и радиовещание. 1974. № 5.
5. *Ворошилов В. Я.* Феномен игры. М., 1982.
6. Вспоминая Ворошилова // Телехранитель. 2010. 19 окт. : [сайт «Эхо Москвы»]. URL: <http://echo.msk.ru/programs/tv/734428-echo/> (дата обращения: 10.03.2016).
7. *Демин В.* Достижения и надежды: многосерийный телефильм. Истоки, практика, перспективы. М., 1976.
8. Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ. Методический семинар // Медиаскоп : [электрон. журн.]. М., 2009. URL: <http://www.mediascope.ru/node/416> (дата обращения: 01.03.2016).
9. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. М., 2010.
10. *Михалкович В. И.* Очерк теории телевидения. М., 1996.
11. Статистика канала YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://www.youtube.com/yt/press/ru/statistics.html> (дата обращения: 10.03.2016).
12. Телевидение вчера, сегодня, завтра / сост. Э. Ефимов. М., 1981. Вып. 1.
13. *Фрумкина Р.* Внутри истории : эссе, статьи, мемуарные очерки. М., 2002.
14. *Эко У.* Инновация и повторение: Между эстетикой модерна и постмодерна [Электронный ресурс]. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Inn_Povt.php (дата обращения: 10.03.2016).

Статья поступила в редакцию 17.03.2016 г.

УДК 070.1:316.776.2 + 94.(470)“1941/1945”

Е. В. Горина
К. П. Кузнецова

КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ В МЕДИАДИСКУРСЕ

В статье характеризуется один из видов неклассической войны — психоисторическая война. Основное ее средство — стратегия дискредитации, цель — разрушение исторической памяти народа. Показаны приемы, при помощи которых совершается искажение исторической информации и ведется борьба с позитивными представлениями о Великой Отечественной войне.

К л ю ч е в ы е с л о в а: стратегия дискредитации; психоисторическая война; коммуникативная тактика; ход; языковой маркер.

Великую победу над фашистской Германией в современном мире воспринимают по-разному. Одни считают ее судьбоносным для всего человечества событием:

Победа в Великой Отечественной войне 1941 — 1945 годов — это великий и священный праздник для народов государств-участников Содружества Независимых Государств, которые внесли решающий вклад в достижение Победы и спасение народов Европы и мира от нацизма. Ее наследие является мощным духовно-нравственным ресурсом для современного развития наших стран и обществ. Сохранение памяти о Великой Отечественной войне, об общей Победе и жесткое противостояние попыткам ревизовать ее итоги в высшей степени приоритетно для народов стран СНГ [6].

Другие стремятся уменьшить значимость победы в Великой Отечественной войне, стереть ее со страниц всемирной истории, что пыталась сделать, например, Парламентская ассамблея Совета Европы:

...в документе о «Воссоединении разделенной Европы» фашизм и сталинизм, по сути, были приравнены и осуждены как тоталитарные режимы. Эта резолюция позволит бывшим странам СССР на законных основаниях требовать от России возмещения ущерба за оккупацию... [3].

Все чаще в современных текстах встречаются попытки произвести подмену исторической памяти, трактовать исторические события в зависимости от конкретной государственной политики. Вот что об этом пишет информационно-аналитический портал «Хвиля»:

ГОРИНА Евгения Владимировна — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: Gorina9@yandex.ru).

КУЗНЕЦОВА Ксения Павловна — студентка 3-го курса департамента «Факультет журналистики» Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: kuznecova.mail@gmail.com).

© Горина Е. В., Кузнецова К. П., 2016

Уважаемые россияне! Когда весь мир 8-го мая 2015 года вспоминает **об окончании европейской части Второй мировой войны** (Victory in Europe Day) 70 лет назад, вы 9-го мая 2015 года празднуете день 70-летия Победы в Великой Отечественной войне. Хотелось бы спросить — **чем именно вы гордитесь? Гордость** за Победу 70 лет назад вообще **подозрительна**, потому что столь длительное время должно было дать **много других поводов для гордости**, чтобы точно так же возводить их в ранг символов и ориентиров государственной политики. Однако нынешняя **российская пропаганда** именно эту Победу возвела во всенародный культ и именно эту Победу **использует для милитаризации общественного сознания России, стимулируя** его агрессию и направляя **ненависть** против Запада и против Украины, в последнее время все больше ориентирующейся на Запад [8].

Из приведенной цитаты видно, что празднование победы в Великой Отечественной войне характеризуется как чисто русское явление, на него навешивается ярлык «российская пропаганда». Автор делает акцент на геополитическую составляющую «*об окончании европейской части Второй мировой войны*». Читатель должен прийти к выводу, что победа России (преемницы СССР) сегодня вызывает сомнение, которое формулируется в статье через риторический вопрос: *Чем именно вы гордитесь?*, через оценочную лексику: *подозрительна, гордость, агрессия, ненависть*. Мы видим, что автор занимает крайнюю позицию: для России важна не память, а новая цель для использования победы (*для милитаризации общественного сознания России*).

Посредством ряда манипуляций разрушается привычное для множества россиян представление о Великой Победе. Современные политологи, социологи, историки, публицисты (Збигнев Бжезинский, Ричард Пайпс, Андрей Глюксман и Бернар-Анри Леви и др.) открыто говорят о том, что Запад боролся не против фашизма или коммунизма, он боролся против России, как бы она ни называлась. Выходит, русские вообще должны были перестать существовать? Такие вопросы задаются во время психоисторической войны. Известный русский историк, публицист Андрей Ильич Фурсов изучает данное направление войны. Его определение психоисторической войны дается в энциклопедии «Великая Отечественная война 1941–1945 годов», подготовленной Министерством обороны РФ. Так, по мнению А. И. Фурсова, мы наблюдаем сейчас психоисторическую войну, которая должна «разрушить организацию психосферы противника, посадив его на ложный информационный поток, внедрив свои концепции его самости в пространстве и, главное, во времени, лишив его собственных смыслов и ценностей и навязав чуждые — разрушительные и парализующие волю к борьбе» [1, 704–705]. Таким образом, полем битвы становится история, сознание личности и общества: «...война из физического пространства переносится в историческое пространство» [Там же].

В рамках данной статьи мы бы хотели продемонстрировать используемые в СМИ приемы, с помощью которых трансформируется отношение к победе СССР (России) в Великой Отечественной войне. Анализ текстов показывает, что наиболее эффективным средством ведения психоисторической войны становится стратегия дискредитации. Мы рассмотрим четыре вида коммуникативных

тактик, способствующих искажению исторической информации и борьбе с памятью о Великой Отечественной войне: смещение акцента, обобщение, обвинение, компрометация.

СМИ пытаются уничтожить целостность исторической памяти, стереть, вытеснить феномен Второй мировой войны. Моделируется мнение, что старое поколение хочет забыть то, что причинило ему боль, а молодое поколение в силу своей инфантильности не пытается выяснять и обдумывать исторические детали. Так, доктор наук И. Овальд из Германии объясняет «отсутствие» исторической памяти у немцев тем, что тема войны в Германии намеренно обходилась стороной. *О войне у нас, — отмечает И. Овальд, — говорили очень мало. Вообще в школе так преподавали, что в 1933 году все закончилось. В школе я ничего не слышала о войне* [11].

В СМИ мы находим подтверждение желания забыть о Великой Отечественной войне. Например, польская газета «Rzeczpospolita» пишет:

Насколько Центральная **Европа хотела бы** как можно скорее **забыть об этой «победе»**, настолько **Россия** совершенно наоборот **делает все, чтобы эта «победа»** осталась как можно дольше **фундаментом ее политики**. И здесь речь идет **не только о почтении** кровавых военных сражений или о разгроме фашизма, но прежде всего **об актуальной геополитике**. До тех пор пока Запад будет принимать советскую победу, современная **Россия сможет предъявлять претензии на право спасения остатков установленного тогда ялтинского миропорядка** [7].

В текстах подобного рода используется **коммуникативная тактика переноса, смещения акцента**. Нравственное значение победы для русского народа подменяется геополитическими завоеваниями, языковые маркеры это подчеркивают: *«Европа хотела бы забыть об этой “победе”», чтобы лишить Россию ее политического фундамента», «победа — это “претензия” на ялтинский миропорядок»,* который получила «советская» Россия, а сейчас хочет сохранить другая, не относящаяся к ней — «современная». Амбивалентность «советской» и «современной» России не случайна: происходит смысловая подмена, для молодого читателя оказывается очевидным вывод, что победа в Великой Отечественной войне — это не достояние России, которая есть сейчас; старая победа вообще не имеет отношения к сегодняшней России, а если имеет, то носит специфический, милитаризованный, геополитический характер. Мысль о «старости», неактуальности победы подчеркивается намеренным закавычиванием слова «победа».

Важно отметить, что тактика переноса используется и при смещении акцента со значимости победы для России и всей Европы на оценку лидеров, организовавших войну. Сама победа нивелируется, акцент делается на ее бесчеловечности, несовременности, на агрессивных, негативных чертах лидеров СССР, одержавших победу, на преступлениях, связанных с конкретными политиками. Вот слова доктора наук Хейнца Харбаха из Билефельдского университета:

Но что значит — победа? Что русские вступили в Берлин? Но что это означает в наше время? Это значило что-то во времена Фридриха Великого. Или во времена

Цезаря. В наше время не может идти речи о победе, когда убивают миллионы людей! А кто побеждает?.. Сталин — это не государство, он — преступник! Преступник, организовавший массовые убийства вместе с этими купленными генералами, которые преследовали свои личные интересы, убивая русскую молодежь! [11].

Данная цитата показывает, как актуализируется концепт «преступление»: СССР убивал миллионы людей, СССР — это «кровавый сталинский режим», следовательно, победу, доставшуюся ценой убийства миллионов, нужно забыть. В текст вводятся языковые конструкции, которые носят агрессивный характер и оказывают воздействие на общественное мнение (*купленные генералы, массовые убийства, Сталин-преступник, убийство молодежи*). Переключение внимания с победы на лидеров усиливается риторическими вопросами и высказываниями, гиперболизированными до абсурдности: победа что-то значила только во времена Фридриха Великого или во времена Цезаря, но не теперь. Вытягивание временного горизонта в прошлое, сравнение с временами Цезаря и Фридриха Великого еще больше нивелируют значимость победы.

В стратегии дискредитации актуальной является **тактика обобщения**. Например, утверждается, что в войне Германии и СССР одинаково виноваты «два диктатора» — А. Гитлер и И. В. Сталин, постулируется, что «не было Великой Отечественной», «воевали нацисты и коммунисты», подталкиваемые вождями. Анализ текстов показывает, что в настоящее время в Евросоюзе все активнее пытаются поставить знак равенства между Гитлером и Сталиным, между фашизмом и коммунизмом, чтобы уравнять ответственность СССР и Германии за развязывание войны или даже объявить СССР главным виновником. Так, депутаты Европарламента приняли декларацию, чтобы отмечать «Европейский день памяти жертв сталинизма и нацизма» 23 августа, когда был заключен пакт Молотова — Риббентропа. Одной из таких стран является Эстония. В Эстонии на сайте посольства США был опубликован материал следующего содержания:

В этот день, более семидесяти лет назад, **нацистская Германия и Советский Союз предприняли шаги, которые поставили Европу и весь мир на путь неминуемой войны**. Подписав Договор о ненападении между Германией и Советским Союзом, более известный под нелестным названием «Пакт Молотова — Риббентропа», **два тоталитарных режима** также составили секретные дополнительные протоколы к Пакту, которые **разделили Европу** на соответствующие сферы влияния [10].

Из приведенного примера видно, что автор уравнивает понятия «нацизм» и «коммунизм», обобщает их негативно-оценочным определением «два тоталитарных режима».

Кроме того, популярной тактикой в стратегии дискредитации образа победы СССР в Великой Отечественной войне является **тактика обвинения**. Чешское издание «Русское слово» пишет:

Действия СССР в 1939—1941 годах были далеко не случайными. Советская **Россия готовилась к войне** в Европе с конца 1920-х годов. К этому времени в Кремле убедились, что прежняя **стратегия развязывания коммунистических революций**

провалилась. Курс был взят на создание **мощной армии**, способной **завоевать Европу**, а затем **водрузить гигантское красное знамя над всем земным шаром**. К середине следующего десятилетия в СССР были построены гигантские танковые, авиационные и другие военные **предприятия, спроектированные западными, главным образом, американскими инженерами и архитекторами**. Они были оснащены самым **передовым** по тогдашнему времени **оборудованием, купленным в США и Европе**. Для того чтобы расплатиться за это, тогдашние **властители Советского Союза ограбили, уморили голодом и выслали в Сибирь миллионы крестьян**. Бежавшие от **ужасов** коллективизации деревенские **жители практически бесплатно трудились** на постройке военных заводов, а затем **работали** на них. Оставшиеся в деревне были согнаны в колхозы. **Светлое будущее**, обещанное народу большевиками, оказалось новым **рабовладельческим строем**. Но Сталин и его генералы получили тысячи танков, самолетов, артиллерийских орудий. Однако воевать со всей Европой было слишком рискованно. Стратегия Сталина была нацелена на **разжигание войны между ведущими европейскими государствами** — Германией, Францией и Великобританией с тем, чтобы, когда они исчерпают силы в схватке друг с другом, **«малой кровью и могучим ударом» подчинить себе Европу**. Слов нет, задумка была хороша, но... Гитлер успел ударить первым [2, 14–15].

Очевидно, что данный текст, как и приведенные ранее примеры, построен на стратегии дискредитации. Авторы, очерняющие образ России и нивелирующие значимость победы СССР в Великой Отечественной войне, применяют тактику обвинения, умаляя достоинства СССР, обвиняя правительство в использовании чужих достижений, наличии агрессивных, коварных планов. Наиболее актуальными средствами тактики обвинения являются коммуникативные ходы: «накопление отрицательной оценки», основным маркером которого выступают обильная негативно-оценочная лексика (*разжигают, войны, ужасы, уморить голодом, выслать в Сибирь, ограбили, подчинили*), «сравнение», «сопоставление» (*светлое будущее — новый рабовладельческий строй, властители грабят — крестьяне бесплатно трудятся, народ в ужасе — преступник Сталин и генералы*), «метафоризация» (*водрузить гигантское красное знамя над всем земным шаром*). Надо отметить, что стратегия дискредитации оказывается действенной: подобные тексты, представленные в большом количестве авторитетными изданиями, активно влияют на аудиторию, формируют негативное отношение к СССР, создают новое, агрессивное отношение к победе советских солдат в Великой Отечественной войне, что проецируется читателем на современную Россию. Попытка обличения идеологии осуществляется при помощи фактологических корректур:

...стратегия Сталина была нацелена на разжигание войны между ведущими европейскими государствами — Германией, Францией и Великобританией с тем, чтобы, когда они исчерпают силы в схватке друг с другом, «малой кровью и могучим ударом» подчинить себе Европу.

Эта мысль приводится в качестве аргумента, хотя существует и другая точка зрения, согласно которой европейские государства в 1939 г. «отдали» Германии Чехословакию, тем самым открыв дорогу вооруженному конфликту.

Еще одним ярким приемом психоисторической войны является изменение образа победителя, что позволяет сделать **тактика компрометации**. Авторы текстов подают компромат как «правдивую историю». В текстах, построенных на данной тактике, публикуются «скрытые» исторические данные, открывается историческая правда, способная изменить представление о реальности и истории. Например, в рассказах о Великой Отечественной войне создается образ беспощадного, беспринципного советского солдата, способного не на подвиг, а на подлость. Большое распространение получают тексты о том, что советские солдаты чаще всего искали случая, чтобы сдаться в плен, изнасиловать немецких женщин, любыми способами уклониться от военной службы. «BBC Russian» 25 сентября 2015 г. в своем «Твиттере» разместила анонс материала, посвященного истории Второй мировой войны:

...для жителей Берлина монумент в Трептов-парке напоминает не только то обстоятельство, что советские люди спасли европейскую цивилизацию от фашизма, но и **изнасилование советскими солдатами «бессчетного числа женщин»** по пути к Берлину. В связи с этим в анонсе редакция BBC задается вопросом: «В Германии этот мемориал иногда называют “**могилой неизвестного насильника**”, но почему?»... [5]

С помощью акцента на аморальное, жестокое поведение советских солдат неискушенному читателю внушается, что Германия спасала мир от варваров-коммунистов.

По итогам исследования текстов, нацеленных на изменение отношения к победе СССР в Великой Отечественной войне, мы можем сделать вывод, что сегодня в меньшей степени выясняются причины войны, все чаще историю разрывают на кусочки, утверждая, что она индивидуальна. Европа своеобразно относится к своей истории: по большей части предпочитает не помнить ее, пытаясь добиться этого и от России, ссылаясь на то, что победа используется в России для укрепления геополитических целей. Еще раз подтвердим этот факт примером из западных СМИ.

Владимир Путин искажает память о победе Советского Союза над нацизмом, чтобы оправдать свою борьбу против Запада [9].

Российский президент, последовательно развивающий собственный культ личности, воспользуется памятным мероприятием в честь 70-летия Победы и будет говорить о попытках США «навязать свое господство над миром». Российский президент присвоил иконографию Дня Победы наряду с другими советскими символами, для того чтобы утвердить господство российского государства и его место в мире [9].

«Для России парад в честь 70-летней годовщины победы в Великой Отечественной войне — возможность продемонстрировать свою мощь и доказать, что никто и никогда не сможет вторгнуться на ее территорию, как это сделала нацистская Германия во Второй мировой войне», — заявили на CNN [12].

Мы видим, как происходит искажение значения понятия «победа» при помощи приравнивания этого слова к словам с абсолютно другим значением: *господство, культ личности, преступление*, что формирует агрессивное отношение к РФ.

В заключение следует сказать, что стратегия дискредитации, используемая для умаления достоинства России и ее победы в Великой Отечественной войне, ведет к формированию убеждений, что Россия — это страна с преступным прошлым и отсутствием хорошего будущего. В медиадискурсе используются следующие лингвистические ярлыки: командование Красной Армии — это необразованные звери, режим СССР — варварский, Сталин и Гитлер — братья и преступники. Именно такими ярлыками оперируют как западные, так и российские СМИ, стремясь приуменьшить значение победы русских людей в Великой Отечественной войне. Таким образом, использование конфронтационной стратегии дискредитации способствует организации манипулятивной коммуникации [4].

1. Великая Отечественная война 1941–1945 годов : в 12 т. Т. 12 : Итоги и уроки войны / пред. ред. комис. С. К. Шойгу. М., 2015.
2. Добушева М. Русское слово // Общественно-публицистический иллюстрированный журн. 2014. № 11. С. 13–16.
3. Информационный сайт «Особая буква»: особое мнение об особых вещах. URL: <http://www.specletter.com/politika/2009-07-02/pase-priravnjala-stalina-k-gitleru.html> (дата обращения: 01.03.2016).
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М., 2003. 284 с.
5. Московский комсомолец : [электрон. период. изд.]. URL: <http://www.mk.ru/social/2015/09/25/bbc-russian-nazvalo-pamyatnikom-nasilniku-monument-voinuosvoboditelyu.html> (дата обращения: 02.03.2016).
6. Официальный сайт «Исполнительный комитет СНГ»: Исполнительный комитет Содружества Независимых Государств. URL: <http://www.cis.minsk.by/page.php?id=19182> (дата обращения: 01.03. 2016).
7. Польская газета: «Настоящим победителем во II Мировой стала Германия» [Электронный ресурс] // Военное обозрение. URL: <http://topwar.ru/74632-polskaya-gazeta-nastoyaschim-pobeditelem-vo-ii-mirovoy-stala-germaniya.html> (дата обращения: 09.03.2016).
8. Сайт «Хвиля»: информ.-аналит. портал. URL: <http://hvylya.net/analytics/history/otkaz-mirav-moralnom-prave-rossii-na-pobedu-vo-vtoroy-mirovoy-voyne.html> (дата обращения: 05.03.2016).
9. Сетевое издание «Интернет-проект “ИноСМИ.RU”» [Электронный ресурс]. URL: <http://inosmi.ru/world/20150502/227815021.html> (дата обращения: 11.03.2016).
10. Таллин-Эстония: посольство Соединенных Штатов Америки [Электронный ресурс]. URL: http://russian.estonia.usembassy.gov/sp_rus082311.html (дата обращения: 11.03.2016).
11. ФОМ: фонд «Общественное мнение» [Электронный ресурс]. URL: <http://bd.fom.ru/report/cat/xenorph/gur050309> (дата обращения: 09.03.2016).
12. «RT на русском»: автономная некоммерческая организация «ТВ-Новости» [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/90819> (дата обращения: 14.03.2016).

Статья поступила в редакцию 17.04.2016 г.

УДК 316.774:323.1 + 070.1:316.776.2

А. С. Юферева

АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ

В статье обосновывается необходимость введения в терминологический аппарат политической коммуникативистики понятия «медиаконвергенция», которое способно объяснить роль технологических и социально-коммуникативных перемен в области политического. Доказывается, что процесс адаптации государственных структур должен рассматриваться через призму медиаконвергенции.

К л ю ч е в ы е с л о в а: политическая коммуникация; медиаконвергенция; интернет-технологии; новые формы политической коммуникации.

Основу современного политического управления составляет информация, которая в контексте постиндустриального общества считается важнейшим стратегическим ресурсом, способным оказать непосредственное влияние на формирование политико-коммуникативного пространства, в котором сосредоточены публичные интересы, ценности, установки. Определение места перечисленных компонентов в политической реальности и управление ими было бы невозможным без системы общения, способов коммуникации, которые «в одинаковой степени связаны как со сферой общественного сознания, социокультурной и политико-культурными сферами, так и с миром политического» [3, 41].

В настоящее время наблюдается тотальная перестройка механизмов взаимодействия в политике, сопровождающаяся видоизменением сущностных характеристик политической коммуникации. С нашей точки зрения, одной из причин трансформации процесса коммуницирования между властью и общественными структурами допустимо считать медиаконвергенцию (от лат. *convergo* — приближаюсь, схожусь). Данное понятие применяется для обозначения не только универсальных технологий и дополнительных каналов для обмена сообщениями и установления контактов между индивидами, но и разнообразных социокультурных последствий, мгновенно возникающих при использовании эффекта слияния электронных средств связи.

Необходимость во всестороннем исследовании проблемы взаимодействия политической коммуникации и медиаконвергенции обусловлена несколькими причинами. В первую очередь тем, что виртуализация политических процессов происходит интенсивными темпами, и исследователи не успевают оценить практику и последствия использования новых форм политического выражения. Вопрос явного отставания теоретического осмысления феномена виртуализации политической коммуникации от реальных масштабов развития этого явления может

ЮФЕРЕВА Анастасия Сергеевна — ассистент кафедры Интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: yufereva001@mail.ru).

© Юферева А. С., 2016

быть решен путем получения объективных и достоверных результатов, которые смогут дополнить методологические основания современной политической науки. Кроме того, рефлексия изменений касательно политической коммуникации поможет сформулировать основные направления в развитии диалоговой модели, используемой политическими акторами, и выработать ряд рекомендаций, обладающих высоким прикладным значением.

Роль и место понятия «медиаконвергенция» в политической коммуникативистике

Научный интерес исследователей к политико-коммуникативной проблематике конституирует становление такой отрасли знания, как политическая коммуникативистика. В данный момент предметное поле соответствующей научной дисциплины находится на этапе самоопределения, а теоретико-методологический инструментарий продолжает создаваться под влиянием культурно-исторических факторов и развивающихся коммуникационных процессов. Встраивание в область политического новых информационных технологий отражается на трансформации существующих моделей поведения, типов взаимоотношения между политическими акторами, фундаментально меняет всю сферу символической репрезентации политического пространства [9]. Изменение конкретных фрагментов политической реальности требует их более точной интерпретации путем совершенствования терминологического аппарата политической коммуникативистики. Таким образом, считаем нужным ввести в терминологический аппарат политической коммуникативистики понятие «медиаконвергенция». Совершение такой операции основано на необходимости досконального объяснения с помощью данного концепта революционных перемен в области политического, которые имеют взаимосвязь как с технологическими достижениями, предопределившими набор регулирующих инструментов для осуществления трансляции политических сообщений посредством новых каналов, так и с социально-коммуникативными стратегиями, возникающими при этом.

Обратимся к анализу основных подходов к осмыслению понятия «медиаконвергенция» и далее рассмотрим взаимосвязь данного понятия с политической коммуникацией.

Феномен конвергенции (без приставки *медиа-*), закрепленный в понятийно-категориальных аппаратах различных областей естествознания, начал актуализироваться в общественно-политических науках в середине двадцатого столетия, получив статус теории. Обратимся к энциклопедическому определению: «...теория конвергенции — теория, выдвинутая в период противостояния двух социально-политических систем (50–70-е гг. 20 в.), согласно которой экономические, политические и идеологические различия между социализмом и капитализмом постепенно стираются, что ведет к слиянию этих систем» [8]. По мнению основоположников этой теории (Дж. Гэлбрейт, У. Ростоу), интеграции обозначенных общественно-экономических формаций способствовала растущая мощь научно-технологической революции. Несмотря на то, что в силу технологического

детерминизма такой подход начал подвергаться критике, он успел найти последователей, которые стали считать научно-технологическую революцию главной причиной наблюдаемых в общественной жизни кардинальных сдвигов.

Пожалуй, наиболее фундаментальные научные труды о конвергенции были написаны теоретиками в области массовых коммуникаций. Интерес к данному феномену начал наблюдаться с середины XX в. после выхода в свет трудов социолога М. Маклюэна «Галактика Гуттенберга» [22], «Понимание медиа» [13], «Война и мир в глобальной деревне» [12] и др. Размышляя о тенденциях и перспективах развивающейся электронной эпохи, автор оперирует понятием «implosion», которое трактуется как направленный внутрь взрыв, схлопывание. Значение приведенной дефиниции схоже с определением конвергенции, так как природа «имплозии» имеет непосредственное отношение к процессам *интеграции*, нивелирования иерархических, временных и пространственных границ. «Все это привело М. Маклюэна к созданию гигантского утопического образа “глобальной электронной деревни”, центр который везде, а граница — нигде и которую населяют электронные номады, свободно кочующие из одного мира в другой» [5, 38].

В 1980–1990-е гг. анализируемый нами феномен стал предметом интереса многих специалистов гуманитарного профиля, среди которых стоит выделить американского политолога И. де Сола Пула. Ему принадлежит книга «Технология свободы» [20], в которой он впервые вводит в терминологический аппарат своего исследования понятие «конвергенция» и дает ему следующее определение: «...размывание границ между медиа, как средствами обоюдно коммуникации, такими, как телефон, почта, телеграф, и такими средствами массовой коммуникации, как пресса, радио и телевидение» [Там же, 23]. Иначе говоря, автор приравнивал данный процесс к магистральным преобразованиям в медиаиндустрии, сузив таким образом диапазон его научного осмысления и предприняв попытку целенаправленного изучения взаимодействия конвергенции с традиционными средствами массовой информации.

В начале XXI столетия исследователи области массмедиа пришли к заключению о том, что границы понимания концепта медиаконвергенция значительно шире и не охватывают исключительно область передовых технологий.

Так, социолог М. Кастельс разграничивает несколько значений понятия конвергенции применительно к области СМИ. Наряду с технологической конвергенцией, при которой явления и процессы приобретают цифровой формат, глобальные изменения отмечаются в организационных структурах массмедиа. Показательным примером служит появление мультимедийных редакций СМИ в результате объединения ранее обособленных друг от друга отделов (печать, радио и пр.). Следующее значение касается самостоятельного производства новостного контента пользователями и представителями массмедиа. В итоге — созданные новостные материалы попадают в единую информационную систему, в которой циркулируют другие материалы [14].

Специалист по коммуникациям Г. Дженкинс, подойдя комплексно к осмыслению проблематики конвергенции, помимо технологического уровня, на котором

содержание проходит этап «оцифровки», выделил еще несколько. Среди них достаточно самостоятельное положение занимает социальная конвергенция, возникающая в момент формирования у потребителей контента многозадачных стратегий в связи с одновременностью совершения нескольких действий (проверка электронной почты, скачивание музыки и т. д.). Культурная конвергенция происходит в результате появления новых творческих стратегий в Глобальной сети Интернет, позволяющих устанавливать пользователям со всего мира обратную связь друг с другом [21].

Между тем в российской литературе проблематика медиаконвергенции пока не получила должного внимания, поскольку подавляющее большинство ученых заинтересованы в изучении роли этого феномена преимущественно в области журналистики [1, 2, 6, 10, 11 и др.]. В частности, анализу подлежат такие аспекты, как перемены в организационных структурах (интеграция ранее обособленных разделов), видоизменение журналистского текста, пересмотр профессиональных компетенций журналиста и представителей смежных видов массовой коммуникации.

Из представленных подходов к осмыслению медиаконвергенции, обладающих технологической и социальной логикой, следует, что оперирование данным понятием позволит отразить спектр наблюдаемых в виртуальной среде явлений, в корне изменяющих сущность некоторых сфер нынешнего социума. Исключением не стала такая область знаний, как политическая коммуникативистика, в которой медиаконвергенция играет решающую роль. Прежде всего, использование такого понятия может установить ориентиры в политическом пространстве, акцентировать внимание на действительно важных медиатенденциях и, что самое главное, выявить структурные взаимосвязи между двумя уровнями — технологическим и социальным.

Поясним, что в первом случае мы понимаем то, как достижения в области высоких технологий способствовали появлению дигитализированных путей передачи сообщений, которые привели к осуществлению коммуникации в пределах всего мирового пространства. Такие условия оказались благоприятными для конструирования новых форм политической коммуникации (электронная демократия, электронное правительство и пр.). В отличие от традиционных способов взаимодействия они позволяют: рассеивать пространственные, временные, иерархические структуры, которые выступают в качестве барьера коммуникации; хранить, перерабатывать и распространять значительные объемы информации политического содержания; передавать политическое сообщение с помощью различных электронных устройств, платформ и т. д.

Второй уровень — социальный — включает те последствия, которые стали возможными после того, как технологический уровень достиг пика своего развития. Среди таких последствий мы отметили следующие: становление и формирование диалоговых систем коммуникации, которые позволяют представителям государственных структур и населению взаимодействовать непосредственно в режиме реального времени; образование виртуальных сообществ, которые способны установить собственные границы влияния и стать активным независимым

действующим лицом на политической арене; формирование новых политических ценностей и установок в рамках киберкультуры и пр.

Особенности становления новых форм политической коммуникации в контексте медиаконвергенции

Представления о феномене политической коммуникации начали формироваться в середине двадцатого столетия. Основоположником этого направления принято считать политолога Г. Ласуэлла. На самом первом этапе коммуникативных исследований теоретик пришел к выводу о специфической сущности любого коммуникативного акта, который может быть исчерпывающе описан, если получены ответы на следующие вопросы: «Кто передает, что, кому и с каким эффектом?» [5, 24–25]. Предложенная схема вполне может быть использована для анализа современных процессов, наблюдаемых в сфере политических коммуникаций. Однако нас в большей степени интересует не сущность передаваемой информации, а каналы, задействованные при распределении сообщений, и образующиеся при этом последствия социально-коммуникативного содержания.

Изначально специалисты массовой коммуникации обратили внимание на следующие способы передачи политических сообщений: коммуникацию через средства массовой информации (печатные и электронные), коммуникацию через организации (политические партии, группы давления и т. д.), коммуникацию через неформальные контакты [19]. Каждый из перечисленных каналов не потерял своего значения в настоящее время. Они по-прежнему используются государственным аппаратом, что свидетельствует об их немаловажной роли в политической жизни. Вместе с тем традиционные каналы связи не лишены недостатков, главный из которых заключается в их монологизированном воздействии — односторонней коммуникации с целевой аудиторией, которая, по сути, лишена возможности быть включенной в обсуждение тех или иных политических вопросов.

В последнем десятилетии двадцатого столетия процессы передачи большого объема данных начинают оптимизироваться посредством внедрения в область политического новых информационно-коммуникационных технологий. Сближение различных электронных средств связи спровоцировало появление медиаконвергенции. На первых этапах ее развития выделялась главным образом технологическая грань, характеризующая последствия распространения телекоммуникационных систем. Взаимосвязь этого феномена с политической сферой в *технологическом* и *социальном* измерениях допустимо представить следующим образом.

С начала 1990-х гг. происходит проникновение в киберпространство государственных структур: в различных странах мира у правительственных учреждений появляются официальные интернет-сайты. Существовавшие на тот момент электронные ресурсы органов власти, предназначенные главным образом для передачи информации о деятельности правительства, отличались однонаправленным коммуникационным эффектом. Примечательно то, что речь идет исключительно о проявлении технологической сущности медиаконвергенции, которая в будущем

смогла дать толчок к реализации разнообразных социально-коммуникативных стратегий.

В первом десятилетии двадцать первого столетия медиаконвергенция приблизилась к следующему этапу своего развития — социальному. Теперь производство и распространение контента стало прерогативой большого количества людей, а не малого круга лиц, как было до этого. Переход к следующей стадии случился соответственно с соответствующими технологическими трансформациями, позволяющими представителям широкой аудитории воспринять их и осуществлять взаимодействия в режиме реального времени. В политической сфере, например, стала наблюдаться тенденция к постепенному замещению однонаправленных процессов «вещательного» типа формами информационного обмена, предполагающими повышение роли обратной связи между участниками политико-коммуникационных процессов [4]. Теперь на первый план выходит создание определенных условий, которые дают населению возможность принимать активное участие в обсуждении деятельности государства, что, в свою очередь, подразумевает двусторонний тип взаимодействия, взаимный обмен данными и полноправное участие граждан в распространении содержания соответствующего формата. Отсюда потребность в новых формах политического выражения, отличающихся социально-коммуникативным эффектом. Мы условно поделили их на формальные (электронная демократия, электронное правительство, официальные интернет-сайты государственных учреждений пр.), наличие которых является обязательным в соответствии с предписаниями, изложенными в законодательных актах, и неформальные (социальные сети, форумы, чаты, блоги и пр.).

Всесторонне анализируя особенности представленных систем коммуникаций, стоит констатировать, что появление новых мультимедийных платформ для взаимодействия не может выступать единственным источником видоизменения человеческой деятельности, поскольку вступая в непосредственное взаимодействие с электронными системами коммуникации для «выполнения своих собственных дел, мы изменяем и саму эту систему» [7]. Соответственно, поддержание жизнеспособности форм политической коммуникации есть нечто большее, так как осуществляется в значительной степени в социальном измерении за счет материальной основы и «виртуальной деятельности» пользователей Сети, что в совокупности приводит к аккумуляции социокоммуникативных эффектов, распространяющих диапазон своего действия не только в виртуальном, но и в действительном мире. Так, публичные формы коммуникации, для которых требуется материальная основа, позволяют: налаживать органам государственной власти обратную связь с аудиторией в режиме реального времени; оперативно удовлетворять информационные потребности граждан; повышать эффективность политической рекламы, политических кампаний и пр.; формировать положительный имидж и репутацию политического актора и т. д. В данном случае стоит говорить о следующих технологиях передачи информации: «горизонтальной, свободной коммуникации и возможности каждого найти свое место или создать собственную информацию и опубликовать ее в Интернете, тем самым инициируя появление новой сети. Самопубликация, самоорганизация и самостоятельное

построение сетей образуют модель поведения, которая внедряется в Интернет, а затем распространяется из него по всему социальному пространству» [7].

Отсюда вывод о взаимовлиянии социальных и технологических измерений. Выделенная закономерность подтверждается тем, что Интернет как материальная (или технологическая) основа используется «для вовлечения таких движений (виртуальных сообществ. — А. Ю.) в процесс создания нового общества. Однако при этом они видоизменяют сам Интернет: из орудия организации бизнеса и средства коммуникации он превращается также в рычаг общественных преобразований» [Там же]. Соответственно, ключевым драйвером развития телекоммуникационной инфраструктуры Интернета становятся как сами компьютерные технологии, так и социальные движения, которые поддерживают его существование посредством реализации различных коммуникативных форм.

Не только конвергенция информационно-коммуникационных технологий самым решительным образом повлияла на протекание политических процессов и привела к изменению политической системы общества. Определенные шаги на пути к формированию коммуникационных стратегий российской власти в интернет-пространстве предпринимаются на законодательном уровне (Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» [16]; Федеральный закон «Об информации, информатизации и информационных документах» [17], Федеральный закон «Об электронной подписи» [18] и др.).

Перечисленные факторы (медиаконвергенция, законодательная база) обусловили полномасштабную трансформацию государственного аппарата. Это потребовало от органов власти «перейти от программ информатизации, рассчитанных на перевод в безбумажный формат внутреннего документооборота, к проектам предоставления гражданам услуг в электронном виде» [15, 289]. Изменение традиционных иерархических структур и перевод части полномочий в киберпространство преследуют цели глобального масштаба: повышение эффективности государственного управления путем интеграции основных его звеньев и процессов в единую систему и повышения качества государственных услуг [15, 291]. Обозначенная стратегия позволит наладить интерактивное взаимодействие между государством и обществом, беспрепятственно и оперативно предоставлять гражданам необходимые услуги, повысить прозрачность деятельности органов государственной власти и т. д.

На состоянии и перспективах деятельности политических институтов неминуемо сказываются перемены информационного пространства. Можно констатировать, что в современных условиях государственные структуры вынуждены осваивать новейшие коммуникативные способы и технологии. Уровень овладения ими, безусловно, выступает показателем компетентности и профессионализма этих структур. Органы власти должны не только четко понимать значение новых способов коммуникаций, но и уметь использовать их в нужном направлении для осуществления контроля над информационными потоками в пределах той или

иной территории. Акцентируя внимание на данном аспекте, подчеркнем, что возрастающая роль информации становится стратегически важным ресурсом, необходимым для прогрессивного развития любой страны. Таким образом, коммуникативная деятельность органов власти при определенных обстоятельствах может быть направлена на повышение инвестиционной привлекательности страны; укрепление нематериальных активов регионов; формирование положительного имиджа, репутации представителей власти; установление контактов с коммерческими и некоммерческими структурами; создание двусторонних взаимодействий между властью и гражданами; информирование населения о принимаемых решениях и многое другое.

1. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. М., 2015.
2. Вартанова Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1999. № 5. С. 11–14.
3. Гаджиев К. С. Введение в политическую философию. М., 2004.
4. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М., 2004.
5. Дьякова Е. Г. Массовая коммуникация и власть. Екатеринбург, 2002.
6. Калмыков А. А. Конвергенция — возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности [Электронный ресурс] // Вестн. электронных и печатных СМИ. 2011. URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2231> (дата обращения: 26.11.2015).
7. Кастельс М. Галактика Интернет [Электронный ресурс]. Екатеринбург, 2004. URL: <http://m.litread.ru/read/431307/436000—437000?page=1> (дата обращения: 16.12.2015).
8. Крысин Л. П. Толковый словарь иностранных слов [Электронный ресурс]. М., 1998. URL: <http://megabook.ru/book/Толковый%20словарь%20иностранн%20слов%20Л.П.%20Крысина> (дата обращения: 16.12.2015).
9. Лебедев С. В. Современная коммуникативистика в структуре российской политической науки : автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2012.
10. Луканина М. В. Текст средств массовой информации и конвергенция // Полит. лингвистика. 2006. Вып. 20. С. 205–214.
11. Лукина М. М. Интернет-СМИ. М., 2010.
12. Маклюэн М. Война и мир в глобальной деревне. М., 2012.
13. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М., 2003.
14. Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика. Екатеринбург, 2010.
15. Трахтенберг А. Д. Электронное правительство: состоится ли «изобретение государства заново»? // Науч. ежегодник Ин-та философии и права УрО РАН. 2012. Вып. 12. С. 285–297.
16. Федеральный закон Российской Федерации № 8-ФЗ от 9.02.2009 г. «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» : [официальный сайт «Российской газеты»]. URL: <http://www.rg.ru/2009/02/13/dostup-dok.html> (дата обращения: 16.12.2015).
17. Федеральный закон № 24-ФЗ от 24.02.1995 г. «Об информации, информатизации и информационных документах» : [официальный сайт «Российской газеты»]. URL: <http://rg.ru/2006/07/29/informacia-dok.html> (дата обращения: 16.12.2015).
18. Федеральный закон Российской Федерации № 63-ФЗ от 06.04.2011 г. «Об электронной подписи» : [официальный сайт «Российской газеты»]. URL: <http://rg.ru/2011/04/08/podpis-dok.html> (дата обращения: 16.12.2015).
19. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология : в 3 ч. М., 1992. Ч. 1.
20. De Sola Pool I. Technologies of Freedom. Cambridge, 1983.

21. *Jenkins H.* Convergence? I diverge // *Technological review*. 2001. № 104 (5). P. 93.
22. *McLuhan M.* *The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man*. Toronto, 1962.

Статья поступила в редакцию 11.04.2016 г.

УДК 070.23(470.54:83) + 070.1:316.776.2

Т. С. Вершинина
И. А. Кунилова

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНЫХ ГАЗЕТ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ВУЗОВ (на примере газет Уральского федерального университета и Университета Майор)

В статье анализируется эффективность внутрикорпоративных газет Уральского федерального университета (Екатеринбург, Россия) и Университета Майор (Сантьяго, Чили), приводятся результаты комплексного исследования и SWOT-анализа внутрикорпоративных каналов коммуникации указанных вузов. Определяются лексические особенности корпоративной газеты «Уральский федеральный», описываются перспективы проведения подобного исследования чилийских вузовских газет, в том числе «Диарио Майор».

К л ю ч е в ы е с л о в а: корпоративная пресса; корпоративные коммуникации; языковые средства; маркетинг; функции СМИ; внутрикорпоративный стиль; лексическая стилистика; корпоративные каналы коммуникации.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что любое корпоративное издание является элементом многоуровневого медийного пространства, многообразие и гармоничность которого во многом зависят от уникальности и качества каналов передачи информации СМИ. Это пространство включает в себя все каналы коммуникации. Существует сегмент корпоративных СМИ (СМИ учреждений), в первую очередь — вузов.

В условиях глобализации происходит активное расширение межкультурных контактов, усиливается взаимовлияние разных культур [3, 7]. «Культура — это коммуникация в движении», а значит, данные понятия напрямую связаны друг с другом [2, 5]. Представители различных стран, сфер деятельности, разного пола и даже одной семьи имеют отличные друг от друга культурные ценности. Различия могут быть обусловлены половыми или возрастными характеристиками, а также

ВЕРШИНИНА Татьяна Станиславовна — кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: wtatiana@mail.ru).

КУНИЛОВА Ирина Алексеевна — студентка магистратуры департамента лингвистики Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: kunilova.irina@gmail.com).

© Вершинина Т. С., Кунилова И. А., 2016

уровнем образования. Наиболее значимыми факторами являются национальные, религиозные и этнические различия, которые могут значительно влиять на восприятие окружающего мира.

Каждая организация объединяет представителей разных культур в одну — корпоративную — культуру, которая строится на основе эффективных внутрикорпоративных коммуникаций. «Внутрикорпоративные коммуникации» постепенно становятся самостоятельным объектом изучения, выделяясь из других научных областей. Особого внимания заслуживают корпоративные газеты. Они не могут исследоваться автономно от организаций, в которой реализуются.

Несмотря на важную взаимосвязь между корпоративными газетами и репутацией компании, наиболее часто к их изучению обращаются тогда, когда речь идет о привлечении внешнего потребителя услуг, предоставляемых организацией, — привлечение внимания, информирование, управление взаимодействием. Корпоративная газета позволяет также оптимизировать работу со всеми участниками процесса в организации посредством информирования, вовлечения в работу компании, управления. Проблема эффективного внутреннего управления актуальна в любых экономических условиях, но особенно обостряется в кризисные периоды [1, 92]. Внутрикорпоративные коммуникации являются важным многофункциональным инструментом организации, что объясняет большой интерес со стороны ученых во многих странах мира к их исследованию [2, 35]. В то же время собственно внутрикорпоративные коммуникации и корпоративные газеты как один из наиболее доступных, частотных и эффективных средств коммуникации — относительно новое явление в России, лишь небольшое количество компаний уделяют внимание их развитию, в первую очередь это компании, чья деятельность связана с интеллектуальным трудом.

К организациям такого рода относятся вузы. Уральский федеральный университет (Екатеринбург) и Университет Майор (Чили) попадают в число организаций, уделяющих большое внимание своим корпоративным изданиям — газетам. При этом следует заметить, что повышение эффективности таких изданий и, как следствие, результативности PR-кампаний вузов связано с наличием ряда качеств корпоративных газет, что дает возможность выделить из общего ряда и газету и вуз, стоящий за этой газетой. Выявление этих свойств является первостепенной задачей при сопоставлении корпоративной газеты с подобными изданиями. Однако для полноценного исследования необходимо проводить комплексную оценку всех каналов корпоративных коммуникаций.

В рамках данного исследования были выбраны газеты двух вузов — российско-го и чилийского, соответственно в качестве организации, чей имидж представляет газета, рассматривались вузы-партнеры — Уральский федеральный университет¹ (далее — УрФУ) и Университет Майор² (далее — УМ). Образование в Чили, как и в России, претерпело с 1990-х гг. значительные изменения; так, в период с 1990 по 2005 г. в стране появилось более 1000 частных колледжей [6, 106].

¹ Екатеринбург, Россия.

² Сантьяго, Чили.

В целом в Чили происходит переориентация образования на частный рынок, то же касается общеобразовательных школ и высших учебных заведений. Уровень образования в частных и государственных вузах одинаково высок, некоторые исследования показывают, что в государственных вузах он несколько выше [1, 309]. Появление большого количества частных вузов увеличило конкуренцию между образовательными учреждениями. Данное замечание актуально и для российских вузов — наличие высокой конкуренции независимо от формы собственности.

С целью определения эффективности вузовских газет необходимо было провести комплексный аудит каналов корпоративных коммуникаций, для чего был выполнен проект, который может быть использован в качестве основы для полноценного анализа любых каналов корпоративных коммуникаций, в том числе вузов, а также для сопоставления состояния и развития корпоративных газет (в нашем случае) в разные годы. Аудит — это возможность комплексно оценить эффективность корпоративных каналов коммуникации, их качество, информативность и эффективность, а также выявить степень доверия со стороны адресата к передаваемой информации, доступность информации по различным темам и необходимость обсуждения отдельных тем. Результаты аудита могут помочь в определении возможных путей развития и улучшения коммуникативной стратегии. Теоретической базой для разработки данного проекта послужило руководство к своду знаний по управлению проектами «Руководство РМВОК»³.

В рамках проекта были изучены основные каналы коммуникации названных вузов: сайты, группы в социальных сетях, газеты. У вузов имеется телевидение, но в нашем исследовании анализ его не проводился в силу большого объема материала. Телевидение УрФУ и профиль вуза в «Твиттере» являются дополнительными каналами передачи информации; в УМ также развито телевидение, вуз активно пользуется «Твиттером» и другими социальными сетями.

Общие характеристики каналов вузов в целом совпадают. Сайты используются в качестве внешнего канала коммуникации. Отправителем информации в обоих вузах является медицентр. В том и другом случаях в качестве получателей информации выступают студенты, сотрудники, абитуриенты, партнеры и др. Сайт как канал корпоративной коммуникации отличается быстрым доступом и получением информации с любого устройства с доступом в Интернет. Наличие дополнительных ссылок минимально, обратная связь отсутствует, но пользователи могут поделиться информацией с сайта университета в социальных сетях. Информация является достоверной и своевременной. Частотность появления новой информации на сайтах вузов: 1–2 статьи в УМ, 3–4 статьи в УрФУ. Новости об УрФУ представлены непосредственно на сайте, а в Университете Майор для новостей выделен отдельный сайт, который является электронным вариантом газеты «DiarioMayor» УМ; информация о количестве посетителей сайта УМ отсутствует.

У вузов имеются свои группы в социальных сетях. Данный канал является в большей степени неофициальным. В качестве отправителя информации выступают специалисты Social Media, часто используются ссылки на официальный

³ A guide to the project management body of knowledge. 5th ed. Pennsylvania, 2013. 589 p.

сайт. Получателями информации являются студенты вуза, абитуриенты. Активно используется обратная связь, возможны комментарии, «лайки», «репосты». УрФУ ведет группы «ВКонтакте» (20 596 подписчиков) и в Facebook (982 подписчика), УМ ведет группу в Facebook (29 612 подписчиков); частотность появления новой информации: в среднем 8 сообщений в день в группе УрФУ («ВКонтакте») и 1 сообщение в день в группе УМ (Facebook)⁴. Оба вуза пользуются также социальной сетью «Твиттер».

Оба вуза выпускают свои газеты. Газета УрФУ «Уральский федеральный» выпускается в печатном и электронном формате (отдельный файл, публикуемый в указанных ранее социальных сетях). УМ выпускает свою газету «Diario» в печатном варианте, также статьи из газеты составляют основу самостоятельного новостного сайта вуза. Отправителями информации являются медиacentры, где основная нагрузка по работе с информацией лежит на студенческой редакции, а получателями являются студенты, сотрудники и абитуриенты.

В рамках нашего исследования по каждому каналу коммуникации был выполнен SWOT-анализ. SWOT-анализ традиционно считается инструментом оценки организации. В нашем исследовании SWOT-анализ позволил определить сильные и слабые стороны каждого канала коммуникации, возможности и угрозы развития в будущем, а также разработать вариант стратегического планирования.

По результатам анализа к сильным сторонам официальных сайтов вузов можно отнести общеизвестность, быстроту распространения информации и получения ее адресатом, взаимодействие с группами в социальных сетях (ссылки на сайт). К слабым сторонам следует отнести отсутствие обратной связи, неоднородную целевую аудиторию (вследствие открытости данного канала: студенты — сотрудники — партнеры — конкуренты и т. д.). Перевод сайта на другие языки, перевод всех новостных материалов, расширение интерактивности сайта открывают новые возможности перед данными каналами коммуникации. К угрозам были отнесены: полный переход читателей — студентов и абитуриентов — в социальные сети; при добавлении комментариев возможны сложности модерации.

SWOT-анализ официальных групп вузов в социальных сетях показал, что их сильными сторонами являются большая аудитория, доступ абитуриентов и других лиц к информации о вузе, высокая скорость получения информации, интерактивность. К слабым сторонам можно отнести сложности в модерации (из-за большого числа подписчиков). Специфические слабые стороны вузов: УрФУ — практически не развита группа в Facebook, которая могла бы быть интересна иностранным студентам и абитуриентам, УМ — значительная часть информации дублирует сайт. Оба вуза могут расширить возможности своих групп в соцсетях за счет увеличения интерактивности, организации обсуждений, конкурсов. У УМ имеется еще одна специфическая возможность — создание уникальных сообщений именно для социальных сетей. К угрозам общего характера для обоих вузов были отнесены: высокая частотность использования групп в социальных сетях в качестве рекламной площадки, высокий риск спама вследствие постоянного

⁴ Средние результаты определялись за месяц.

увеличения количества подписчиков. Специфические угрозы: УрФУ — высокая вероятность оттока потребителей из группы из-за большого количества сообщений в день; УМ — снижение и потеря интереса потребителей к группе из-за отсутствия уникальных материалов.

SWOT-анализ корпоративных вузовских газет показал, что их сильной стороной являются уникальность материалов и содержательность. К специфическим сильным сторонам газет следует отнести: УрФУ — приверженность традициям вуза, явно выраженный корпоративный характер издания; УМ — наличие отдельного информационного ресурса, галерей, ссылок на информацию о вузе на других сайтах. Слабыми сторонами газет УрФУ и УМ являются низкая частотность, отсутствие разнообразия возможностей обратной связи. Специфическая слабая сторона газет: УрФУ — формальность описания; УМ — выраженная неполнота информации. Возможности для обеих газет — переход на индивидуальную подписку, полный уход в электронный вариант, как это делают вузы других стран. Угрозы для обеих газет совпадают: полный переход читателей-студентов и абитуриентов в социальные сети, смена целевой аудитории на сотрудников, неоправданно высокий тираж печатного варианта газеты (в чилийском университете нет печатного варианта).

В результате проведенного анализа основных каналов коммуникации университетов было определено, что не все каналы могут одновременно выполнять несколько функций. SWOT-анализ показал, что в УрФУ наиболее значимым и актуальным в 2014 г. был интернет-портал; однако выявлено, что часть информации, которая публикуется на портале, дублируется в газете. В УМ газета в печатном варианте отсутствует, представлена только в электронном формате — для нее выделен отдельный сайт «DiarioMayor», на котором публикуют все новости, т. е. на основном сайте университета практически отсутствуют новости о вузе.

По результатам данного исследования были определены ведущие каналы корпоративной коммуникации вузов. Дальнейшее изучение этих каналов позволит определить новые методы развития коммуникационных систем и их возможности.

Особого внимания заслуживают газеты названных вузов. На сегодняшний день проведено пилотное исследование газеты УрФУ. Читательская аудитория данной газеты может быть охарактеризована по формальным признакам следующим образом: средний возраст опрошенных — 21 год (от 18 до 23 лет), 61,6 % — женщины, 38,4 % — мужчины. Подавляющее большинство опрошенных — студенты (94,9 %), от 1-го курса бакалавриата до 2-го курса магистратуры. В опросе приняли участие студенты более 25 специальностей УрФУ (лингвистика, математика, социология, маркетинг, радиотехника и др.).

Опрос читателей газеты «Уральский федеральный» показал, что на сегодняшний день газета не имеет того уровня популярности среди студентов и сотрудников УрФУ, какой гипотетически должен быть у корпоративной газеты. Так, на вопрос о том, как часто студенты читают газету, наиболее частотным являлся ответ «от случая к случаю» (39,8 %), следующим по частотности был ответ «никогда» (32,7 %). Далее наблюдается значительный разрыв: ответ «раз в месяц» выбрали только 12,2 % опрошенных, ответ «раз в две недели» — 9,2 %, «раз в несколько месяцев» — 8,2 %. Наименее частотным был ответ «каждую неделю» (2 %). В том

случае, когда студенты не получают информацию о вузе из газеты, они обращаются к другим каналам распространения информации. 29 % студентов находят нужную им информацию в группах университета «ВКонтакте». Еще 23 % указали разные социальные сети, а также сайт вуза. 18 % студентов получают информацию от своих знакомых и «одногруппников», 3 % сказали, что не интересуются информацией о вузе, и еще 17 % студентов оставили этот вопрос без ответа.

Среднее время чтения газеты составляет 16 минут и 50 секунд. При этом наиболее частотными являлись ответы «5 минут» (12 %), «15 минут» (10 %) и «30 минут» (7 %). Наиболее интересными для студентов были следующие темы: анонсы мероприятий, нововведения, международная деятельность.

Студентам также было предложено оценить газету с точки зрения ее полезности. 40,2 % поставили оценку «3», 31,7 % — «4». Менее частотными являлись оценки «1» (11 %), «5» (9,8 %), «2» (7,3 %). Относительно достоверности и точности передаваемой информации газета получила более высокие оценки: «4» — 51,3 %, «5» — 26,9 %, «3» — 14,1 % и оценки «1», «2» — по 3,8%.

На вопросы о недостатке либо избытке тем некоторые студенты затруднились ответить. Было установлено, что читателям газеты не хватает материалов по следующим темам: стажировки, работа (информация о работодателях, «судьбе студентов» после выпуска), практика, обучение за границей, события в городе, информация об известных людях. Встречаются также следующие варианты ответов: закупки университета, «больше о насущном» и «немного юмора и самоиронии студентов». Многие студенты ответили, что все темы нужны и у каждой есть своя целевая аудитория. Тем не менее встречаются и другие ответы: так, избыточными были названы информация о вакансиях, объявления и реклама.

Ответы на вопрос о том, какое впечатление производит газета, разделились: 50 % опрошиваемых выбрали положительную лексику для описания своих впечатлений (*хорошая, информативная, полезная*), 40 % участников опроса описали свои впечатления с помощью отрицательно окрашенной лексики (*скудная, никакая, неинтригующая*), еще 10 % выбрали лексику, которая может иметь разную окраску (*формальная, типичная, пиар*).

На следующем этапе исследования были взяты все выпуски газеты Уральского федерального университета за 2014 г. (общий объем текстов — 268 306 слов). Из 44 выпусков газеты 3 являются специализированными. Они вышли в январе и посвящены тест-драйву в УрФУ, целевой аудиторией данных выпусков стали школьники, участвовавшие в данном мероприятии. Статьи были разбиты на группы по ключевым темам, которые прослеживаются систематически. Следует заметить, что газета содержит постоянные рубрики (новые рубрики появляются редко и обычно связаны с праздниками или важными событиями в жизни вуза), однако тематики шире и разнообразнее, что делает анализ более детальным. После анализа тематики статей было отобрано 5 наиболее частотных и 5 наименее частотных тем. Среди наиболее частотных тем следует отметить «УрФУ за неделю», «Достижения», «Наука», «Международные связи», «Мероприятия», а наименее частотными являются «Спорт», «Жизнь вуза», «Поздравления», «Продвижение», «Нам пишут». Такие темы, как «Достижения», «Наука» и «Мероприятия»,

являются наиболее частотными и объемными. Это говорит о том, что для вуза важно не только часто, но и подробно рассказывать о новостях на данные темы. Так, тема «Сотрудники» содержит мало статей, но все они объемные: представлена подробная биография сотрудника и/или интервью с ним. Тема «Учебный процесс» также содержит объемные статьи об образовательных технологиях, балльно-рейтинговой системе, итогах сессий и направлениях подготовки. Наименее частотные темы являются также и наименее объемными.

Данный анализ позволяет обозначить приоритеты вуза в выборе тем. Далее на его основе был проведен анализ стилистических особенностей. Для проверки гипотезы о том, что газета обладает собственным корпоративным речевым стилем, который прослеживался бы систематически, были определены стилистические особенности внутрикорпоративной прессы (то, что присутствует в тексте) на примере пяти наиболее частотных тем. Были выделены следующие категории:

- положительно окрашенная лексика,
- отрицательно окрашенная лексика,
- стилистически повышенная лексика,
- стилистически сниженная лексика,
- специализированная лексика (термины).

Были выявлены определенные тенденции, присущие всем темам и являющиеся наиболее значимыми в речевой стратегии реализации внутрикорпоративного стиля. Наиболее частотной является положительно окрашенная лексика (3176 слов, 2,5 %). Она используется для создания ощущения общей гордости за достижения вуза, для описания проходящих в вузе мероприятий, их высокого уровня, а также эмоций участников мероприятий (*в число 18 лучших; вошел в число победителей; за успешное выступление*). Следующей по частотности является специализированная лексика (2336 слов, 1,8 %). Наиболее активно используются слова, характерные для вузовской тематики, поскольку сообщать о деятельности вуза, не используя соответствующую лексику, невозможно (*создание технопарка; перечислены в эндаумент*).

Затем следует *hev*-лексика⁵ (1187, 1,4 %), которая используется для более формального описания событий (подчеркивает серьезное отношение к происходящему), а также высокие слова, которые придают речи торжественность (*стоял у истоков создания; в канун годовщины*). Одинаковые в процентном соотношении результаты (0,2 %) у сниженной лексики (*однокашники; «красуется» адрес почты*) и отрицательно окрашенной лексики (*был очень нервным днем; существенные провалы*). Данные категории имеют низкие результаты во всех проанализированных темах.

Следует заметить, что в ходе исследования была создана базовая версия корпуса «Уральский федеральный»⁶. Изначально все материалы корпоративной прессы

⁵ Лексика, называемая в английской стилистике «highly elevated vocabulary» — высокие слова, которые придают речи торжественность.

⁶ Корпус внутрикорпоративной прессы вуза (на примере газеты «Уральский федеральный») [Электронный ресурс]. URL: <https://drive.google.com/file/d/0B-VRIgEWyreEWEI5N09PV0hzcXM/view?usp=sharing> (дата обращения: 13.05.2016).

вуза представляли «корпус первого порядка» или просто собрание текстов, взятых из корпоративной прессы УрФУ за 2014 г. Общий объем всех текстов составлял 279 206 слов. Далее было выполнено разделение на темы и добавлены стилистические пометы, включающие в себя описанные ранее категории. Основная задача корпуса состоит в том, чтобы способствовать решению различных лингвистических задач (таких, как, например, реализация лексико-грамматического анализа текста), а также получению данных о речевом стиле рассматриваемых текстов, выявлению связи речевого стиля и целей авторов. Такой общий объем является достаточным для создания репрезентативной выборки, а корпус позволяет отображать основные стилистические тенденции в выборе речевых средств.

В перспективе возможно расширение корпуса, которое может включать в себя следующие дополнения: дальнейшую стилистическую разметку корпуса; добавление материалов корпоративной прессы УрФУ за следующие годы; расширение спектров и анализ корпоративной коммуникации вуза в целом (другие каналы коммуникации), а также сопоставление материалов корпоративной прессы УрФУ с прессой других вузов.

Результаты контент-анализа были сопоставлены с исследованием корпоративной прессы одной из екатеринбургских компаний⁷. Можно сделать вывод, что использование описанных стилистических средств в корпоративной прессе в целом совпадает (как для УрФУ, так и для газеты, исследованной ранее): в основном употребляется положительно окрашенная лексика, которая способствует созданию положительного настроения на работу (или учебу — зависит от специфики деятельности организации), и специализированная лексика, поскольку сообщать что-либо о компании, исключая лексику или терминологию, которая ей соответствует, практически невозможно. В настоящий момент проводится исследование газеты Университета Майор (на испанском языке). Предварительный анализ показывает, что можно выявить некоторые стилистические различия, обусловленные в первую очередь тем, что вузы реализуют свою образовательную деятельность в разных странах, важным фактором является и язык издания. Осуществляется отбор других чилийских вузовских газет для определения отличий в свете коммерциализации обучения в вузах Чили, для этого планируется провести первичный формальный анализ — выявить уровень эффективности по числу привлеченных абитуриентов.

Исследование показало, что на данном этапе сложно утверждать, что выявленные особенности являются уникальными для газеты УрФУ и указывают на собственный корпоративный речевой стиль, из-за отсутствия корпусов корпоративной прессы. Таким образом, на сегодняшний день результаты исследования могут послужить лишь основой для создания корпуса с разделением на темы и стилистическими пометами. В дальнейшем планируется расширение спектров исследования: сопоставительный анализ нескольких корпоративных изданий разных вузов, в том числе зарубежных; дальнейший аудит каналов корпоративной

⁷ Исследование проводилось ранее по запросу одной из организаций и также было направлено на выявление корпоративных особенностей внутрикорпоративных каналов коммуникации, в том числе газеты организации.

коммуникации; сопоставительное исследование внутрикорпоративных речевых стилей названных вузов. Полученные результаты позволят выработать рекомендации по формированию корпоративного стиля газеты, в том числе речевого.

Внутрикорпоративный речевой стиль отвечает маркетинговым задачам и включает в себя сопряженные аспекты: продвижение продуктов, взаимодействие с социальной сферой (явная и скрытая реклама), что является одним из важнейших факторов развития вузовской газеты. Кроме того, корпоративные СМИ выполняют просветительскую функцию, определяют и формируют адресата не только газеты, но и организации, от имени которой они выступают.

1. *Кибанов А. Я.* Управление персоналом организации : учебник. 3-е изд., доп. и перераб. М., 2005. 638 с.

2. *Несмеева А. Ф.* Все о внутренних коммуникациях. М., 2013. 248 с.

3. *Садохин А. П.* Введение в теорию межкультурной коммуникации : учеб. пособие. М., 2014. 254 с.

4. *Bellei C.* Expansión de la educación privada y mejoramiento de la educación en Chile. Evaluación a partir de la evidencia // *Pensamiento Educativo*. 2007. Vol. 40, № 1. P. 285–311.

5. *Formanchuk A.* Comunicacion interna 2.0: undesafiocultural. 1 sted. Buenos Aires, 2010. 29 p.

6. *Redondo J. M.* El experimento chileno en educación: ¿Conduce a mayor equidad y calidad en la educación? // *Ultima década*. 2005. № 22. P. 95–110.

Статья поступила в редакцию 03.06.2016 г.

УДК 821.161.1(051) + 070.1:327.2

Т. А. Снигирева
А. В. Подчиненов

СУДЬБА РУССКОЯЗЫЧНЫХ ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ЖУРНАЛОВ В ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ (ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ)*

В статье рассмотрена история изменения формата и статуса русскоязычных журналов в инациональном геополитическом пространстве. Показано, что внутренняя целостность журнала, сумевшего осознать и выстроить свое направление, держится на трех проблемных блоках: нация — культура — диалог, связанных в сверхтекстовом единстве периодического издания ключевым для него словом «судьба». В журнальной практике это реализуется точным пониманием предназначения журнала: репрезентация прошлого и настоящего своей национальной культуры (функции сохранения, популяризации и культуртрегерства), вписывание литературы в общероссийский и мировой контекст (функция повышения культурного самосознания нации), публикация забытых имен русской культуры и современных журналу опальных русских и не только русских писателей и поэтов (функции сбережения и помощи).

К л ю ч е в ы е с л о в а: геополитика; журнал; национальная культура; постсоветское пространство.

Магистральные социокультурные стратегии и частные редакторские практики «толстого» литературно-художественного журнала нередко обусловлены форматом, рассмотренным с точки зрения его целевой аудитории в соотносённости с географической и/или национальной принадлежностью. Функция общероссийского, как правило, столичного журнала — репрезентация современного литературного процесса, открытие новых имен, сосредоточение внимания на основных литературных течениях и их оценка в соответствии с избранной журналом этико-эстетической позицией [11]. Региональный журнал не может себе позволить стать приверженцем какого-либо одного направления в литературе, его задача — консолидация литературных сил локального геополитического единства.

Наконец, русскоязычный, но инациональный журнал имеет особые черты, выработанные подобного типа журналами советской эпохи от «Даугавы» до «Литературной Грузии», от «Литературной Армении» до «Звезды Востока».

* Статья подготовлена в русле проекта РГНФ «На границе литературы и факта: языки самоописания в периодической печати Урала и Северного Приуралья XIX–XX века» № 16-04-00118 а.

СНИГИРЕВА Татьяна Александровна — доктор филологических наук, профессор кафедры русской литературы XX и XXI вв. Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета, ведущий научный сотрудник сектора русской литературы Института истории и археологии УрО РАН (e-mail: tas0905@rambler.ru).

ПОДЧИНЕНОВ Алексей Васильевич — доцент кафедры классической литературы и фольклора Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета, директор Издательства Уральского университета (e-mail: A.V.Podchinenov@urfu.ru).

© Снигирева Т. А., Подчиненов А. В., 2016

В советскую эпоху они были связаны с весьма определенной задачей: собирание и продвижение на более широкий геополитический уровень, воспользуемся риторикой ушедшей поры, «лучших кадров национальной творческой интеллигенции». В традиции журнала советской эпохи практиковались главным образом два варианта: национальный журнал на родном языке и национальный журнал на русском, который был не только своеобразным переводным дублером, но и существенным дополнением, показывающим литературную ситуацию в максимальной полноте. Русскоязычный вариант национального журнала был востребован интеллигенцией, по крайней мере, по двум причинам: во-первых, он давал интересную информацию широкого культурного спектра (от анонсирования новых имен до специфических сведений этнографического, социально-политического, исторического характера), во-вторых, зачастую национальный журнал имел больше возможностей обхода цензуры и публиковал русских полуопальных и опальных писателей, имена которых не могли появиться на страницах российских журналов.

Ныне в результате геополитических сдвигов ситуация коренным образом изменилась. По верному замечанию Г. Ермошиной, «литературная жизнь ближнего зарубежья, как сейчас называют бывшие республики бывшего Союза, для большинства российских читателей — “terra incognita”» [1, 232]. Автор точно обозначает то, что произошло с русскоязычным писателем и русскоязычным читателем в постсоветском пространстве: «Для старшего поколения на слуху остаются те писатели, чьи имена звучали в их молодости, а о том, что сейчас происходит в русскоязычной литературной среде в соседних странах, известно не так уж много. Контакты если и происходят, то на уровне личных взаимоотношений. Кое-где русская литература, русскоязычные авторы, да и вообще русский язык находятся если не под негласным запретом, то уж, во всяком случае, в сфере явлений нежелательных. Не переставая тем не менее существовать» [Там же]. Очерчено и то, как творческая интеллигенция пытается выйти из создавшейся ситуации: «Кто-то продолжает писать практически в пустоту, не надеясь быть замеченным в среде чужого языка и другой культуры, кто-то пытается искать пути выхода из сложившейся ситуации, выхода к своему читателю. И иногда это даже удается. Достаточно вспомнить общественный фонд “Мусагет” в Казахстане, при поддержке которого выходит и русскоязычный журнал “Аполлинарий”, и книги совсем молодых авторов, формируя литературную среду, которая уже довольно хорошо известна в России. Это и харьковский журнал молодых авторов “Союз писателей”, для которых важнее всего внутренняя свобода, и их голос услышан российскими читателями. В Узбекистане на сегодня единственным голосом русскоязычной литературы остается журнал “Звезда Востока”, чья долгая история полна неожиданностей, взлетов и падений» [Там же]. Заметим, что картина, обрисованная всего десять лет назад, существенно изменилась, и не в лучшую сторону. Более того, простая статистика свидетельствует о критичности ситуации. Так, например, рижский журнал «Даугава» выходил в Риге с 1977 по 2008 г. До 1990 г. он был ежемесячным, в дальнейшем стал выходить один раз в два месяца. Если его тираж в середине 1980-х гг. достигал 16 тыс. экземпляров, то в 2003 г. составил всего 500 экземпляров, и в конечном счете журнал прекратил

свое существование. «Радуга» — эстонский литературный журнал, пытавшийся модифицировать сообразно с изменившейся геополитикой журнал советских времен «Таллинн», стал издаваться с июля 1986 г. До 2006 г. существовала также версия на русском языке. Пик популярности «Радуги» пришелся на 1989–1990 гг., когда русскоязычная версия распространялась (в частности, по подписке) по всему СССР, а тираж достигал 30 тыс. экземпляров. Русскоязычная версия в последние четыре года перед закрытием (2002–2006) выходила тиражом всего 300 экземпляров.

В эссе-воспоминании «Их остается только трое... (русскоязычная пресса Литвы)» Нина Мацкевич, вспоминая работу латвийского журнала «Родник», показывает, как перестроечные журналы-двойники национальных советских журналов также становились все менее востребованными: «Сегодня русская пресса Литвы представлена немногими еженедельниками и одной ежедневной газетой, на девяносто с лишним процентов состоящей из переводов с литовского оригинала. <...> В независимость Литвы русские СМИ вступили бодро <...> интеллектуалы следили за новыми номерами литературных журналов “Вильнюс” (некогда — “Литва литературная”) и “Лад”. Связи с Россией рвались, поэтому редакторы публиковали многостраничные дайджесты российской прессы. <...> Постепенно рынок СМИ устоялся, с кабельными сетями вернулось российское телевидение, и потребность в перепечатках материалов российской прессы отпала. К тому же читателей становилось все меньше: по последним данным в Литве проживает лишь пять процентов русских» [10, 71].

В этом контексте показательна судьба национального журнала на русском языке «Литературная Грузия», некогда одного из самых авторитетных и ярких «оттепельных» журналов, который задумывался как советский ежемесячный литературно-художественный и общественно-политический журнал. Его появление «знаменовало, что негрузинский читатель отныне будет в курсе живого литературного процесса, ознакомится с новыми достижениями грузинского искусства и гуманитарной науки, а также с избранными образцами из классического наследия грузинской литературы» [4, 3].

«Литературная Грузия», как и все советские журналы, был органом Союза писателей. Первый номер журнала вышел в июне 1957 г. Главными редакторами журнала в разные годы были К. Лордкипанидзе, М. Мревлишвили, Г. Цицишвили, Г. Асатиани, Т. Буачидзе, Р. Миминошвили, З. Абзианидзе. Необходимо помнить, что в общеоттепельную эпоху новый грузинский журнал вошел вместе с новым лирическим грузинским кинематографом, авангардным примитивизмом Пироманишвили, грузинским театром и музыкой.

Журнал «Литературная Грузия» неоднократно писал о своем направлении, которое так или иначе менялось за полувековую историю его существования, но при этом журналу всегда удавалось сохранять свое лицо. Первый номер издания открывается редакционным предуведомлением «О нашем журнале», составленном, казалось бы, из набора идеологических штампов советского журнала: «Рождение нашего журнала — новое свидетельство неустанной заботы партии и правительства о дальнейшем подъеме многонациональной советской

литературы, о повышении идейного и культурного уровня трудящихся, о развитии и укреплении дружбы народов СССР»; «Главная тема журнала — жизнь и труд нашего современника — строителя коммунизма» [5, 3] и пр. Однако, во-первых, в определении направления журнал сразу оговаривает свою специфику: «Наш журнал призван знакомить русского читателя со всем лучшим, что создает грузинская советская литература. Журнал будет публиковать произведения русских писателей, живущих и работающих в Грузии. Рядом с романами, повестями, рассказами и стихами мастеров прозы и поэзии мы широко покажем творчество талантливой молодежи. <...> Редакция привлекла к сотрудничеству в журнале квалифицированных переводчиков, которые, мы надеемся, смогут донести до русского читателя индивидуальные особенности и творческую манеру писателей Грузии» [Там же]. Во-вторых, сквозь треск идеологии прорывается дружески теплая интонация журнала, которая вскоре станет доминантной: «Мы надеемся, что у “Литературной Грузии” появятся многочисленные друзья — требовательные и взыскательные» [Там же]. И в-третьих, уже в первом номере журнала обнаруживается главная его стратегическая направленность и основной тактический ход: отдав необходимую дань идеологическим стереотипам, «Литературная Грузия» в основном тексте книжки представляет стихи Тициана Табидзе и Важи Пшавелы, в рубрике «Среди книг» предлагает рецензию М. Заверина на книгу стихов Михаила Квливидзе «Так пелось мне», а в рубрике «На разные темы» помещает заметку Г. Бебутова «К истории одного знакомства» (В. В. Маяковского с В. В. Канделаки). В двенадцатом номере за 1969 г. программа уже состоявшегося периодического журнала сформулирована более откровенно и четко: «“Литературная Грузия”, как всегда, уделит большое место критике и литературоведению, публицистике и взаимосвязям с братскими литературами, а также еще не опубликованному большому мемориальному наследию грузинских литераторов и тех отечественных и зарубежных писателей, чье творчество связано с Грузией» [6, 4, обл.]. Очевидно, что продуман и последовательно проводится принцип отбора материала и способы его презентации и оценки. На страницах журнала публикуются главным образом прозаики, поэты, ученые, связанные с Грузией, с ее историей, культурой, национальным своеобразием. Далее — русские писатели и представители науки, связанные с Грузией, занимающиеся проблемами литературы, культуры, этнографии, наконец, те, кто был «нежелателен» в российской периодике.

Внутренняя целостность журнала, сумевшего осознать и выстроить свое направление, держится на трех проблемных блоках: нация — культура — диалог, связанных в сверхтекстовом единстве периодического издания ключевым для него словом «судьба». В журнальной практике это реализуется точным пониманием предназначения журнала: репрезентация прошлого и настоящего культуры Грузии (функции сохранения, популяризации и культуртрегерства), вписывание литературы Грузии в общероссийский и мировой контекст (функция повышения культурного самосознания нации), публикация забытых имен русской культуры и современных журналу опальных русских и не только русских писателей и поэтов (функции сбережения и помощи). Так, в разные годы в журнале появляются имена классиков грузинской литературы (от Шота Руставели до Ильи

Чавчавадзе), причем это чрезвычайно профессиональные публикации в лучших переводах и с привлечением ведущих ученых с их глубокими филологическими разысканиями. Журнал щедро публикует переведенные на русский язык произведения авторов новых волн грузинской литературы от Н. Думбадзе, Т. Чиладзе до О. Чиладзе и Ч. Амирэджиби, О. Иоселиани, не забывая публиковать поэтов предшествующих лет — Г. Табидзе, Т. Табидзе, С. Чиковани. Одновременно с этими именами на страницах журнала постоянны имена Евг. Евтушенко, А. Вознесенского, Б. Ахмадулиной, Б. Окуджавы, В. Леоновича, П. Нерлера, Ю. Мориц, О. Чухонцева, Ф. Искандера и др. Существенно расширили читательскую аудиторию смелые публикации из архива Б. Пастернака, О. Мандельштама, М. Булгакова, А. Ахматовой, М. Цветаевой, П. Флоренского, Н. Гумилева, К. Бальмонта. Наконец, в 1970-е гг. «Литературная Грузия» сумела опубликовать прозу Джеймса Джойса, а в конце 1980-х на страницах журнала появились произведения Г. Робакидзе и труды М. Мамардашвили.

А. Твардовский в программной для «Нового мира» статье «По случаю юбилея», ссылаясь на опыт «Современника» и «Отечественных записок», писал: «Есть особая действенная сила в совокупности журнального материала. В журнале происходит живое и столь выгодное сближение и взаимодействие художественной прозы, стиха, литературно-критической и публицистической статьи и т. д.» [12, 5]. Думается, редколлегия грузинского журнала учитывала программные тезисы журнала-лидера «оттепели». О внимании к двунаправленности издания (литературное и общественно-публицистическое) свидетельствуют его рубрикатор и постоянная редакционная работа над его составом. Основные рубрики журнала «Литературная Грузия» в 1950-е гг.: «Стихи, проза», «Очерки», «Литературная критика», «Публицистика», «Документы, письма, воспоминания», «Грузия на стройке», «Наши интервью», «Среди книг», «На разные темы», «За рубежом», «Страницы минувшего». В 1960-е гг. уходит рубрика «Грузия на стройке», появляются «Спорт», «Друзья о друзьях», «Хроника культурной жизни», «Вопросы эстетики и теории литературы», «Литературные взаимосвязи», «Встречи и воспоминания», «Ученые об ученых», «Наши публикации» и даже «Юмор». Как и все «толстые» журналы, «Литературная Грузия» в обязательном порядке дает юбилейные рубрики. Так, только за 1964 г. их было три: «К 150-летию со дня рождения Тараса Шевченко», «К 400-летию со дня рождения Шекспира» и «К 150-летию со дня рождения М. Ю. Лермонтова». Простое перечислительное сопоставление рубрик за чуть более чем десятилетие существования журнала, т. е. пору его становления и обретения своего направления, свидетельствует о тактике журнала — его стремлении к расширению и разнообразию общественно-политической составляющей с явным преобладанием социокультурного, национального компонента.

В соотнесенности с основными направлениями журналистики формировались задачи литературной критики как важнейшего элемента литературной ситуации и литературного процесса: целенаправленное воспитание художественного вкуса читателя; совершенствование художественного мастерства писателя путем тактичного и вместе с тем решительного выявления как достоинств, так и недостатков его творений; анализ и оценка современного литературного процесса.

Пожалуй, в одной из самых интересных рубрик журнала — «Свидетельствует вещий знак» — точно сформулированы эстетические принципы «Литературной Грузии», имеющие мало общего с общепринятой в то время формулой-определением характера «многонациональной советской литературы»: «национальная по форме, советская по содержанию». Выражая этико-эстетическую позицию журнала, Г. Маргвелашвили настаивает: «Вещий знак продолжает свидетельствовать все о том же — о содружестве поэтов, литератур и культур, о содружестве, ставшем естественным и уже закономерным воплощением процесса собственно творческого, универсальная многоликость которого не переходит в размытую безликость благодаря извечной и вековечной закваске индивидуально-самобытного начал любого художественного творчества» [9, 3].

В «Литературной Грузии» критике отданы традиционные рубрики «Литературная критика» и «Среди книг», но проблемы литературного свойства поднимаются и в других рубриках журнала: «Мастера грузинского искусства», «Документы, письма, воспоминания», «Трибуна писателя», «По страницам журналов и газет», «Жизнь выдающихся людей». Журнал быстро создал свою команду критиков, как грузинских, так и российских, разделяющих этико-эстетическую позицию издания. Назовем только несколько имен: Г. Маргвелашвили, М. Заверин, Л. Асатиани, Д. Стуруа, Г. Ломидзе, Ш. Абхаидзе, Т. Баучидзе, Ю. Суровцев, В. Шкловский, В. Чалмаев, В. Оскоцкий, Э. Маградзе, З. Абзианидзе.

Читательские письма, читательские отклики всегда являлись для журнала знаком того, что он выполняет главную гражданскую миссию — способствует раскрепощению национального и общественного сознания. Довольно быстро у журнала появляется «свой» читатель — тот же, что у «Юности» и «Нового мира»: думающий молодой человек, входящий в жизнь, и зрелый интеллигент, которые не только находят в «Литературной Грузии» новую, порой полузапретную информацию, но вступают с журналом в напряженный духовный и душевный диалог. Читатель ждет следующую книгу журнала по двум причинам: «продолжение следует» и следует продолжение давно начатого диалога журнала и читателя по важнейшим проблемам современной ему жизни. Знаком открытости журнала также могут служить анонсы содержания на будущий год: «В 1989 году журнал «Литературная Грузия» предполагает напечатать: прозаические произведения Григола Робакидзе «Енгед», «Защитники Грааля», «Змеиная кожа», Вахтанга Челидзе «Исторические хроники», а также произведения Ч. Амирэджиби, Г. Панджикидзе, Р. Джапаридзе, Р. Кобидзе, С. Пайчадзе, детективный роман Буало-Нарсежака «Среди мертвых». Стихи Ир. Абашидзе, Дж. Чарквиани, О. Чиладзе, Ш. Нишнанидзе, М. Мачавариани, М. Поцхишвили, Х. Берулава, П. Флоренского. Читателям будут предложены интересные публикации и критические статьи, освещающие актуальные проблемы современного литературного процесса, статьи из литературного наследия, неопубликованные письма...» [7, *авантитул*]. По мере роста затруднений в издании журнала в конце 1980-х и особенно в 1990-е гг. редколлегия оправданно пытается делать анонсы более оценочными, дабы показать читателю, что журнал на своих страницах продолжает создавать особую библиотеку «для своих», библиотеку «Литературной Грузии».

В «Литературной Грузии» было несколько главных редакторов, при каждом из них журнал, сохраняя свое направление, все же чуть менялся. Об этой общей этико-эстетической устремленности всех и несомненной индивидуальности каждого в 1997-м юбилейном для журнала году в номерах 7–12 в подборке «Наш главный редактор» пишут в своих статьях-портретах Гурам Гверцители (о Константине Лордкипанидзе), Георгий Цицишвили (о Михаиле Мревлишвили), Тамаз Натрошвили (о Гургаме Асатиани), Роман Миминошвили (о Тенгизе Буачидзе). В 40-летний юбилей журнал вспоминал своих главных при новом редакторе — З. Абзианидзе. И уже сам Заза Абзианидзе спустя десять лет подводит итог: «Итак, “первая пятилетка” в основном определила идеологические и художественные приоритеты журнала, которые, если и менялись, то уже в зависимости от предпочтений редактора и той “допустимой свободы”, которую завоевал тот или иной руководитель “Литературной Грузии”» [4, 4].

Вокруг журнала, имеющего свое направление, всегда собирается группа единомышленников: редактор, редколлегия, постоянные авторы, определенный состав критиков и т. д. Не случайно в общественно-литературном сознании периода «оттепели» возникают такие понятия, как «новомировцы», «новомировская критика», «новомировские авторы», «“Новый мир” Твардовского». То же можно сказать и о «Литературной Грузии». И утрата своего читателя — начало гибели журнала, что и произошло в какой-то степени с «Литературной Грузией» в 1990-е гг. В конце 1990-х стремление возобновить жизнь журнала заставило главного редактора З. Абзианидзе напрямую обратиться как к старому читателю, помнившему журнал периода расцвета, так и к новому, уже приученному к другому письму и другому чтению. Приведем обращение «К читателям» полностью, поскольку журнал «Литературная Грузия» после 1991 г. фактически стал недоступен для российского читателя: «Итак, после долгого интервала, выходит в свет обновленный номер “Литературной Грузии”. Думаю, это обновление касается не только нового редактора и новых имен в редколлегии и коллективе журнала.

Несколько слов о нашем видении места и роли “Литературной Грузии” на пороге XXI в.: для грузинского журнала на русском языке эта роль весьма специфична. В свое время “Литературная Грузия” сделала себе имя, познакомив русскоязычного читателя с наиболее яркими и смелыми образцами грузинской поэзии, прозы, эссеистики. Да и не только грузинской — многие произведения, годами придавленные прессом московской цензуры, впервые увидели свет в нашем журнале.

Каждый из нас, более или менее причастный к судьбам “Литературной Грузии”, помнит, какой ценой давались нам эти публикации, помнит и ту, разделяемую сотнями восторженных читателей радость литературных побед. Парадоксально, но период застоя стимулировал наш профессиональный пафос, а наступившая, столь желаемая демократия привнесла ряд сложнейших проблем.

Теперь, когда свободомыслием никого не удивишь — ни у нас, в Грузии, ни в России, “Литературная Грузия” может и должна сохранить свое доброе имя уже в условиях жестокой конкуренции с огромным количеством увлекательных, ярких и красочных периодических изданий.

Этот сегодняшний фон рождает соблазн увлечения “бульварщиной”, скандальными публикациями, подспудной заменой истинной литературы “паралитературой”.

Можно с уверенностью сказать, что “Литературная Грузия” в случае подобной метаморфозы будет недостойна своего имени. Трудные времена мы должны пережить, не изменяя своему призванию и нравственному облику, как бы это не отразилось на тираже и периодичности. Что касается периодичности, то исходя из наших реальных возможностей, предполагается, что со следующего года журнал будет выходить в квартал раз. Хотелось бы, чтобы он стал своеобразной “визитной карточкой” Грузии — у нас есть писатели, артисты, художники, которыми можно гордиться. Что до оформления, красочности журнала, то тут, конечно же, наши желания пока расходятся с нашими возможностями — единственный в Грузии русскоязычный общекультурный журнал и без цветных иллюстраций, без качественной полиграфии? Увы, до поры мы вынуждены мириться с этим.

Широкий ареал, отражающий не только литературную, но и художественную артистическую жизнь Грузии, постепенно должен превратить “Литературную Грузию” в действительно общекультурный журнал. Более того, грузинская инициатива духовного, политического и культурного единения Кавказа диктует нам расширить сферу наших интересов и, по мере сил, постоянно учитывать также и общекавказские факты культурной и общественно-политической жизни.

Конечно же, наша первейшая задача — широко представлять негрузинскому читателю грузинскую духовную жизнь — неизменна и, независимо от объективных трудностей, мы надеемся достойно продолжить эту благородную традицию “Литературной Грузии”» [8, 3–4].

В «Литературной Грузии» 90-х гг. происходит очевидное усиление политизированности, о чем свидетельствует появление рубрик открыто социального характера или рассчитанных на личную ответственность пишущего: «К трагическим событиям 9 апреля в Тбилиси», «Памяти погибших 9 апреля», «Трибуна писателя», «Личность и время», «Писатель и история», «Проблемы экологии», «Колонка редактора», «Точка зрения», «Письмо в редакцию», «Из блокнота журналиста», «Страницы истории», «Культура, нравственность, политика», «Реплика», «Обсуждаем острые проблемы» и т. д. Меняет журнал и своих учредителей. В девяностые — это Союз писателей Грузии, Институт грузинской литературы им. Ш. Руставели, Издательство «Литературная Грузия». Но попытки ответить на вызовы нового времени так и не спасли журнал. Если книжки «Литературной Грузии» в эпоху «оттепели» и «застоя» были образцами целостного произведения, прочитываемого «от корки до корки», и с безусловностью становились фактом литературного процесса советской эпохи в его оппозиционном варианте, более того, «Литературная Грузия» классического периода, периода своего расцвета была явлением не только грузинской культуры, но культуры поздней советской и частично постсоветской эпох, то в девяностые, тем более в «нулевые», постепенный уход журнала был замечен только творческой интеллигенцией. Ту же судьбу повторил журнал другой бывшей национальной республики. «Звезда Востока» — «толстый» советский литературно-художественный журнал Союза писателей

Узбекской ССР, позже СП Узбекистана. Он был единственным в республике периодическим литературным журналом, выходящим на русском языке. Это старейший журнал в Центральной Азии, основанный еще в 1932 г. В первой половине девяностых журнал находился, возможно, на высшей ступени своего развития. На страницах «Звезды Востока» публиковались не только наиболее яркие авторы Узбекистана, прежде всего, представители ферганской школы русского стиха, но поэты и прозаики из Москвы, Санкт-Петербурга. Тираж в 1991–1996 гг. доходил до 250 тыс. экземпляров. Однако в 1996 г. журнал был разгромлен в результате кампании в официальной узбекской прессе, все руководство было вынуждено подать в отставку, и на протяжении последующего десятилетия «Звезда Востока» никак не заявляла о себе в масштабах русской литературы. В 2006 г. журнал прекратил свою деятельность, однако возобновил ее в начале 2007 г. Тогда была предпринята кратковременная и безуспешная попытка восстановления журнала. В 2009 г. издание было реорганизовано: образована новая, объединенная и единая для двух журналов редакция («Звезда Востока» — «Шарк Юлдузи»). «Звезда Востока» стала частью единого двуязычного проекта, другой его частью был выходящий на узбекском языке журнал «Шарк Юлдузи» [2].

Подводя итоги размышлений о судьбе русскоязычных журналов в постсоветском пространстве, можно сказать следующее. В том виде, в котором он сформировался в советскую эпоху, литературно-художественный «толстый» журнал фактически прекратил свое существование. И не только из-за геополитических изменений. Существенную роль сыграли процессы, происходившие с литературой на рубеже XX–XXI вв. в рамках русскоязычного пространства: наступление рыночной экономики, превалирование масскульты над элитарной культурой, доминирование визуальных видов искусства, развитие новых технологий и возможностей, приведших к диктату цифры, и т. д. Но, и это уже тренд 2010-х гг., постепенно восстанавливаются утраченные межличностные связи творческой интеллигенции, сохранившей традиции и память о продуктивности диалога культур (что не нуждается в господдержке). Новое поколение интеллектуалов-творцов ближнего зарубежья, ориентируясь на мировую литературу, в то же время понимает необходимость творческих контактов с Россией и начинает активно использовать возможности интернет-пространства для создания журналов нового типа [3].

1. Ермошина Г. Из глубины молчания. Звезда Востока: литературно-художественный журнал (Ташкент). 2007. № 3 // Знамя. 2008. № 6. С. 232–234.

2. Звезда Востока [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ferghana.ru> (дата обращения: 25.04.2016).

3. Кукулин И. Фотография внутренностей кофейной чашки // Новое лит. обозрение. 2002. № 54. С. 262–382.

4. Литературная Грузия (1957–2007): юбил. сб. / сост. и ред. Заза Абзианидзе. Тбилиси, 2008.

5. Литературная Грузия. 1957. № 1.

6. Литературная Грузия. 1969. № 12.

7. Литературная Грузия. 1988. № 12.

8. Литературная Грузия. 1997. № 1–6.

9. *Маргвелаивили Г.* «Свидетельствует вещей знак» // Лит. Грузия. 1978. № 9. С. 3–7.
10. *Мацкевич Н.* Их остается только трое... (русскоязычная пресса Литвы) // Слово.ру: Балтийский акцент. 2010. № 1–2.
11. *Снигирева Т. А., Подчиленов А. В.* Судьба «толстого» журнала в России // Снигирева Т. А., Подчиленов А. В. Век девятнадцатый и век двадцатый: реальности диалога. Екатеринбург, 2008. С. 134–150.
12. *Твардовский А.* По случаю юбилея // Новый мир. 1965. № 1.

Статья поступила в редакцию 03.05.2016 г.

УДК 070.1(470.342) + 94(470)“1917” + 330.33(09)

А. В. Антошин
В. А. Антошин

ПРЕССА И БИЗНЕС НА УРАЛЕ В УСЛОВИЯХ РЕВОЛЮЦИИ 1917 г. (на материалах Вятской губернии)

Статья посвящена особенностям взаимодействия прессы и бизнеса в Вятской губернии в 1917 г. Источниковой базой исследования послужили материалы архивов Кировской области, Удмуртии и Татарстана, а также региональная пресса. Авторы характеризуют различные методы, которые использовали предприниматели данного региона для отстаивания через СМИ своих интересов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: Вятская губерния; пресса; бизнес; революция 1917.

Проблемы взаимоотношений бизнеса и СМИ относятся к числу весьма актуальных. Каким образом экономические элиты оказывают влияние на региональные СМИ? Как это сказывается на контенте? Ответы на эти вопросы часто ищут исследователи современных СМИ. Между тем эта проблема, бесспорно, не является новой. Подобные процессы происходили еще в дореволюционной России. Можно говорить как о формировании специфических деловых изданий («Коммерсант», «Биржевой курьер», «Коммерческий телеграф» и др.), так и о влиянии крупного бизнеса на редакционную политику ведущих ежедневных газет. Некоторые аспекты данной темы затрагивались и в работах современных уральских историков печати, в частности Л. Д. Ивановой [9].

Общие проблемы истории уральской прессы в условиях революции 1917 г. также уже освещались региональными исследователями. В советский

АНТОШИН Алексей Валерьевич — доктор исторических наук, доцент, профессор кафедры востоковедения Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: alex_antoshin@mail.ru).

АНТОШИН Валерий Алексеевич — кандидат философских наук, профессор, профессор кафедры государственного и муниципального управления Уральского института Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Екатеринбург (e-mail: alex_antoshin@mail.ru).

© Антошин А. В., Антошин В. А., 2016

период выделялись, прежде всего, труды известного уральского историка печати В. А. Павлова [18]. В условиях перестройки и в постсоветский период данная проблематика затрагивалась в работах по истории политической борьбы на Урале в условиях революции 1917 г. (здесь можно назвать исследования Д. В. Бугрова, И. С. Огоновской, Н. Н. Попова и некоторых других историков) [17, 19]. Вместе с тем акцент в этих работах обычно делался на партийно-политической принадлежности того или иного органа печати. Проблема взаимоотношений этих изданий с региональными экономическими элитами указанными авторами почти не рассматривалась. Между тем предприниматели стремились отстаивать свои интересы в условиях революционных потрясений 1917 г. Как они использовали для этой цели прессу? В данной статье мы попытаемся ответить на этот вопрос.

Мы не случайно концентрируем внимание на ситуации в Вятской губернии. Именно здесь существовали сильные организации Всероссийского торгово-промышленного союза, которые более активно, чем в других уральских губерниях, пытались отстаивать интересы бизнеса в политической борьбе. Сотрудничая с другими политическими силами (прежде всего, с наиболее близкой им партией кадетов), они стремились в то же время не растворяться полностью в общелиберальных структурах. В Вятской губернии голос бизнеса звучал, возможно, более отчетливо, чем в соседних регионах.

Тем не менее в губернском центре в 1917 г. предприниматели не имели газеты, которая была бы нацелена на отстаивание их корпоративных интересов. Более того, весной 1917 г. не было ни одного издания, редакция которого полностью разделяла бы ценности, исповедуемые крупным и средним бизнесом региона. Информационные сообщения о создании и первых акциях Вятского торгово-промышленного союза (ВТПС) были опубликованы на страницах газеты «Вятская речь» — старейшей на тот момент в регионе. Ее редактором с 1907 г. был известный общественный деятель, старый народник Н. А. Чарушин. Он относился к тем политикам, которые со времен первой русской революции выступали за консолидацию либеральных и радикальных группировок на основе общедемократической программы. Это и привело к тому, что «Вятская речь» сотрудничала с кадетской партией и другими либеральными силами. Иногда «Вятскую речь» использовали для пропаганды своих взглядов и представители бизнеса. Именно на страницах этой газеты в апреле 1917 г. появилось воззвание Торгово-промышленного комитета уездного города Слободского, которое призывало к объединению предпринимателей. Характерно, что в соответствии с духом времени оно начиналось с обращения «Товарищи!». В воззвании, как и в других агитационных текстах того периода, приветствовалась русская революция. Но заметно и другое: предприниматели постарались сделать акцент на экономических проблемах, о которых большинство политических сил в тот момент почти не задумывалось. Купцы из Слободского заявляли, что старая власть «расточала народное достояние» [7]. Тем самым подразумевалось, что новое правительство должно сделать все для подъема национальной экономики.

Однако было совершенно очевидно, что политика редакции «Вятской речи» не могла полностью удовлетворить потребности регионального бизнеса. Ему

нужен был свой печатный орган. Уже в мае 1917 г. было принято решение о его издании. Вятские предприниматели собрали крупную сумму денег, приобрели собственную типографию.

Летом 1917 г. в губернском центре начала выходить ежедневная газета «Вятская мысль». Это был официальный орган кадетской партии, к которой примыкали многие бизнесмены региона. Редактором этого издания значилась В. В. Танаевская, оно выходило на четырех полосах с 22 июля по 19 декабря 1917 г. Это была главная либеральная газета Вятской губернии. Ее публицисты выступали за консолидацию российского общества на основе демократических ценностей. С одной стороны, они призывали бороться с тем «развалом», который царил в России осенью 1917 г.: «Тоска по твердой власти общая... Власть сама отказывается применять крайние меры, ею же самой введенные. Это ли действительно не беспомощное опускание рук?» [2]. Виновниками этой ситуации, по их мнению, в значительной мере были левые партии, которые «развалили русскую армию, разрушили всякую власть и всякий порядок» [4]. Главная опасность, по мнению «Вятской мысли», конечно, исходила от большевиков, против которых необходимо было применить силу: «Гнойный нарыв назрел, — подчеркивали либералы, — готов прорваться. И страна должна быть готова к его операции» [3].

С другой стороны, вятские кадеты отмежевались от выступления генерала Л. Г. Корнилова, поскольку считали его позицию «узурпацией воли народа». Публицист «Вятской мысли» патетически заявил по этому поводу: «Для конституционных демократов одинаково не приемлемы ни шапка Мономаха, ни колпак якобинца, ни диктатура Корнилова» [1].

Трудно сказать, насколько это стремление остаться на платформе демократической «февральской» государственности разделялось региональными экономическими элитами. Во всяком случае они открыто не заявили через «Вятскую мысль» о своем несогласии с этими идеями. Но в целом в Вятской организации кадетов, конечно, доминировали представители интеллигенции (помощник присяжного поверенного Н. В. Огнев, сотрудник прокуратуры И. А. Слодкевич и др.). Предприниматели региона не хотели растворяться в общелиберальной среде, стремились к тому, чтобы открыто отстаивать интересы своей социальной группы. Возможно, что к решительным действиям их подтолкнуло и взятие власти большевиками в Петрограде. В начале ноября 1917 г. они приняли решение идти на выборы в Учредительное собрание с отдельным списком Всероссийского торгово-промышленного союза. Список возглавили ведущие бизнесмены региона — председатель Вятского общества кожевенных заводчиков И. И. Лаптев, директор писчебумажной фабрики В. А. Савинцев, богатый купец Д. С. Родигин, владевший в уездном городе Яранске четырьмя домами и флигелем.

В ноябре 1917 г. они стали активнее использовать полосы «Вятской мысли» для пропаганды своих идей. Предприниматели заявляли, что будут стремиться устранить «разруху в государстве», «водворить порядок и законность», вывести страну из состояния анархии. Они полагали, что для достижения этих целей необходимо единство «всех государственно-мыслящих людей» [5]. Заметно, что большее, чем раньше, внимание стало уделяться проблемам экономического

развития страны. На страницах «Вятской мысли» региональный бизнес начал все активнее заявлять о необходимости упорядочить финансовую систему, укрепить курс рубля, восстановить разрушенную систему торговли и т. д. [6]. Используя возможности данного общелиберального издания, вятские предприниматели заявляли: отечественная промышленность стоит на пороге развала. При этом акцент делался на необходимости развития «свободной» экономики (речь, очевидно, шла о ликвидации барьеров, которые мешали развитию бизнеса). Это были те идеи, в реализации которых были заинтересованы прежде всего предприниматели региона.

Однако выход на выборы с отдельным избирательным списком, возможно, был ошибкой вятских предпринимателей. Раскол либерального лагеря привел к тому, что ни ВТПС, ни партия кадетов не смогли добиться серьезных успехов на выборах в Учредительное собрание. В большинстве уездов Вятской губернии ВТПС занял 6–8-е места, уступив эсерам, кадетам, большевикам, народным социалистам и некоторым другим политическим силам.

Крупным торговым городом Вятской губернии, где были активны предпринимательские круги, являлся Сарапул. Видным общественным деятелем здесь был, например, торговец железными, скобяными и другими товарами А. В. Ныров. В Сарапуле предпринимательские круги для пропаганды своих идей пытались использовать газету «Кама», издававшуюся Ф. В. Грачевым под редакцией А. А. Метешкина. В целом она находилась на либеральных позициях, близких к партии кадетов. Весной 1917 г. она призывала население «сохранять спокойствие», выступала против «разгула страстей и разгула толпы» [10]. «Кама» предостерегала своих читателей от понимания свободы как «делай всяк, что хочет»: это, писали публицисты газеты, «свобода преступника, свобода хулигана». На страницах сарапульской газеты подчеркивалось: «Законы необходимы и при новых порядках, и исполняться они будут еще строже, чем при старых. Всякое своеволие, всякое насилие, всякий беспорядок — это удар по новому правительству» [11].

Очевидно, что сарапульские купцы разделяли эти идейные установки. Они понимали, что поступательное развитие российской экономики возможно только в условиях политической стабильности. «Кама» публиковала воззвания Купеческого общества Сарапула, избирательные списки Деловой группы, которая в союзе с кадетами участвовала в выборах в местную городскую думу летом 1917 г. Однако в этом блоке все-таки доминировала кадетская интеллигенция (частный поверенный М. И. Дрягин, земский врач А. И. Шиляев и др.). Возможно, поэтому одна из групп местных купцов все-таки решила идти на выборы отдельно. Однако ни той, ни другой политической силе (даже используя возможности газеты «Кама») не удалось добиться успеха и отстоять интересы регионального бизнеса: на выборах победили социалисты — доминировавшая сила русской революции 1917 г.

Особняком стоит пример находившейся в Яранском уезде слободы Кукарка. Здесь возникла, пожалуй, единственная газета, прямо связанная с предпринимательскими кругами. Это была газета «Кукарская жизнь», выходившая на двух полосах два раза в неделю в апреле — ноябре 1917 г. Редактировали газету Н. В. Баранов и П. П. Носов, а издателем значился Д. Д. Якимов — владелец

пароходной конторы. Все они являлись видными деятелями Кукарского торгово-промышленного комитета, созданного в апреле 1917 г.

С первых дней существования комитета «Кукарская жизнь» стала его печатным органом. Здесь печатались посланные местными предпринимателями приветственные телеграммы князю Г. Е. Львову и министрам Временного правительства. Как и другие либеральные издания, «Кукарская жизнь» выступала за консолидацию российского общества и стабильное, поступательное развитие страны. Осуждая революционный хаос, ее публицисты подчеркивали: «Корни анархии зашли глубоко. Родина в большой опасности». Они указывали, что необходимо уважение населения к государственной власти. Важным элементом идеологии «Кукарской жизни» был патриотизм. Указывая, что нельзя ставить партийные интересы выше национальных, кукарские предприниматели напоминали: «Прежде всего, каждый должен быть патриотом» [12].

В связи с этим не случайно, что борьба с большевизмом стала одной из важнейших тем на страницах «Кукарской жизни». Публицисты газеты делали знак равенства между понятиями «большевизм» и «анархия», указывая на непатриотизм большевистских лидеров. «Вы никогда не поймете нас, — обращались кукарские предприниматели к большевикам. — Вашей интернациональной душе чуждо горячее чувство любви к Родине». Для авторов «Кукарской жизни» В. И. Ленин и его партия были «кучкой темных негодяев, прикрывшей себя ложными многообещающими лозунгами, играющей на темных инстинктах солдатской и рабочей массы» [13].

Тот факт, что большевики устраивали свои наиболее громкие акции именно в столице, привел к тому, что Д. Д. Якимов и его коллеги даже начинали негативно относиться к самому Петрограду. Они использовали для характеристики этого города такие эпитеты, как «немецкий», «провокационный» и даже «навозная куча». «Гнилой» столице на страницах «Кукарской жизни» противопоставлялась «здоровая» провинция, в том числе, очевидно, и слобода Кукарка. Квинтэссенцией патриотических установок предпринимателей из скромной слободы в Яранском уезде были слова: «Мы ни на минуту не подумали, что после Романова не стало и России. Нет, она была, есть и будет» [13].

Однако, к сожалению, и тот факт, что единственная в Кукарке газета издавалась местным торгово-промышленным комитетом, не помог региональному бизнесу. Показательно, что список «группы общественных деятелей», возглавляемый П. П. Носовым и Д. Д. Якимовым, проиграл выборы в волостное земство Кукарки в августе 1917 г. Победу все-таки одержали более левые Совет крестьянских депутатов и Кукарское сельское общество. Настроение населения в 1917 г. не соответствовало тем лозунгам, которые пытались транслировать региональные экономические элиты. Охватившее страну «революционное нетерпение», желание быстро решить все проблемы, стоявшие перед Россией, не сочеталось с идеями стабильности и порядка, отстаиваемыми Вятским торгово-промышленным союзом и ему подобными группировками.

Именно предприниматели были среди главных жертв этой революционной стихии. Лозунг «Грабь награбленное!» уже осенью 1917 г. воспринимался частью

населения как руководство к действию. Так, в Елабуге в сентябре 1917 г. произошли солдатские волнения, участники которых требовали обыскать местных торговцев, якобы припрятавших хлеб. В ходе волнений произошло несколько самочинных обысков, в результате одного из них у крупного предпринимателя было украдено 10 тыс. руб. [15].

Как отмечали советские историки, именно сильные позиции, которые имел бизнес в ряде городов Вятской губернии (Яранск, Елабуга, Сарапул и др.), наличие в некоторых из них контролируемых предпринимателями СМИ обусловили запаздывание большевизации этих населенных пунктов [14, 41]. Тем не менее в конце 1917 — начале 1918 г. в губернии установилась советская власть. Первые месяцы ее существования, ознаменовавшиеся «красногвардейской атакой на капитал», свидетельствовали, что опасения финансировавшейся региональным бизнесом прессы, которые высказывались в предшествующий период, были вполне обоснованы. Повсеместно начались обложения предпринимателей чрезвычайными налогами «на нужды революции». Уже в феврале 1918 г. Вятский губисполком Советов обложил буржуазию налогом в 10 млн руб. Тех предпринимателей, которые не желали платить, арестовывали [8]. В марте 1918 г. Вятский губернский комиссар финансов направил телеграмму во все уезды. В этом документе содержалось прямое указание: «От центра средств не ожидать, а беспощадно облагать буржуазию и требовать немедленных поступлений налогов наличными деньгами». Дело дошло до того, что в Елабуге местные власти даже решили, что от предпринимателей надо требовать только наличные, а то «буржуазия бежит в казначейство и скоро в нем не останется ни копейки» [16].

Все это происходило уже в условиях отсутствия в регионе прессы, в которой так или иначе отстаивались интересы бизнеса. Все «буржуазные» газеты губернии были закрыты новой властью. Предприниматели уже не могли через СМИ даже пытаться привлечь внимание общества к своим нуждам.

Конфискации имущества у предпринимателей будут проходить в условиях большевистского режима на всем протяжении Гражданской войны в регионе. В результате Ижевско-Воткинского восстания советская власть на некоторое время будет свергнута (и возродится «буржуазная» пресса), однако в 1919 г. большевики вернутся — на этот раз уже более чем на 70 лет. И вновь повторится ситуация конца 1917 — начала 1918 г.: закрытие связанной с бизнесом прессы, обыски, конфискации имущества. В июне 1919 г. жительница торгового Сарапула М. Н. Михеева обратилась с заявлением к новым властям: «Прошу Ревком дать мне знать, имеет ли право комиссия по описи имущества отобрать мое имущество как не уехавшей с белыми... Мои сундуки разломаны и имущество перемешано с другим, отобранным от разных людей» [20]. Такие случаи в условиях большевистского режима станут повсеместны.

Таким образом, анализ исторических источников показывает, что предприниматели Вятской губернии пытались оказывать влияние на развитие средств массовой информации в регионе в 1917 г. Однако формы этого влияния были различны. В некоторых случаях речь шла о финансировании изданий либеральной направленности, в рамках которых происходило взаимодействие бизнеса

и кадетской интеллигенции. При этом бизнес получал более широкую аудиторию этих изданий, однако ему приходилось считаться с размещением в них статей, которые могли не в полной мере отражать предпринимательские интересы. Другой вариант — создание региональным бизнесом своего СМИ, которое было нацелено на отстаивание интересов местных предпринимателей. Все эти издания были закрыты после прихода к власти большевиков, а их владельцы и читатели испытали на себе «красногвардейскую атаку на капитал».

1. Вятская мысль (Вятка). 1917. 20 сент.
2. Вятская мысль. 1917. 22 сент.
3. Вятская мысль. 1917. 1 окт.
4. Вятская мысль. 1917. 24 окт.
5. Вятская мысль. 1917. 2 нояб.
6. Вятская мысль. 1917, 30 нояб.
7. Вятская речь (Вятка). 1917. 26 апр.
8. Государственный архив Кировской области (ГАКО). Ф. р-875. Оп. 1. Д. 4. Л. 30.
9. *Иванова Л. Д.* Типологические особенности деловых корпоративных СМИ рубежа XIX–XX вв. // Вопросы истории и теории журналистики. Екатеринбург, 2013. С. 62–70.
10. Кама (Сарапул). 1917. 3 марта.
11. Кама. 1917. 7 марта.
12. Кукарская жизнь (Кукарка). 1917. 11 мая.
13. Кукарская жизнь. 1917. 13 июля.
14. *Макаров Ф. П.* Октябрь и Гражданская война в Удмуртии. Ижевск, 1932.
15. Национальный архив Республики Татарстан (НАРТ). Ф. 1356. Оп. 1. Д. 18. Л. 2.
16. Народная воля (Елабуга). 1918. 15 апр.
17. *Огоновская И. С.* Борьба политических партий на Урале за идейное влияние в массах в 1917 г. (по материалам периодической печати) : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Свердловск, 1991.
18. *Павлов В. А.* Крах буржуазной прессы Урала 1917 года // Вопросы истории печати. Свердловск, 1974. С. 41–59.
19. *Попов Н. Н., Бугров Д. В.* Бремя упущенных возможностей: Урал в 1917 году. Екатеринбург, 1997.
20. Центральный государственный архив Удмуртской Республики (ЦГАУР). Ф. р-490. Оп. 1. Д. 13. Л. 18.

Статья поступила в редакцию 05.04.2016 г.

УДК 159.923 + 159.944.4 + 159.964

В. А. Дудин
Е. Л. Доценко

ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ ДИАГНОСТИКИ СИСТЕМЫ ЖИЗНЕОБЕСПЕЧЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Описаны этапы разработки и результаты психометрической проверки инструмента диагностики реакций людей на жизненные трудности. В основу методики положена модель «Система жизнеобеспечения личности», описывающая уровни реагирования на жизненные трудности: психосоматическое реагирование, защитные и копинг-стратегии, личностные ресурсы.

К л ю ч е в ы е с л о в а: система жизнеобеспечения личности; жизненная трудность; психосоматическое реагирование; психологические защиты; копинг-стратегии; личностные ресурсы; психосемантика; семантический дифференциал; психометрическая проверка.

Действия, с помощью которых человек справляется со своими жизненными трудностями, определяют его личностный потенциал, социальную компетентность, самочувствие и состояние здоровья. В работе психолога порой возникает необходимость оценить стратегии жизнеобеспечения человека в целом, их выраженность относительно друг друга. Диагностика элементов системы жизнеобеспечения у индивидуума с помощью существующих методик затруднительна, так как: 1) среди сравнительно релевантных методик (подвергнуты анализу 53 из них, суммарно 240 шкал) не было обнаружено тех, которые давали бы прямой результат; 2) с помощью батареи методик это сделать слишком трудоемко, да и разработаны они в рамках разных теоретических и методических подходов. В связи с чем возникла потребность в разработке оригинального инструмента.

ДУДИН Виталий Александрович — аспирант кафедры общей и социальной психологии Тюменского государственного университета (e-mail: dudinvitalij@yandex.ru).

ДОЦЕНКО Евгений Леонидович — доктор психологических наук, профессор кафедры общей и социальной психологии Тюменского государственного университета (e-mail: dotsenko_e@bk.ru).

© Дудин В. А., Доценко Е. Л., 2016

При создании новой методики разработчик должен считаться с возможностями и ограничениями как вопросниковых, так и проективных методик. Промежуточное положение между ними занимают психосемантические методы, потому как они в большей мере позволяют объективно выявлять информацию о слабо осознаваемых поведенческих стратегиях, связях и установках человека. Важно также то, что они в меньшей степени подвержены риску мотивационных искажений, что достигается за счет «непрозрачности» для испытуемого стимульного материала.

Цель работы — подготовить и дать психометрическое обоснование методике диагностики уровней жизнеобеспечения (локуса жизнеобеспечения).

Возможности инструмента (сведения, которые предполагается получить посредством инструмента):

1. Характер субъективно значимых жизненных трудностей человека: интерес к экзистенциальным вопросам; озабоченность защитой себя от мира, воспринимаемого как опасный или враждебный, отсутствие интереса к чему-либо другому; сведение своих интересов к вопросам здоровья, которое «постоянно подводит».

2. Предпочитаемые стратегии решения значимых жизненных трудностей — то, как на момент тестирования испытуемый справляется со своими трудностями. Возможно, он преодолел трудности, раньше казавшиеся ему неразрешимыми; или, не преодолев их, избегает упоминания об этом (уровень психологических защит). При психологическом консультировании методика способна помочь определить точку начала и возможный вектор интервенции. Методика модельно показывает ведущий уровень системы жизнеобеспечения испытуемого, первоначально актуализируемый в момент встречи с жизненной трудностью. Соответственно, если это будет уровень психосоматических процессов, то в начале интервенции нет большой необходимости выстраивать работу на личностном уровне.

3. Степень адекватности и конструктивности действий по преодолению жизненных затруднений. Так, возможно, испытуемый защищается от аффекта, в то время когда необходимо принять вызов и выработать решение.

4. Способность человека корректировать свои стратегии преодоления жизненных трудностей. Речь идет о гибкости при их выборе, учете эффективности первоначально использованных стратегий.

Теоретическая основа

Модель «Система жизнеобеспечения личности» (далее — СЖЛ) разработана М. В. Богдановой и Е. Л. Доценко [3] для целостного описания процессов, ответственных за решение человеком своих жизненных задач, равно как и для объяснения механизмов взаимодействия между ними.

Выделены четыре группы способов, используемых людьми при решении жизненных трудностей (даны в порядке их появления в качестве предмета исследований):

- психологические защиты [7, 12, 14, 15, 17];
- психосоматические процессы [1, 5, 9, 18],
- копинг-стратегии [2, 13, 19, 20],

- личностные ресурсы [6, 8, 10, 11].

В модели СЖЛ эти процессы иерархизированы в уровни следующим образом («снизу» до «верху»):

Уровень *психосоматических процессов* составляют разного рода соматические реакции, реализующие защитно-адаптационные функции организма. Процессы могут локализоваться в рамках иммунной системы, психофизиологических ответов на стресс, а также в виде психосоматических сбоев.

Уровень *психологических защит* представляет собой набор неосознаваемых защитно-адаптационных механизмов, включающихся в ответ на фрустрирующую и угрожающую психологическую ситуацию. Тревога по поводу такой угрозы снимается за счет частичного искажения реальности.

Уровень *копинг-стратегий* включает в себя систему преимущественно осознаваемых адаптивно ориентированных психических процессов и поведенческих стратегий, направленных на оптимизацию характеристик текущей деятельности (внешнего и внутреннего плана) по решению жизненных задач в случаях возникновения препятствий для ее реализации.

Уровень *личностных ресурсов* составляют душевные и духовные процессы, такие как личностный потенциал, личностная сила и жизнестойкость, ключевые поступки, ценностные предпочтения и смысловые преобразования.

Модель полагает, что затруднения при решении жизненных проблем возникают при нарушении работы уровней СЖЛ: при диспропорциях, функциональном несоответствии, рассогласовании и т. п.

Ход разработки инструмента

Предметом диагностики, обеспечивающим доступ к интересующей информации, определена операциональная готовность, под которой понимается часть категориальной системы индивидуальных значений [4] и одновременно «сквозной» процесс для всех уровней системы жизнеобеспечения. Операциональная готовность возникает как результат категоризации события (явления или объекта) в терминах действий (операций) с ним, окрашенной мотивационно значимым отношением. В соответствии с моделью системы жизнеобеспечения выделены 4 типа операциональных готовностей: а) проявить отношение телесно; «выпустить пар», дать волю чувствам или, наоборот, заблокировать телесный импульс; б) защититься, спрятаться, оправдаться, сбежать, скрыться; в) подумать, составить план, логически решить задачу; г) открыться, принять вызов, развить себя, отнестись по-философски и пр. В качестве инструмента, адекватного предмету диагностики, был выбран семантический дифференциал (далее — СД).

Для отбора **дескрипторов** использовались результаты 3 фокус-семинаров (всего 58 участников) — процедуры качественного исследования, позволяющей извлечь семантический материал из более глубоких слоев сознания участников. Далее с помощью *экспертной оценки* (30 психологов, 12 из которых кандидаты психологических наук) семантический материал, полученный на фокус-семинаре, распределялся по уровням системы жизнеобеспечения. На основе данных оценок

были определены словосочетания, пригодные для включения в СД в качестве дескрипторов. Для определения возможных **объектов шкалирования** был составлен список из 24 ситуаций, описывающих типичные жизненные затруднения (список жизненных трудностей).

Процедура обследования состоит из трех шагов:

1. Испытуемому предлагается выбрать из списка жизненных трудностей четыре, которые оставили след в его жизни, запомнились ему.

2. Испытуемый отвечает на уточняющие вопросы методики, позволяющие наполнить ситуации реальными событиями, а исследователю — однозначно установить релевантность выбранных им трудностей тому или иному уровню СЖЛ.

3. Испытуемый заполняет таблицу СД, где объектами шкалирования выступают отобранные им жизненные трудности, а дескрипторами — слова или словосочетания, откалиброванные по уровням СЖЛ (и соответственно шкалам СД) и выражающие активизацию соответствующих уровней.

4. Для обеспечения большей глубины обследования в инструмент закладывается процедура *структурированного наблюдения*. Эта возможность обеспечивается за счет того, что ситуация обследования в некоторой степени воспринимается испытуемым как трудная: методика требует от испытуемого обращения к личному опыту, рефлексии и выполнения монотонной работы. Психолог может наблюдать, каким образом человек действует, находясь в состоянии решения трудности (осмысление скучного задания, самоорганизация, поддержка состояния и т. п.).

Пилотажная проверка методики

Испытуемыми выступили 202 человека в возрасте 18–65 лет. Перед применением статистических критериев обработки выполнена *проверка на нормальность распределения* данных по каждой шкале. Данные всех шкал диагностического инструмента имеют нормальное распределение, с медианой, близкой к центру шкалы. Оценка с помощью *t*-критерия Стьюдента показала статистически значимые различия между шкалами инструмента.

Для оценки сходства применялся коэффициент корреляции Пирсона (табл. 1).

Таблица 1

Корреляционные связи шкал диагностического инструмента

Уровень СЖЛ	Копинг-стратегии	Психологические защиты	Психосоматическое реагирование
Личностные ресурсы	0,81***	0,40***	0,35***
Копинг-стратегии		0,36***	0,31***
Психологические защиты			0,73***

*** — $p \leq 0,001$.

Наличие корреляционной связи шкал, наряду со статистически значимыми различиями между ними, свидетельствует о том, что психодиагностический инструмент настроен на диагностику разных феноменов, при этом относящихся к единой взаимосвязанной системе. Низкие корреляционные связи между шкалами, диагностирующими отдаленные друг от друга феномены, и высокие корреляции между «соседними» феноменами хорошо согласуются с теоретической моделью СЖЛ.

Для выявления возможных латентных переменных, соответствующих операциональным готовностям и определяющих различия феноменов (теоретически выявленных уровней) жизнеобеспечения, проведен факторный анализ. Факторизовались дескрипторы СД, получены 4 фактора (табл. 2).

Таблица 2

Доля объясненной дисперсии

Факторы	Величина вклада фактора в общую дисперсию	Сумма вкладов факторов в общую дисперсию нарастающим итогом
1	22,0	22,0
2	12,0	34,1
3	4,1	38,2
4	3,1	41,3

В табл. 3 показано распределение дескрипторов, соотнесенных с уровнями СЖЛ, по полюсам факторов.

Таблица 3

Распределение дескрипторов по факторам

Уровень СЖЛ	Фактор 1 (22 %)	Фактор 2 (12 %)	Фактор 3 (4,1 %)	Фактор 4 (3,1 %)
Положительный полюс фактора				
Личностные ресурсы	2	1	7	6
Копинг-стратегии	7	0	2	0
Психологические защиты	2	10	0	2
Психосоматическое реагирование	0	8	2	0
Диапазон значений факторных нагрузок дескрипторов (от – до)	0,75 – 0,63	0,75 – 0,44	0,67 – 0,48	0,41 – 0,21
Отрицательный полюс фактора				
Личностные ресурсы	0	7	0	2
Копинг-стратегии	0	0	0	0
Психологические защиты	4	0	5	0
Психосоматическое реагирование	4	0	3	6
Диапазон значений факторных нагрузок дескрипторов (от – до)	-0,16 – 0,03	-0,13 – 0,05	-0,15 – 0,04	-0,44 – 0,20

Из табл. 3 видна тенденция к дифференциации дескрипторов, отнесенных к уровням СЖЛ. Положительный полюс фактора 1 сгруппировал дескрипторы, релевантные уровню копинг-стратегий, на противоположном полюсе ему противопоставлены защиты и психосоматические реакции. Положительный полюс фактора 2 наполнен дескрипторами из уровня психологических защит (сопряжен с психосоматическими реакциями), на противоположном полюсе ему противопоставлены дескрипторы из уровня личностных ресурсов. Фактор 3 хорошо дифференцирует уровни личностных ресурсов и психологических защит, а фактор 4 — уровни личностных ресурсов и психосоматических реакций.

Дескрипторы, релевантные уровням психологических защит и психосоматического реагирования, имеют тенденцию к объединению (см. факторы 1 и 2 в табл. 3 и корреляцию между ними в табл. 1). В обыденном сознании эти феномены слабо дифференцируются, вероятно, в силу того, что и те и другие в значительной степени лежат за рамками осознания и выполняют схожие «архаические» функции — защиту тела и психики соответственно. Как следствие, они репрезентируются схожими, а иногда и одинаковыми вербальными средствами. А вот феномены уровней личностных ресурсов и копинг-стратегий, высоко связанные между факторами в целом (табл. 1), внутри факторов не склеивались.

В каждый фактор вошло некоторое количество дескрипторов, отнесенных процедурой экспертной калибровки к другим уровням СЖЛ (вероятно, в раздаточном материале фокус-семинаров не удалось полностью развести типы жизненных трудностей по уровням). С целью настроить шкалы диагностического инструмента на диагностику требуемых феноменов проведены ряд процедур. Среди дескрипторов выбирались те, которые потенциально могут усложнять дифференциацию феноменов:

- с высокой и низкой средней факторной нагрузкой;
- с высоким и низким средним значением оценок их испытуемыми;
- преимущественно встречающиеся (во всех факторах) среди дескрипторов, отнесенных к другому уровню СЖЛ.

Далее проводился качественный анализ и сопоставление вышеописанных показателей. В результате принималось решение об исключении либо переквалификации дескриптора под задачи другого уровня. Описанным операциям были подвергнуты 18 (из 61) дескрипторов (14 исключены, 4 переквалифицированы). В табл. 4 представлены примеры проделанных операций.

Внесенные изменения позволили немного сократить список дескрипторов, сделать методику более компактной. Повторная факторизация скорректированной матрицы показала более высокое соответствие факторной структуры (шкал методики), заложенной в основу методики модели жизнеобеспечения личности. Таким образом, была повышена точность измерения исследуемого конструкта (конструктная валидность) и надежность шкал инструмента по внутренней согласованности.

Таблица 4

Примеры совершенных операций по модификации инструмента

№ п/п	Формулировка дескриптора	Уровень СЖЛ, к которому отнесен дескриптор при калибровке	Операция, совершенная с дескриптором	Основания операции
1	Глубокие размышления	Личностные ресурсы	Исключен	Высокое среднее значение оценки (4,55), смешивание с дескрипторами всех уровней
2	Забывать, забытый	Копинг-стратегии	Исключен	Смешивание с дескрипторами иных уровней, низкая факторная нагрузка (0,17)
3	Безответственность, перекалывание ответственности	Психологические защиты	Исключен	Низкая средняя факторная нагрузка (0,18), смешивание со всеми уровнями
4	Кусать	Психосоматические процессы	Исключен	Низкое среднее значение по оценкам всех испытуемых (1,29), смешивание с уровнями личностных ресурсов и психологической защиты
5	Прощение	Психологические защиты	Переквалифицирован в дескриптор уровня ЛР	Встречается преимущественно среди дескрипторов уровня личностных ресурсов, в том числе с высокой нагрузкой

Выводы

1. Разработана методика, названная «Локус жизнеобеспечения», позволяющая: а) выявить характер субъективно значимых жизненных трудностей человека и действий, применяемых им для их преодоления; б) оценить степень адекватности и конструктивности используемых действий; г) оценить способность человека корректировать действия по преодолению жизненных трудностей.

2. Факторная структура диагностического инструмента соответствует заложенным в него шкалам, измеряющим операциональные готовности, релевантные психосоматическим процессам, психологическим защитами, копинг-стратегиям, личностным ресурсам.

3. Эмпирически зафиксировано наличие в обыденном сознании качественно разных способов преодоления жизненных трудностей, хорошо

корреспондирующих с заложенными в теоретическую модель, а именно: психосоматическое реагирование, психологические защиты, копинг-стратегии, личностные ресурсы.

1. *Александр Ф.* Психосоматическая медицина / пер. с англ. С. Могилевского. М., 2002. 352 с.
2. *Богданова М. В.* Место копингов в системе жизнеобеспечения личности. // Психология стресса и совладающего поведения : материалы III Междунар. науч.- практ. конф. : в 2 т. Кострома, 2013. С. 80–81.
3. *Богданова М. В., Доценко Е. Л.* Саморегуляция личности: от защит к созиданию. Тюмень, 2010. 203 с.
4. *Доценко Е. Л., Вахитова З. З.* Психосемантика. Тюмень, 2013. 336 с.
5. *Доценко Е. Л., Суховой Ю. Г.* Психоиммунное единство системы жизнеобеспечения // Вестн. ТюмГУ. 2012. № 9. С. 134–141.
6. *Леонтьев Д. А.* Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. 2-е изд., испр. М., 2003. 487 с.
7. *Мак-Вильямс Н.* Психоаналитическая диагностика: понимание структуры личности в клиническом процессе : пер. с англ. М., 2001. 480 с.
8. *Омаров Э. З., Доценко Е. Л.* Особенности личностной зрелости успешных и неуспешных предпринимателей : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Тюмень, 2011.
9. *Райх В.* Функции оргазма. М., 1997. 150 с.
10. *Столин В. В.* Самосознание личности. М., 1983. 288 с.
11. *Франкл В.* Воля к смыслу. М., 2000. 368 с.
12. *Фрейд З.* Психология бессознательного СПб., 2007. 140 с.
13. *Хекхаузен Х.* Личностные и ситуационные подходы к объяснению поведения // Психология социальных ситуаций : хрестоматия / сост. и общ. ред. Н. В. Гришиной. СПб., 2001.
14. *Хорни К.* Наши внутренние конфликты. СПб., 1997. 240 с.
15. *Хорни К.* Невроз и развитие личности. М., 1998. 375 с.
16. *Шмелев А. Г.* Психодиагностика личностных черт. СПб., 2002. 480 с.
17. *Wovins B.* Psychological Defense Mechanisms: A New Perspective // The American Journal of Psychoanalysis. 2014. № 64(1). P. 1–26.
18. *Glasser W.* Counseling With Choice Theory: The New Reality Therapy. N. Y., 2000.
19. *Jim H. S., Richardson S. A., Golden-Kreutz D. M., Andersen B. L.* Strategies used in coping with a cancer diagnosis predict meaning in life for survivors // Health Psychology. 2006. № 25 (6).
20. *Lazarus R., Folkman S.* Stress, Appraisal and Coping. N. Y., 1984.

Статья поступила в редакцию 26.04.2016 г.

УДК 159.922 + 159.923.31

Ю. Д. Черткова
О. С. Алексеева
А. Я. Фоминых

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЖИЗНЕСТОЙКОСТИ С УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬЮ ЖИЗНЬЮ

Удовлетворенность жизнью представляет собой когнитивный компонент в структуре показателей общего благополучия. В данном исследовании удовлетворенность жизнью сопоставляется с личностной характеристикой, отражающей видение окружающего мира и себя в мире и способность действовать в стрессовых ситуациях, — жизнестойкостью. Выборка исследования — 401 респондент (55,88 % женщин; возраст от 18 до 78 лет, $M = 26,58$; $SD = 12,91$). В работе показано, что все три компонента жизнестойкости (включенность, контроль, принятие риска) имеют достаточно тесные связи с удовлетворенностью жизнью ($r = 0,3-0,4$; $p < 0,001$).

Ключевые слова: удовлетворенность жизнью; психологическое благополучие; жизнестойкость.

Удовлетворенность жизнью (life satisfaction — *LS*) — это когнитивный компонент субъективного психологического благополучия. Он отражает оценку субъектом своей жизни в целом, без детализации и обращения к ее отдельным составляющим. Оценивая свою жизнь, человек не пользуется заданными извне (в частности, интервьюером) критериями, он опирается на свое представление о важном и второстепенном, значимом и незначимом, радующем и огорчающем. Формирование этой оценки, несомненно, связано с жизненными событиями, однако во многом базируется на личности респондента и его восприятии ситуации.

Первый метаанализ связей удовлетворенности жизнью с особенностями личностной сферы продемонстрировал, что в значительной мере *LS* связана с активностью, в том числе в социальной сфере [3]. Впоследствии была показана связь общего психологического благополучия с разноплановыми психологическими характеристиками — обобщенными чертами личности (экстраверсией, сознательностью, невротизмом), особенностями темперамента (самонаправленностью, избеганием вреда), чертами, которые традиционно относят к негативным свойствам (перфекционизмом, нарциссизмом и пр.) [8, 9].

Поскольку удовлетворенность жизнью в той или иной степени опирается на успешность в преодолении стрессовых ситуаций, достижении поставленных

ЧЕРТКОВА Юлия Давидовна — кандидат психологических наук, доцент факультета психологии Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (e-mail: y_chertkova@mail.ru).

АЛЕКСЕЕВА Ольга Сергеевна — научный сотрудник Психологического института Российской академии образования, г. Москва (e-mail: olga__alexeeva@mail.ru).

ФОМИНЫХ Анна Яновна — младший научный сотрудник Психологического института Российской академии образования, г. Москва (e-mail: Aj.fominykh@gmail.com).

© Черткова Ю. Д., Алексеева О. С., Фоминых А. Я., 2016

целей, на готовность к переменам в разных сферах жизни, то для нее оказываются значимы также регуляторные характеристики и эффективность копинг-стратегий [2].

Таким образом, комплексная характеристика, отражающая устойчивость человека в стрессовых ситуациях, аттитюды в отношении окружающего мира и себя в мире, — жизнестойкость [7] может быть связана с субъективным психологическим благополучием.

Было показано, что жизнестойкость тесно связана с физическим и психическим здоровьем [5, 11, 12], рядом позитивных личностных характеристик, которые, в свою очередь, связаны с общим благополучием (оптимизм, самооффективность и пр.) [1], удовлетворенностью различными аспектами работы [6].

Данная статья представляет собой часть исследования, посвященного анализу источников межиндивидуальной изменчивости негативных личностных черт (поддержано РГНФ, грант № 15-06-10847а «Природа вариативности негативных черт личности: близнецовое исследование», рук. Ю. Д. Черткова). В рамках исследования рассматриваются адаптивные и дезадаптивные составляющие различных личностных черт и их влияние на различные сферы жизни. Задачей этой части работы было проанализировать вклад жизнестойкости в субъективное психологическое благополучие респондентов и сопоставить полученные данные с западными исследованиями.

Испытуемые. Выборка включает в себя 401 респондента (55,88 % женщин; возраст от 18 до 78 лет, $M = 26,58$ $SD = 12,91$).

Методики. В качестве показателя общего благополучия выступала удовлетворенность жизнью, которая диагностировалась по шкале удовлетворенности жизнью Динера (Satisfaction with Life Scale — SWLS) [11, 12]. Она включает в себя 5 вопросов:

1. В целом моя жизнь близка к тому, что я считаю идеальным.
2. У меня отличные условия для жизни.
3. Я удовлетворен своей жизнью.
4. На сегодняшний день я преуспел во всем, что важно в жизни.
5. Если бы я мог прожить жизнь заново, я бы почти ничего не стал менять.

Испытуемые оценивали согласие с этими утверждениями по шкале Ликерта (от 1 до 5 баллов).

Кроме того, испытуемым задавали вопросы об удовлетворенности частными сторонами жизни — карьерой и межличностными отношениями. Оценка предполагала два аспекта — соотнесение с достижениями других людей («моя карьера такая же, как у других людей») и собственно удовлетворенность («я удовлетворен своей карьерой»).

Жизнестойкость (ЖС) диагностировалась по опроснику Д. А. Леонтьева и Е. И. Рассказовой, который является адаптацией методики Hardiness Survey, разработанной С. Мадди [1]. Опросник позволяет оценить три компонента жизнестойкости (вовлеченность, контроль и принятие риска) и обобщенный показатель ЖС. Опросник содержит 45 утверждений, каждое из которых оценивалось респондентом по шкале от 1 до 5 баллов.

Обработка данных. Обработка результатов производилась с использованием языка программирования R (R-3.2.3 Wooden Christmas-Tree) и статистического пакета Statistica 8.0. Для оценки взаимосвязи переменных использовались коэффициенты ранговой корреляции Спирмена. Различия между группами оценивались путем сопоставления средних (по t -критерию Стьюдента), дисперсий (по F -отношению) и путем проведения множественных сравнений (ANOVA).

Результаты исследования

Удовлетворенность жизнью. Ответы испытуемых на вопросы об удовлетворенности жизнью варьировали от «нет, я совершенно не удовлетворен жизнью» до «я совершенно удовлетворен жизнью». Суммарный балл по шкале Динера — от 5 до 25 ($M = 15,74$; $SD = 4,46$).

В обобщенном показателе LS не наблюдается половых различий. Личной жизнью мужчины удовлетворены больше, чем женщины ($3,88$ vs $3,59$, $p < 0,05$). Они также склонны считать, что их карьера складывается лучше, чем у других ($3,30$ vs $3,07$, $p < 0,05$). Интересно, что показатели удовлетворенности карьерой у мужчин и женщин не отличаются.

Люди разного возраста одинаково удовлетворены жизнью в целом, однако с возрастом несколько снижается удовлетворенность личной жизнью и карьерой. При анализе удовлетворенности жизнью в отдельных возрастных подгруппах становится очевидно, что она меняется нелинейно — максимальная удовлетворенность жизнью в 41–50 и в 60+ лет.

Жизнестойкость. Суммарный балл по тесту жизнестойкости теоретически может быть от 45 до 225. В нашей выборке он варьировал от 75 до 211 ($M = 142,53$; $SD = 24,33$).

Значимые половые различия наблюдаются только по одной шкале теста — «Контроль» ($45,97$ vs $50,11$, $p < 0,001$). Мужчины в большей степени, чем женщины, ощущают себя способными влиять на происходящее. По двум другим шкалам и по общей оценке жизнестойкости мужчины и женщины не различаются.

Две составляющих жизнестойкости — вовлеченность и принятие риска увеличиваются с возрастом, контроль — снижается. Вследствие этого общий балл по тесту жизнестойкости значимо с возрастом не связан. Вместе с тем наблюдается такая же, как и у удовлетворенности жизнью, нелинейность возрастных изменений. Самый высокий балл по шкале жизнестойкости имеют испытуемые 41–50 и 60+ лет.

Взаимосвязь между жизнестойкостью и удовлетворенностью жизнью. Жизнестойкость демонстрирует достаточно тесную связь с удовлетворенностью жизнью (табл. 1).

Коэффициент ранговой корреляции Спирмена между обобщенным баллом по тесту жизнестойкости и общей удовлетворенности жизнью равен $0,435$ ($p < 0,001$), отдельные шкалы теста ЖС также коррелируют с LS на уровне $0,3–0,4$ ($p < 0,001$).

Корреляции как математическое понятие не позволяют делать вывод о направлении связей между переменными, однако психологический смысл

характеристик позволяет предполагать, что люди с активной жизненной позицией, устойчивые к стрессу получают большее удовольствие от жизни.

Таблица 1

Взаимосвязь удовлетворенности жизнью с показателями жизнестойкости

Шкалы теста ЖС	Удовлетворенность жизнью	Удовлетворенность личной жизнью	Удовлетворенность карьерой
Вовлеченность	0,399***	0,241***	0,374***
Контроль	0,420***	0,351***	0,364***
Принятие риска	0,324***	0,218**	0,196**
Общий балл	0,435***	0,350***	0,380***

* — $p < 0,05$; ** — $p < 0,01$; *** — $p < 0,001$.

Если рассматривать составляющие субъективного психологического благополучия — удовлетворенность личной жизнью и карьерой, то жизнестойкость несколько меньше связана с удовлетворенностью личной жизнью, чем с удовлетворенностью карьерой. Интересно, что наименее значимо для удовлетворенности этими составляющими жизни принятие риска. И если в межличностных отношениях отношение к риску не очень существенно, то в профессиональной деятельности отношение к рискованной ситуации как к позитивному опыту может быть полезным. Тем не менее мы видим, что принятие риска менее важно для удовлетворенности карьерой, чем другие составляющие жизнестойкости. Возможно, умение и готовность взаимодействовать с людьми, в том числе в ситуации стресса, готовность взять на себя контроль над происходящим оказываются более важными для успешности деятельности и в результате — для карьерного роста, чем отношение к риску.

Структура взаимосвязей ЖС с удовлетворенностью жизнью у мужчин и женщин не различается.

Представляется интересным оценить, есть ли специфика этих взаимосвязей в подгруппах с разным отношением к жизни, которое условно можно обозначить как уровень притязаний.

Напомним, что оценка удовлетворенности личной жизнью и карьерой оценивалась двумя вопросами — один предполагал соотнесение респондентом себя с другими, а другой — оценку субъективной удовлетворенности.

Из всей выборки отбирались те испытуемые, которые ответили, что их личная жизнь/карьера такая же, как у других людей. Из этих испытуемых отбирались те, кто при этом оценивал свою личную жизнь/карьеру выше среднего и ниже среднего. Были сформированы четыре группы испытуемых: две — с учетом отношения к личной жизни и две — с учетом отношения к карьере. В первую группу вошли те, кто считает, что их личная жизнь такая же, как у других, но при этом они ей не удовлетворены. Во вторую — те, кто считает, что их личная жизнь такая же, как у других, но при этом они ей полностью удовлетворены. Сходным образом были выделены третья и четвертая группы — в зависимости от их отношения к карьере.

Содержательно группы могут быть описаны следующим образом: группа 1 — люди с высокими притязаниями в отношении личной жизни; группа 2 — люди с низкими притязаниями в отношении личной жизни; группа 3 — люди с высокими притязаниями в отношении карьеры; группа 4 — люди с низкими притязаниями в отношении карьеры.

Корреляции шкал опросника жизнестойкости и общей удовлетворенности жизнью приведены в табл. 2.

Таблица 2

Взаимосвязь жизнестойкости и удовлетворенности жизнью в подгруппах, выделенных по уровню притязаний

Шкалы теста ЖС	Группа 1	Группа 2	Группа 3	Группа 4
Вовлеченность	0,424***	0,400***	0,258	0,408***
Контроль	0,500***	0,511***	0,259	0,463***
Принятие риска	0,561***	0,417***	0,233	0,395***
Общий балл	0,557***	0,515***	0,332**	0,485***

* — $p < 0,05$; ** — $p < 0,01$; *** — $p < 0,001$.

В трех подгруппах из четырех, как и на всей выборке, наблюдаются достаточно тесные взаимосвязи между жизнестойкостью и когнитивной составляющей субъективного психологического благополучия. Подгруппа 3 демонстрирует меньший вклад жизнестойкости в удовлетворенность жизнью (коэффициенты корреляции между отдельными шкалами теста ЖС и *LS* не достигают уровня значимости, а общий балл теста ЖС значимо коррелирует с *LS*, но коэффициент корреляции почти в два раза ниже, чем в других подгруппах).

В чем психологическая специфика этой подгруппы? В нее входят люди, которые не удовлетворены своей карьерой, хотя считают, что она такая же, как у других. Это могут быть те, кто не хочет останавливаться на достигнутом и претендует на большее, а также те, кто считают, что «живут не своей жизнью» и, возможно, вообще не удовлетворены родом деятельности. Трудно сказать, почему у этих людей совладание со стрессовыми ситуациями является менее значимым для удовлетворенности жизнью. Можно предположить, что это связано с общей дезинтеграцией психологических характеристик у людей подобного типа.

В целом отношение к трудным ситуациям как к поддающимся контролю и ощущение себя человеком, способным с ними справиться, положительно коррелирует с субъективным психологическим благополучием.

Таким образом, жизнестойкость может рассматриваться как модератор — переменная, которая опосредует влияние негативных жизненных событий и вследствие этого оказывает влияние на общую удовлетворенность жизнью.

2. *Azizli N. et al.* Relationships between general self-efficacy, planning for the future, and life satisfaction // *Personality and Individual Differences*. 2015. Vol. 82. P. 58–60.
3. *DeNeve K. M., Cooper H.* The happy personality: a meta-analysis of 137 personality traits and subjective well-being // *Psychological bulletin*. 1998. Vol. 124, № 2. P. 197.
4. *Diener E. D. et al.* The satisfaction with life scale // *Journal of personality assessment*. 1985. Vol. 49, № 1. P. 71–75.
5. *Florian V., Mikulincer M., Taubman O.* Does hardiness contribute to mental health during a stressful real-life situation? The roles of appraisal and coping // *Journal of personality and social psychology*. 1995. Vol. 68, № 4. P. 687.
6. *Kobasa S., Maddi S.* The hardy executive: Health under stress. Holmwood Ill., 1984.
7. *Maddi S. R., Khoshaba D. M.* Resilience at work: How to succeed no matter what life throws at you. AMACOM Div American Mgmt Assn, 2005.
8. *Park H., Jeong D. Y.* Psychological well-being, life satisfaction, and self-esteem among adaptive perfectionists, maladaptive perfectionists, and nonperfectionists // *Personality and Individual Differences*. 2015. Vol. 72. P. 165–170.
9. *Park H. et al.* Character profiles and life satisfaction // *Comprehensive psychiatry*. 2015. Vol. 58. P. 172–177.
10. *Pavot W. et al.* Further validation of the satisfaction with life scale: Evidence for the cross-method convergence of well-being measures // *Journal of personality assessment*. 1991. Vol. 57, № 1. P. 149–161.
11. *Scheier M. E., Carver C. S.* Dispositional optimism and physical well being: The influence of generalized outcome expectancies on health // *Journal of personality*. 1987. Vol. 55, № 2. P. 169–210.
12. *Sharpley C. F. et al.* The direct and relative efficacy of cognitive hardiness, a behavior pattern, coping behavior and social support as predictors of stress and ill-health // *Scandinavian Journal of Behavior Therapy*. 1999. Vol. 1. P. 15–29.

Статья поступила в редакцию 13.05.2016 г.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЖИЗНЕСТОЙКОСТИ И ВРЕМЕННОЙ ПЕРСПЕКТИВЫ ЛИЧНОСТИ В ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

В статье обсуждаются результаты эмпирического исследования взаимосвязи показателей жизнестойкости и временной перспективы личности в юношеском возрасте. Установлено, что испытуемые, склонные к позитивному восприятию времени, имеют высокую жизнестойкость, а испытуемые, склонные к негативному восприятию временной перспективы, обладают сниженной жизнестойкостью.

К л ю ч е в ы е с л о в а: временная перспектива; жизнестойкость; юношеский возраст; студенты.

Ускорение ритма жизни, частые изменения в политической и экономической сферах создают неблагоприятные условия и приводят к тому, что человек не всегда успевает приспособиться и подстроиться к новой ситуации.

Такая неготовность и невозможность быстрой адаптации человека создает возможность для возникновения тревожных расстройств, депрессивных состояний, снижает уровень стрессоустойчивости, что, в свою очередь, заметно снижает качество жизни.

С другой стороны, умение совладать с ситуацией и успешно адаптироваться к новым внешним условиям является одним из наиболее важных качеств современного человека. В связи с этим изучению такой базовой характеристики личности, как жизнестойкость, в последние годы уделяется все больше внимания.

В отечественной психологии чаще говорят о личностном потенциале или личностном адаптационном потенциале (Д. А. Леонтьев, А. Д. Маклаков). Зарубежные авторы больше используют понятие «жизнестойкость», которое было введено С. Мадди. Под жизнестойкостью он понимал психологическую живучесть и расширенную эффективность человека, которая также является показателем психического здоровья человека. Сущность жизнестойкости заключается в отношении человека к изменениям, в возможности воспользоваться имеющимися внутренними ресурсами для адаптации к новым условиям, это показатель того, насколько личность способна совладать как с ежедневными трудностями, так и с трудностями, которые носят экстремальный характер [1].

ОВЧИННИКОВ Михаил Владимирович — кандидат психологических наук, заведующий кафедрой специальной и клинической психологии факультета психологии и педагогики Челябинского государственного университета (e-mail: ovmv@mail.ru).

ПЕТУХОВА Анастасия Сергеевна — студентка 5-го курса факультета психологии и педагогики Челябинского государственного университета (e-mail: pas7694@mail.ru).

© Овчинников М. В., Петухова А. С., 2016

Понятие жизнестойкость не тождественно понятию копинг-стратегий, или стратегий совладания с жизненными трудностями. Копинг-стратегии — это приемы, алгоритмы действия, привычные и традиционные для личности, в то время как жизнестойкость — личностный конструкт. Кроме того, копинг-стратегии могут быть как продуктивными, так и непродуктивными, даже вести к регрессу, а жизнестойкость позволяет справляться с дистрессом эффективно и всегда в направлении личностного роста [1].

Структура жизнестойкости включает в себя три компонента:

- вовлеченность, характеризующую взаимодействие личности с окружающим миром (противоположна отчуждению);
- контроль, предполагающий уверенность в своих силах, в возможности влиять на ход событий (противоположен состоянию беспомощности);
- принятие риска, сущность которого состоит в осознании, что перемены и изменения — неотъемлемая часть жизни, в вере и надежде на лучшее (противоположно ощущению угрозы).

Люди с высокими показателями жизнестойкости активны, деятельны, хорошо адаптируются, сохраняя при этом внутреннюю гармонию и целостность личности.

Особое место в современных психологических исследованиях, касающихся поведения, мотивации, Я-концепции и т. д., занимает проблема временной перспективы.

Исследования показали, что временная перспектива, будучи изначально неосознаваемой человеком, оказывает влияние на его поведение и жизнь (Г. Д. Элькин, Ф. Зимбардо, Дж. Бойд), определяя мироощущение, принятие прошлого, понимание настоящего, состояние планов на будущее [2].

В современной психологии наиболее популярна теория временной перспективы Ф. Зимбардо, который предлагает модель временной перспективы, включающую и расширяющую теорию К. Левина, где данный феномен рассматривается в качестве основополагающего процесса функционирования человечества, как на уровне индивида, так и на уровне общества.

Теория Ф. Зимбардо сконцентрирована на рассмотрении отношения к прошлому, настоящему и будущему, или временной ориентации личности. Автор полагает, что временная перспектива — это фундаментальная единица измерения психологического времени, базирующаяся на когнитивных процессах, распределяющих человеческий опыт на временные отрезки прошлого, настоящего и будущего, что помогает придать упорядоченность, последовательность и смысл жизненным событиям. Факторами, оказывающими влияние на формирование временной перспективы, являются социальные условия и индивидуальные характеристики личности [3].

Ф. Зимбардо выделяет пять основных измерений временной перспективы:

- позитивное прошлое, отражающее сентиментальное, ностальгическое, теплое и радужное отношение к тому, что прошло, и характеризующееся позитивной реконструкцией прошлого. Позитивное прошлое строится на приятных воспоминаниях, приносящих радость и душевное тепло;

— негативное прошлое, чаще всего являющееся результатом реальных травматических и неприятных событий или негативной реконструкции событий прошлого, предполагающее боль и сожаление. Это восприятие всех пережитых травматических и неприятных ситуаций, к которым человек постоянно возвращается в настоящем, сожалеет о них и думает, как мог бы их изменить;

— гедонистическое настоящее, отражающее ориентацию на получение удовольствия в настоящем, проявляется в постоянном поиске наслаждений, удовольствий в данный момент, в отсутствии заботы о последствиях и будущих выгодах;

— фаталистическое настоящее, отражающее беспомощность и безнадежность; твердое убеждение, что будущее предопределено, а настоящее должно переноситься с покорностью;

— ориентация на будущее, определяющая стремление к целям и вознаграждениям будущего, характеризуется планированием [3].

Ф. Зимбардо с соавторами также выделяют сбалансированную временную перспективу — психологический конструкт, связанный с гибким переключением размышлений от прошлого к настоящему или будущему, в зависимости от ситуативных требований, оценки ресурсов, личностных и социальных оценок. Такая временная ориентация является наиболее оптимальной временной перспективой с точки зрения психологического и физического здоровья, а также функционирования индивида в обществе [5].

Эмпирическое исследование взаимосвязи жизнестойкости и ее компонентов и временной перспективы в юношеском возрасте проводилось на базе Челябинского государственного университета. Данное исследование является продолжением исследования взаимосвязи самостоятельности и временной перспективы студентов вуза, проведенного в 2015 г. Исследование показало, что испытуемые, обладающие признаками личностной беспомощности, склонны к негативному восприятию временной перспективы, а самостоятельные — к позитивному восприятию временной перспективы [4].

В исследовании взаимосвязи жизнестойкости и временной перспективы приняли участие 37 студентов факультета психологии и педагогики, средний возраст 19 лет.

Были использованы следующие методики: опросник временной перспективы Ф. Зимбардо, тест жизнестойкости С. Мадди (адаптация Д. А. Леонтьева, Е. И. Рассказовой).

Для подтверждения гипотезы о взаимосвязи жизнестойкости и ее компонентов и восприятия временной перспективы в юношеском возрасте были использованы методы математической статистики, а именно корреляционный анализ r -Пирсона.

Обнаружены обратные корреляционные связи между показателями негативного прошлого, жизнестойкости ($p < 0,001$) и ее компонентами: вовлеченностью ($p < 0,001$), контролем ($p < 0,001$) и принятием риска ($p < 0,001$). Также обнаружены обратные корреляционные связи между показателями фаталистического настоящего, жизнестойкости ($p < 0,001$) и ее компонентами: вовлеченностью ($p = 0,003$), контролем ($p < 0,001$), принятием риска ($p = 0,018$).

Полученные данные говорят о том, что людям, имеющим высокие показатели по параметрам «негативное прошлое» и «фаталистическое настоящее», сложнее справляться со стрессовыми ситуациями, перестраиваться и адаптироваться к изменяющимся условиям. Они более склонны к отчуждению, уходу от социальных контактов, замкнутости; скорее, будут плыть по течению, подчиняясь событиям, не веря в свои силы и возможность что-либо изменить и исправить, чем ставить новые цели и стремиться к их достижению.

Выявлена прямая взаимосвязь между временной перспективой «гедонистическое настоящее» и принятием риска ($p = 0,05$). На уровне статистической тенденции обнаружена взаимосвязь между показателем гедонистического настоящего и общим показателем жизнестойкости ($p = 0,07$).

Можно предположить, что люди с ориентацией на гедонистическое настоящее оптимистичны в отношении будущего, видят в критических и стрессовых ситуациях новые возможности, что повышает их жизнестойкость и помогает им благополучно пережить стресс.

Обнаружены прямые взаимосвязи между показателями позитивного прошлого и показателями вовлеченности ($p = 0,05$) и жизнестойкости ($p = 0,05$). На уровне статистической тенденции обнаружена взаимосвязь между показателем позитивного прошлого и принятием риска ($p = 0,067$).

Это свидетельствует о том, что люди с высокими показателями по шкале «позитивное прошлое» деятельны и продуктивны даже в изменяющихся ситуациях, социально активны и открыты для взаимодействия с окружающей средой, верят в свои силы и наличие возможностей для изменения ситуации. Даже в критических ситуациях они видят возможности и перспективы для личностного роста и развития и надеются на лучшее.

С помощью кластерного анализа (кластеризация К-средними) испытуемые (37 чел.) были разделены на группы с высокими показателями жизнестойкости (15 чел.) и сниженными показателями жизнестойкости (22 чел.), а также на группы с ориентацией на негативное восприятие времени (20 чел.) и с ориентацией на позитивное восприятие времени (17 чел.).

Для выявления связи между жизнестойкостью и восприятием временной перспективы были использованы таблицы сопряженности и критерий хи-квадрат Пирсона (см. таблицу).

Сопряженность показателей жизнестойкости и временной перспективы (критерий хи-квадрат)

Показатель	Высокая жизнестойкость	Сниженная жизнестойкость	Итого
Негативное восприятие времени	5	15	20
Позитивное восприятие времени	10	7	17
Итого	15	22	37

Использование критерия хи-квадрат показало, что связь между жизнестойкостью и временной перспективой в юношеском возрасте имеется на уровне статистической значимости ($p = 0,05$).

Было определено, что испытуемые, склонные к позитивному восприятию времени (позитивное прошлое и будущее), имеют высокую жизнестойкость, а испытуемые, склонные к негативному восприятию временной перспективы (негативное прошлое, фаталистическое настоящее), обладают сниженной жизнестойкостью.

Выделение двух дополнительных параметров — позитивного и негативного восприятия времени — продолжает линию Ф. Зимбардо и его соавторов на выделение психологических конструктов, объединяющих основные измерения временной перспективы, и определяет научную новизну и значимость результатов исследования.

Временная перспектива, представленная позитивным и негативным восприятием времени, т. е. фактически — восприятием этапов своего жизненного пути, связана с жизнестойкостью, так как жизнестойкость также формируется в детском возрасте под влиянием семейного окружения, иных социальных групп, событий индивидуальной жизни и других факторов.

Люди с повышенными показателями жизнестойкости могут воспринимать трудные жизненные ситуации не как препятствие, а как жизненный опыт. Отношение к трудностям как к опыту позволяет человеку сделать его своим личностным ресурсом и, в свою очередь, поддерживает уровень жизнестойкости.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут учитываться при составлении программ психологической работы по повышению уровня жизнестойкости в юношеском возрасте. Высокие показатели жизнестойкости являются одним из предикторов успешной учебной и трудовой деятельности, межличностного взаимодействия и усиливают конкурентоспособность, тем самым позволяя позитивнее воспринимать настоящее.

Таким образом, полученные данные свидетельствуют о наличии взаимосвязи между временной перспективой личности и компонентами жизнестойкости. Исследование может быть продолжено в направлении изучения взаимосвязи временной перспективы, жизнестойкости и психологического благополучия человека.

1. Александрова Л. А. К концепции жизнестойкости в психологии // Сибирская психология сегодня : сб. науч. тр. Вып. 2 / под ред. М. М. Горбатовой, А. В. Серого, М. С. Яницкого. Кемерово, 2004. С. 82–90.

2. Власенко А. И. Временная перспектива как подструктура самосознания депривированной личности // Молодой ученый. 2014. № 8. С. 921–924.

3. Зимбардо Ф., Бойд Дж. Парадокс времени. Новая психология времени, которая улучшит вашу жизнь. СПб., 2010. 352 с.

4. Петухова А. С. Самостоятельность и временная перспектива у студентов вуза // Студенческое самоуправление — общественный институт гражданско-патриотического воспитания : материалы Всерос. науч.-практ. конф., 12–13 нояб. 2015 г. / под ред. И. А. Трушиной, М. В. Овчинникова, М. В. Мелякиной. Челябинск, 2015. С. 126–133.

5. *Zimbardo P. G., Boyd J. N.* Putting time in perspective: a valid, reliable individual-difference metric // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1999. № 77 (6). P. 1271–1288.

Статья поступила в редакцию 24.04.2016 г.

УДК 159.922.74 + 159.222.72:004.74

О. С. Андреева
И. А. Ершова
И. А. Русяева

ИССЛЕДОВАНИЕ СВЯЗИ ИНТЕЛЛЕКТА И КРЕАТИВНОСТИ СО СТЕПЕНЬЮ ВОВЛЕЧЕННОСТИ В КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ У ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Цель исследования, в котором приняли участие 50 детей 5–7 лет, — установление наличия связи между уровнями интеллекта, уровнями креативности дошкольников и степенью их вовлеченности в компьютерные игры. Для диагностики испытуемых были использованы следующие методики: карта наблюдения для родителей (предназначена для оценки степени вовлеченности детей в компьютерные игры); тест интеллекта Д. Равена (цветные прогрессивные матрицы Равена); тест креативности Е. Торренса. В результате исследования установлено: чем выше уровень креативности, тем выше степень вовлеченности ребенка в компьютерные игры; ролевые компьютерные игры чаще предпочитают дети с высоким уровнем интеллекта и креативности; дети, предпочитающие ролевые компьютерные игры, отличаются от детей, предпочитающих неролевые компьютерные игры, более высокой степенью вовлеченности в игру.

К л ю ч е в ы е с л о в а: дошкольники; ролевые и неролевые компьютерные игры; вовлеченность в игру; интеллект; креативность.

В современном мире с использованием компьютера связано осуществление различных видов деятельности человека — познавательной, трудовой, коммуникативной, рекреационной и др. В психологическом плане применение информационных технологий, в том числе компьютерных игр, с одной стороны, способствует развитию и преобразованию деятельности «за счет возникновения новых навыков,

АНДРЕЕВА Ольга Станиславовна — кандидат психологических наук, заведующий кафедрой общей и социальной психологии Тюменского государственного университета (e-mail: o_andreeva@mail.ru).

ЕРШОВА Ирина Анатольевна — кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой психологии развития и педагогической психологии Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: ershova_ekb@mail.ru).

РУСЯЕВА Ирина Александровна — кандидат психологических наук, старший преподаватель кафедры общей и социальной психологии Тюменского государственного университета (e-mail: irinagfel@yandex.ru).

© Андреева О. С., Ершова И. А., Русяева И. А., 2016

операций и способов выполнения действий, новых целевых и мотивационно-смысловых структур... и просто новых видов деятельности» [3, 126]; с другой стороны, влечет за собой такие разнообразные негативные последствия, как технострессы, компьютерофобия, зависимость от компьютерных игр и Интернета, сужение круга интересов, некоммуникабельность и аутизм как следствие патологической поглощенности применением информационных технологий.

В настоящее время в научной литературе широко обсуждается вопрос о влиянии компьютерных игр на психику детей. Единого мнения у специалистов по этому поводу нет: одни обращают внимание на то, что компьютерные игры — это новый виток в создании развивающей среды для детей и подростков, альтернативный вариант их обучения [4, 8, 9], новый опыт, увлечение, аналогичное другим интересам, например, «глотанию книг» [11]; другие акцентируют внимание на пагубном влиянии компьютерных игр, утверждая, что они способствуют асоциальности ребенка и ведут к его деградации [10, 12].

Анализируя научные работы по исследованию игровой компьютерной зависимости, можно заключить, что большинство из них направлены на изучение зависимости в подростковом возрасте ввиду высокой распространенности проблемы и сензитивности данного возрастного периода к формированию зависимости [6].

В реальности знакомство детей с компьютером происходит намного раньше. Ребенок дошкольного возраста зачастую быстро осваивает компьютер и планшет, самостоятельно способен скачивать игры и пользоваться меню, действуя методом проб и ошибок. Существуют также специальные приложения для телефона и планшета с играми для детей дошкольного возраста. Многие родители, наблюдая, как их ребенок осваивает компьютерные игры, отмечают его сообразительность, быстроту реакции, развитый интеллект и творческие способности. Таким образом, у них формируется положительное отношение к занятиям ребенка игровой компьютерной деятельностью, что может выступать дополнительным мотиватором для позволения ребенку играть в компьютерные игры без ограничений. Действительно, компьютерные игры развивают в детях ловкость, внимательность, усидчивость, настойчивость, однако чрезмерная вовлеченность ребенка в игру может приводить к возникновению у него различных психологических проблем. Направляя и контролируя игровую компьютерную деятельность ребенка, родители могут способствовать его развитию, формированию у него социально значимых качеств. В противном случае увлечение ребенка компьютерными играми со временем грозит перерасти в компьютерную зависимость.

В подростковом возрасте признаки зависимости определяются достаточно четко, у дошкольников ее диагностировать проблематично ввиду отсутствия надежного инструментария. В настоящей работе речь пойдет о повышенной вовлеченности в игру как факторе риска развития компьютерной игровой зависимости у детей дошкольного возраста.

Возрастание вовлеченности ребенка в компьютерные игры происходит постепенно. Сначала дети играют понемногу, компьютерные игры для них — один из видов игровой деятельности, не вытесняющий и не заменяющий другие. Затем происходит рост толерантности к стимулу, детям становится недостаточно того

времени, проводимого за компьютером, которым они довольствовались ранее, сужается круг интересов. По мере возрастания пристрастия детей к компьютерным играм меняется их эмоциональный фон, вне деятельности за компьютером они становятся более раздражительными, агрессивными, вследствие этого обостряются проблемы в общении со сверстниками и близкими взрослыми. Компьютерная игра становится средством компенсации реальных жизненных проблем, способом самореализации, но не в реальном, а в виртуальном мире.

Современные дети «родились с мышью в руках», виртуальная реальность для них — насыщенная информационная среда, которую многие дети считают естественной и обычной. При этом не все дети в равной степени подвержены компьютерной зависимости. Исследование данной проблемы связано в том числе и с установлением личностных особенностей, повышающих риск формирования компьютерной аддикции. Например, изучается вопрос о высоком уровне интеллекта как факторе риска развития компьютерной зависимости. Исследования, проводившиеся на взрослой аудитории, показывают наличие связи между уровнем интеллекта и компьютерной игровой зависимостью. Высокий уровень интеллекта и развитость воображения могут выступать факторами риска формирования компьютерной зависимости, поскольку компьютер в таком случае воспринимается как соперник, более сильный игрок, с которым интересно соревноваться [2]. Имеющиеся данные о тесной взаимосвязи креативности, пространственного воображения и интеллекта, обладающих возрастной спецификой [1], позволяют предположить, что высокий уровень интеллекта и креативности, развитость воображения могут выступать факторами риска формирования зависимости и у детей, увлеченных компьютерными играми. Однако исследования, в которых анализируется данный аспект проблемы компьютерной зависимости применительно к детям дошкольного возраста, пока немногочисленны [5].

Согласно нашим наблюдениям, дети с высоким уровнем интеллекта обладают и более развитым воображением и креативностью. Они легче «строят» фантазийные миры, отличающиеся яркостью; нешаблонно, нетривиально мыслят, любознательны, что свидетельствует о развитии у них «дивергентного мышления», которое отражает познавательную сторону креативности. Воображение у ребенка в силу ограниченности представлений и впечатлений, полученных из реальной жизни, беднее, чем у взрослого, однако ребенок больше доверяет своему воображению и меньше контролирует его. Компьютерные игры можно рассматривать в качестве деятельности по конструированию нового мира. Ребенок, увлеченный компьютерными играми, создает в своем воображении фантазийный мир, верит в него, получает удовольствие от пребывания в нем. У таких детей чаще отмечается высокая степень вовлеченности в компьютерные игры, причем их привлекают игры с более сложным сюжетом, динамичные, красочные, с оригинальной графикой и звуковым оформлением, например, ролевые. Неролевые игры не дают ребенку такого обилия разнообразных впечатлений, в меньшей степени позволяют ему проявлять фантазийное мышление.

Ролевые игры стимулируют развитие у детей познавательных процессов — внимания, памяти, мышления, способствуют формированию произвольности

психических функций и действий. В ситуации депривации некоторых потребностей (например, потребности в новизне и сенсорной информации) дети могут компенсировать их в игровой компьютерной деятельности. Однако ролевые игры обладают более сильным, глубоким воздействием на психику человека [7], чем неролевые, так как игрок примеряет на себя роль привлекательного для него персонажа, наделяет себя теми же качествами, которыми обладает его герой. В неролевых играх идентификация с компьютерным героем не столь выражена. Ролевые игры максимально точно имитируют реальность, поэтому у игрока возникает иллюзия того, что виртуальная жизнь — настоящая, но гораздо более увлекательная. В этой жизни ему интересно, у него все получается, он доволен. Дошкольникам, увлекающимся ролевыми играми, становится все сложнее возвращаться в реальную действительность, где они не столь сильны, быстры, могущественны, как в виртуальном мире. Поэтому ролевые игры способствуют повышенной вовлеченности в игру, увеличивая риск развития компьютерной игровой зависимости у детей дошкольного возраста.

Целью нашего исследования стало эмпирическое установление наличия связи между уровнями интеллекта, уровнями креативности детей дошкольного возраста и степенью их вовлеченности в компьютерные игры.

Под степенью вовлеченности мы понимаем степень активного интереса и увлечения ребенка компьютерными играми, которая может варьироваться от отсутствия интереса до признаков формирования игровой зависимости.

В основу эмпирического исследования легли следующие предположения:

- существует связь между уровнем интеллекта дошкольников и степенью их вовлеченности в компьютерные игры;
- существует связь между уровнем креативности дошкольников и степенью их вовлеченности в компьютерные игры;
- существуют значимые различия в уровнях интеллекта и креативности у детей, предпочитающих неролевые компьютерные игры, и у детей, предпочитающих ролевые компьютерные игры.

Дети, предпочитающие ролевые компьютерные игры, и дети, предпочитающие неролевые компьютерные игры, различаются по степени вовлеченности в игру.

Методы исследования:

1. Тест Д. Равена (цветные прогрессивные матрицы Равена), предназначен для диагностики уровня интеллектуального развития детей от 5 лет.
2. Тест Е. Торренса (в адаптации Е. Е. Туник), предназначен для измерения творческого (креативного) мышления детей от 5 лет.
3. Карта наблюдения для родителей (предназначена для оценки степени вовлеченности детей в компьютерные игры)¹.

При составлении карты наблюдения в качестве единиц наблюдения выступали:

- частота игры;
- общее время, проводимое ребенком за компьютером (в день, в неделю);

¹ Разработана А. С. Волковой в рамках выпускной квалификационной работы «Связь компьютерной игровой зависимости с уровнем интеллекта у дошкольников», выполненной под руководством О. С. Андреевой в Тюменском государственном университете в 2014 г.

- предпочтение компьютерной игры общению в кругу семьи;
- предпочтение компьютерной игры общению и играм со сверстниками;
- предпочтение компьютерной игры другим занятиям, которые раньше нравились ребенку;
- нарушение родительского запрета включать игру;
- эмоции ребенка при отрыве его от игры;
- нарушение ограничения по продолжительности игры;
- реакции ребенка на отказ в доступе к компьютеру;
- физическое состояние ребенка после игры (наличие деструктивных признаков: покраснение глаз, частое моргание);
- стремление ребенка к уединению во время игры и сокрытие от родителей происходящего в игре;
- настроение ребенка в игре и вне игры;
- увеличение времени, проводимого за компьютером (за 1–3 месяца);
- способность самостоятельно прервать или прекратить игру.

Родительское наблюдение за ребенком подкреплялось беседой по вышеуказанным пунктам с целью отделить факты от интерпретаций.

Обработка полученных данных проводилась с помощью критерия Пирсона (корреляционный анализ) и *U*-критерия Манна – Уитни (установление значимых различий между группами).

Эмпирическую выборку составили 50 детей дошкольного возраста (5–7 лет) и их родители. Исследование проводилось на базе муниципальных детских садов города Тюмени.

В результате анализа данных, полученных при обработке карт наблюдений и опроса родителей, в зависимости от предпочитаемых игр дети были разделены на две группы. В первую группу вошли дети, предпочитающие неролевые игры (30 человек), в которых игрок не идентифицирует себя с компьютерным героем, главная мотивация игрока – азарт реализации цели, прохождение игры и/или набор очков. Дети данной группы предпочитают следующие типы игр: аркады (Hungry Shark, Subway, «Кузя», Lego, Pac-Man, Small Fry, Tiny Wings, «Гадкий Я» и др.), игры на быстроту реакции (Zuma, «Птички на проводе», Luxor, «Тетрис» и др.), головоломки (Angry Birds, «Сапёр», Cut the Rope, «Крокодилчик Свомпи», Sprinkle и др.).

Во вторую группу были включены дети, предпочитающие ролевые игры (20 человек), позволяющие игроку реализовать потребности в выполнении роли и уходе от окружающей реальности в фантазийной форме. Представители этой группы предпочитают игры с видом «из глаз» своего компьютерного героя (Counter-Strike, Call of Duty, Doom и др.), игры с видом «извне» на своего героя (GTA, Max Payne, The Sims, «Звездные войны», Assassins creed, «Бэтмен», Need for speed и др.), стратегические игры (Crystal Defenders, Worms, Dota, «Аллоды», Minecraft и др.).

Установлено, что между данными группами детей имеются достоверные различия по уровню интеллекта (уровень значимости $p = 0,003$). В табл. 1 представлено распределение детей по уровням интеллекта в выделенных группах:

среди предпочитающих ролевые игры детей с высоким интеллектом почти в 2 раза больше, чем с интеллектом выше среднего и средним, при этом в данной группе нет детей с интеллектом ниже среднего. Неролевые игры привлекательны преимущественно для детей с интеллектом выше среднего и средним.

Таблица 1

Распределение детей по уровням интеллекта в группах, предпочитающих ролевые и неролевые компьютерные игры, %

Группы	Уровень интеллекта			
	высокий	выше среднего	средний	ниже среднего
Дети, предпочитающие ролевые игры	65	20	15	—
Дети, предпочитающие неролевые игры	20	40	30	10

Связи между уровнем интеллекта и степенью вовлеченности в компьютерные игры у испытуемых не установлено, следовательно, высокий уровень интеллекта не является фактором, предрасполагающим к возрастанию степени вовлеченности в компьютерные игры, а более низкие показатели интеллекта не снижают вероятности высокой степени вовлеченности в компьютерные игры.

По показателю креативности также установлены значимые различия в группах детей, предпочитающих неролевые игры, и детей, предпочитающих ролевые игры (уровень значимости $p = 0,0004$). В табл. 2 представлено распределение детей по уровням креативности: ролевыми играми увлекаются дети с высокими и средними показателями креативности, при этом в данной группе нет детей с низким показателем креативности. Неролевые игры выбирают, прежде всего, дети с низкими показателями, и в меньшей степени со средним и высоким уровнями креативности.

Таблица 2

Распределение детей по уровням креативности в группах, предпочитающих ролевые и неролевые компьютерные игры, %

Группы	Уровень креативности		
	высокий	средний	низкий
Дети, предпочитающие ролевые игры	75	25	—
Дети, предпочитающие неролевые игры	23	30	47

В настоящем исследовании установлена прямая корреляционная связь между уровнем креативности и степенью вовлеченности в компьютерные игры (уровень значимости $p = 0,046$), т. е чем выше уровень креативности, тем выше показатели вовлеченности в компьютерные игры, чем ниже уровень креативности, тем ниже выражена вовлеченность в компьютерные игры. Таким образом, высокая

креативность является фактором, влияющим на вовлеченность детей в компьютерные игры.

Согласно результатам, полученным с помощью карты наблюдений, более высокой степенью вовлеченности в игру отличаются дети, отдающие предпочтение ролевым компьютерным играм (уровень значимости $p = 0,000001$).

Таблица 3

Распределение детей по степени вовлеченности в игру в группах, предпочитающих ролевые и неролевые компьютерные игры, %

Группы	Степень вовлеченности в игру		
	высокая	средняя	низкая
Дети, предпочитающие ролевые игры	70	20	10
Дети, предпочитающие неролевые игры	70	23	7

Данные, представленные в табл. 3, свидетельствуют, что большинство детей, предпочитающих ролевые компьютерные игры, обладают высокой степенью вовлеченности в игру, а для большинства детей, увлекающихся неролевыми компьютерными играми, характерна низкая вовлеченность в игру. Ролевая игра, основанная на принятии роли, дает ребенку возможность вообразить себя обладателем тех свойств и качеств, которых ему не достает в реальной жизни, а возвращение в действительность становится для него все менее желательным. Таким образом, высокая вовлеченность в игру детей, предпочитающих ролевые компьютерные игры, повышает риск формирования у них компьютерной игровой зависимости.

Выводы

Выявлена прямая корреляционная связь между уровнем креативности и степенью вовлеченности детей в компьютерные игры. *Чем выше уровень креативности, тем выше степень вовлеченности ребенка в компьютерные игры.*

Установлены значимые различия в уровне интеллекта и креативности у детей, предпочитающих неролевые компьютерные игры, и у детей, предпочитающих ролевые компьютерные игры. *Ролевые компьютерные игры чаще предпочитают дети с высоким уровнем интеллекта и креативности.*

Установлены значимые различия в степени вовлеченности в игру у детей, предпочитающих разные типы компьютерных игр. *Дети, предпочитающие ролевые компьютерные игры, отличаются от детей, предпочитающих неролевые компьютерные игры, более высокой степенью вовлеченности в игру.*

Не подтвердилось предположение о наличии связи между уровнем интеллекта и степенью вовлеченности в компьютерные игры.

Предметом дальнейшего исследования риска развития компьютерной игровой зависимости у дошкольников может стать выявление причин ее формирования

у детей с различными индивидуально-типологическими особенностями, изучение механизмов их защитного и совладающего поведения, а также разработка надежного инструментария диагностики игровой компьютерной зависимости у детей.

1. Балакшина Ж. А., Фор М. В. Возрастная изменчивость интеллекта и креативности от подросткового периода до взрослости // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 12, вып. 4. 2008. С. 75–80.
2. Войскунский А. Е. Актуальные проблемы зависимости от Интернета // Психол. журн. 2004. Т. 25, № 1. С. 90–100.
3. Войскунский А. Е. Групповая игровая деятельность в Интернете // Психол. журн. 1999. Т. 20, № 1. С. 126–132.
4. Войскунский А. Е., Аветисова А. А. Традиционные и современные исследования игрового поведения // Методология и история психологии. 2009. Т. 4, вып. 4. С. 82–94.
5. Волкова А. С., Андреева О. С. Связь компьютерной игровой зависимости с уровнем интеллекта у дошкольников // Лучшие выпускные квалификационные работы 2014 года : сб. ст. на основе лучших выпускных квалификац. работ : в 3 ч. Ч. 3 : Гуманитарное направление. Тюмень, 2015. С. 400–408.
6. Зимина К. И. Связь развития креативности и наличия симптоматики компьютерной аддикции у подростков // Молодой ученый. 2014. № 3. С. 787–789.
7. Иванов М. Влияние ролевых компьютерных игр на формирование психологической зависимости человека от компьютера // Психология зависимости : хрестоматия / сост. К. В. Сельченко. Минск, 2005. С. 152–174.
8. Керделлан К., Грезийон Г. Дети процессора: Как Интернет и видеоигры формируют за-втрашних взрослых : пер. с фр. Екатеринбург, 2006. 272 с.
9. Маслова Ю. В. Позитивные и негативные аспекты использования компьютерных техно-логий у детей и подростков [Электронный ресурс] // Образовательные технологии и общество. 2013. Т. 16, вып. 4. С. 493–503. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/pozitivnye-i-negativnye-aspekty-ispolzovaniya-kompyuternyh-tehnologiy-u-detey-i-podrostkov>
10. Мунтян П. Вид компьютерной аддикции: зависимость от компьютерных игр // Психология зависимости : хрестоматия / сост. К. В. Сельченко. Минск, 2005. С. 143–151.
11. Мюррей К. Интернет-зависимость с точки зрения нарративной психологии // Гуманитар-ные исследования в Интернете / под ред. А. Е. Войскунского. М., 2000. С. 132–140.
12. Прихожан А. М. Влияние электронной информационной среды на развитие личности детей младшего школьного возраста // Психологические исследования : [электрон. науч. журн.] 2010. № 1(9). URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2010n1-9/283-prikhozhan9.html>

Статья поступила в редакцию 25.05.2016 г.

КРИТЕРИАЛЬНО-УРОВНЕВАЯ ШКАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ САМООЦЕНКИ ПРОЦЕССА САМООПРЕДЕЛЕНИЯ СТАРШЕКЛАСНИКОВ

Новизной авторского подхода является рассмотрение проблемы самоопределения в старшем школьном возрасте в совокупности четырех аспектов (личностного, гендерного, гражданского, профессионального), а также использование в качестве диагностического инструментария критериально-уровневой шкалы для оценивания динамики процесса, измеряемого в компонентном составе (когнитивный, аффективный, операционально-деятельностный, коммуникативный и рефлексивный), по критериями интенции (*я хочу*), потенции (*я могу*) и посиденции (*я имею*). Приводятся результаты исследования, проведенного с участием старшеклассников и студентов первого курса университета.

К л ю ч е в ы е с л о в а: самоопределение старшеклассников; личностный, гендерный, гражданский и профессиональный аспекты самоопределения; критериально-уровневая шкала; критерии и уровни самоопределения.

Проблема исследования. В современной жизненной ситуации динамичных социокультурных трансформаций, связанных с расширением свободы личности и нарастанием ее ответственности, особое значение приобрела проблема осознания Я-концепции, самоопределения в контексте идентичности личности. Приобщение к свободе как ценности современного человека, с одной стороны, открывает неограниченные возможности, с другой же — несет риски потери смысложизненных ориентиров и укоренившейся системы ценностей.

С необходимостью осознания потребности собрать воедино разрозненные знания о себе развивающаяся личность встречается в старшем школьном возрасте, в юношеском возрастном периоде. Об этом писали многие авторы, в том числе создатель эпигенетической концепции идентичности личности психолог Э. Эриксон: «Юность в таком случае — это период, в котором индивид гораздо ближе к данному историческому моменту, чем на более ранних стадиях развития, в детстве» [10, 36]. В конкретных жизненных реалиях старшеклассники стихийно включаются в новые социально-психологические связи и отношения, таким образом, оказываются перед необходимостью и трудностью выбора, ответа на вопросы «Кто есть Я?», «Какому мне быть?», «Кем быть?». Выбор становится центральной задачей личности, ориентирующей на самоопределение в различных аспектах жизни, деятельности и общения. Однако, как установлено современными исследованиями, процесс самоопределения протекает неоднородно и неравномерно в таких аспектах, как личностный, гендерный, гражданский и профессиональный, редко

КУЗНЕЦОВ Дмитрий Владимирович — соискатель кафедры психологии развития и педагогической психологии Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: dmitr.kuznetsov@yandex.ru).

© Кузнецов Д. В., 2016

рефлексируется в отдельных аспектах, тем более целостно в осознанном поиске смысла жизни, нахождения себя среди других в настоящем и будущем времени.

Заметим, что возможность и необходимость выбора себя детерминированы совокупностью внешних и внутренних факторов, которые характерны для современной социальной ситуации развития старшеклассников (глобализация, расширение информационно-коммуникационного пространства, разные стили семейного воспитания, влияние друзей и референтных групп, уровень притязаний личности, динамичность развития личностной и социальной рефлексии, адекватность самооценки и др.). Признавая детерминацию выбора, все же подчеркнем, что внешние и внутренние факторы не являются источником развития личности.

Таким образом, этот период является важнейшим в самоопределении личности старшеклассников в силу объективной и субъективной ситуации развития, связанной с приближающимся окончанием школы, необходимостью выбора себя в настоящем для будущего. В отличие от других авторов, которые исследуют тот или иной аспект самоопределения, чаще всего профессиональный, мы поставили задачу рассмотрения процесса самоопределения в четырех аспектах: личностном, гендерном, гражданском и профессиональном.

Степень изученности проблемы. Для выявления степени изученности данной проблемы мы обратились к результатам, полученным отечественными авторами, и обнаружили обширный теоретический и эмпирический материал в отношении профессионального самоопределения (А. В. Баранников, Д. Б. Богоявленская, Э. Ф. Зеер, Е. А. Климов, С. П. Крягжде, П. С. Лернер, А. А. Пинский, Н. С. Пряжников, С. Н. Чистякова и др.). Личностное самоопределение в отечественной психологической науке авторы рассматривают или как совокупность личностной идентичности, или как разные аспекты идентичности (В. Р. Орестова, О. В. Беляева, О. В. Ходаковская, Д. А. Исаева и др.). Гендерный аспект также представлен в ряде исследований (С. А. Бутковская, Ю. В. Кобазова, И. А. Курочкина, Л. Г. Степанова). Аспект гражданского самоопределения исследуется в работах Н. В. Вохминой А. С. Гаязова, А. Я. Камалетдиновой, О. В. Ковешниковой, С. В. Рокутова. При этом отечественные исследователи по-разному подходят к определению компонентного состава процесса самоопределения. Так, Л. Г. Степанова, рассматривая особенности самоопределения в юношеском возрасте у индивидов с различным типом гендерной идентичности, выделила три компонента: когнитивный, эмоциональный и конативный [9]. А. А. Ларина выделила мотивационный, проективный, когнитивный, операциональный, рефлексивный компоненты и раскрыла их значение в подготовке к ответственному и самостоятельному выбору профиля обучения [4].

В целом мы установили, что многие исследователи приходят к выводу о взаимодействии разных структурных компонентов: когнитивный отражает стремление собрать воедино всю информацию о себе («хочу», «могу», «имею»), и с ним связано осознание собственных качеств, способностей и дифференциация оценок окружающих. Эмоциональный компонент является своеобразным индикатором, отражающим субъективную позицию в процессе самоопределения (Д. Н. Дубровин). Вместе когнитивный и аффективный компоненты проявляются в переживании,

с которым, как правило, связывают осознанную эмоцию в качестве механизма, оптимизирующего процесс социализации и формирующего идентичность человека как целостную и непрерывную во времени систему (Т. Д. Марцинковская).

Также исследователи выявили неравномерность развития названных компонентов. Например, О. В. Беляева, рассматривая взаимосвязь и взаимозависимость когнитивного и эмоционально-ценностного компонентов в процессе формирования личностной идентичности в 12–16 лет, пришла к выводу, что когнитивный компонент является более значимым для подростка, активно изменяется, становится с течением времени все более дифференцированным, адекватным и целостным, интегрируя настоящее, прошлое и будущее подростков. Что касается эмоционально-ценностного компонента, то он менее изменчив, остается преимущественно позитивным и зависимым от оценок окружающих [2].

Из зарубежных авторов особый интерес для нашего исследования представляет Дж. Марсиа [11], последователь Э. Эриксона, обогативший концепцию идентичности выделением четырех статусов: 1) диффузная идентичность, которая характеризуется отсутствием четких убеждений и ценностей и отсутствием активности субъекта в их формировании; 2) предрешенная идентичность, для которой характерно наличие убеждений и ценностей, но они не выработаны самой личностью в результате кризиса, моратория, внутреннего поиска; ценности внешние — это ценности окружения; 3) мораторий как кризис идентичности, он проявляется в активных попытках разрешения кризиса путем поиска информации и общения с людьми, которые могли бы помочь; 4) достигнутая идентичность, которая характеризуется сформированной совокупностью убеждений, целей, мотивов личности. «Таким людям свойственно чувство доверия, стабильности, оптимизм в отношении будущего. Осознание трудностей не уменьшает стремления придерживаться избранного направления. Свои цели, ценности и убеждения такой человек переживает как личностно значимые и обеспечивающие ему чувство направленности и осмысленности жизни» [1, 135].

Разделяя позиции названных выше авторов, мы подчеркиваем психолого-педагогическую теоретическую и практическую ценность их взглядов и предлагаем собственный подход к исследованию актуализированной нами проблемы, в которой выделяем четыре аспекта самоопределения — личностный, гендерный, гражданский, профессиональный. При этом акцентируем внимание на личностном аспекте в качестве доминирующего, смыслоопределяющего. Сошлемся на С. Л. Рубинштейна: «...личность не формируется сначала, а затем начинает действовать: она формируется в ходе своей деятельности. В деятельности личность и формируется и проявляется» [7, 98].

Проведя теоретический анализ, мы пришли к выводу о необходимости разработки концепции фасилитации (англ. *facility* — благоприятные условия), оказания помощи, поддержки, сопровождения старшеклассников в процессе самоопределения, разработки соответствующей программы, отбора адекватного инструментария, в том числе критериально-уровневой шкалы.

Гипотеза и задачи исследования. Проведенный теоретический анализ работ названных авторов позволил выдвинуть гипотезу о пролонгированности

процесса: в решении проблемы самоопределения современные старшеклассники находятся на разных уровнях — критическом, низком, среднем, оптимальном, который для большинства протекает стихийно, не рефлексивируется. Определенная часть старшеклассников пребывает в состоянии диффузной идентичности: не знает, чего хочет, к чему следует стремиться, каков собственный потенциал развития, потому что еще не сложились четкие убеждения и система ценностей, более того, нет и активности субъекта в их формировании, нет необходимых результатов. Другая часть — в состоянии предрешенной идентичности: знает, чего хочет и к чему следует стремиться, но эти убеждения и ценности заимствованные, а не осмысленные самими учащимися; возможно сильное чуждое влияние, поэтому знание не сопоставляется с собственным потенциалом и достигаемыми результатами. Третья часть старшеклассников находится в состоянии моратория: не знает, чего хочет и к чему следует стремиться, но предпринимает активные попытки разрешить кризис идентичности, найти себя в активной деятельности и общении. Четвертая часть — в состоянии достигнутой идентичности: знает, чего хочет и к чему следует стремиться, адекватно оценивает свой потенциал, имеет осознаваемые результаты и прогнозирует будущее. Характеризуется наличием твердых убеждений, ясных целей и мотивов их достижения, доверяет окружению. При этом старшеклассники осознают возможность встречи с трудностями, настроены на их преодоление.

Результаты исследования. Как отмечалось выше, рассматривая проблему самоопределения в старшем школьном возрасте в качестве центральной, мы поставили задачу разработки адекватного диагностического инструментария для самооценки старшеклассниками уровня сформированности различных аспектов самоопределения. Для этого была разработана критериально-уровневая шкала (КУШ), с помощью которой каждый старшеклассник может оценить себя в целостном процессе самоопределения в четырех аспектах — личностном, гендерном, гражданском и профессиональном на основе трех критериев (*я хочу, я могу, я имею*) и соответствующих компонентных показателей — когнитивного, аффективного, операционально-деятельностного, коммуникативного и рефлексивного.

Компоненты процесса самоопределения мы рассматриваем в качестве векторов самореализации, при этом личностный аспект выделяем в качестве системообразующего. Так, в *личностном аспекте* самоопределения когнитивный компонент заключается в формировании осознанного образа себя, осведомленности о своих качествах, способностях; аффективный проявляется в переживаниях личности относительно собственного поведения; операционально-деятельностный — в действиях, отражающих личностную позицию самоопределяющегося; коммуникативный компонент реализуется в общении, в котором отражается личностная позиция старшеклассника; рефлексивный — в субъективном анализе событий, связанных с личностными структурами.

В *гендерном* самоопределении компоненты проявляются следующим образом: когнитивный — связан с формированием осознанной гендерной модели поведения, устойчивыми позициями, выработкой осознанных представлений

о роли семьи, брака, родительства в дальнейшей жизни; аффективный — связан с отношением к себе как к носителю определенной гендерной модели; операционально-деятельностный — связан с активностью личности как обладателя определенной гендерной модели и носителя сложившихся установок относительно семьи, брака и родительства; коммуникативный — проявляется через общение, связанное с убеждениями личности и оценками семьи, брака и родительства на основе сложившейся гендерной модели; рефлексивный компонент проявляется в субъективном анализе событий жизни и позиции обладателя определенной гендерной модели поведения, представлений о семье и гендерных отношениях.

Применительно к *гражданскому* аспекту самоопределения компоненты реализуются следующим образом: когнитивный компонент заключается в формировании представлений о себе как гражданине России и выработке осознанной, интегрированной гражданской позиции; аффективный компонент проявляется в переживаниях, которые возникают в связи с гражданской позицией, исходя из образа себя как гражданина Отечества, своих прав и обязанностей; операционально-деятельностный компонент включает действия исходя из позиции гражданина Отечества, обладающего правами и обязанностями, определенными установками в вопросах гражданственности; коммуникативный компонент связан с общением исходя из гражданской позиции старшеклассника, понимания им своего долга перед Отечеством; рефлексивный компонент проявляется в анализе учащимся собственных действий, переживаний исходя из позиции гражданина России.

В *профессиональном* аспекте самоопределения проявляются следующие компоненты: когнитивный — заключается в формировании осознанного, структурированного образа Я как будущего профессионала, включает представление старшеклассника о своих профессиональных способностях, качествах, знаниях и стремлениях; аффективный компонент связан с переживанием образа Я как профессионала, эмоциями, побуждаемыми профессиональным выбором и собственной деятельностью; операционально-деятельностный компонент проявляется в умении достигать результатов, в которых отражается профессиональная позиция, в стремлении совершенствоваться в избранной профессиональной деятельности; коммуникативный компонент связан с общением, в котором проявляется будущая профессиональная позиция старшеклассника; рефлексивный компонент связан с анализом собственного поведения, событий жизни, в которых проявляются профессиональные качества, знания и умения, собственная профессиональная позиция.

Выше отмечалось, что, согласно нашей гипотезе, каждый из названных аспектов самоопределения может быть сформирован на разных уровнях: от критического до оптимального. *Критический уровень* характеризуется отсутствием внутренней потребности в самоопределении, отсутствием рефлексии по данной проблеме. *Низкий уровень* самоопределения характеризуется относительно низким уровнем рефлексии, неустойчивостью образа Я, зависимостью от оценок значимых других. *Средний уровень* самоопределения проявляется уже формирующимся на основе критичности, активной позиции, внутренней мотивации, стремления самоопределяться образом Я. *Оптимальный уровень* характеризуется сформированным,

устойчивым образом Я, формированием позиции убежденного человека, успешно самоопределяющегося. Описанные аспекты, компоненты и уровни самоопределения в старшем школьном возрасте представлены в критериально-уровневой шкале, имеющей три критерия — «могу», «хочу», «имею». Эти критерии выделены на основе анализа теоретических подходов С. Л. Рубинштейна, И. С. Кона, В. Ф. Сафина [3, 7, 8]. Рассматривая вопросы самоопределения, становления и развития личности, каждый из исследователей касался состава данного процесса. Критерии доступны для понимания старшеклассников: «хочу» — *интенции* личности, отражают ее мотивы, потребности, интересы, установки, тенденции; «могу» — *потенции*, осознанность собственных возможностей и способностей, того, что может реализоваться в дальнейшем развитии; «имею» — *посиденции*, осознание, рефлексия собственных достигнутых результатов деятельности и общения, того, что из тенденций и установок закрепилось в качестве стержневых особенностей личности старшеклассника.

В своей работе мы исходили из представления о том, что показатели названных критериев взаимосвязаны и динамичны в процессе самоопределения в старшем школьном возрасте, проявляются индивидуально и неравномерно. Поэтому девушка и юноша могут находиться одновременно на разных уровнях самоопределения.

Говоря о практическом применении критериально-уровневой шкалы, обратим внимание на то, что целесообразность ее использования связана, во-первых, с оценкой динамики процесса самоопределения в ситуации поддержки данного процесса либо в ситуации его стихийного неконтролируемого неподдерживаемого протекания, во-вторых, с оценкой различий в субъективной степени сформированности аспектов самоопределения в разных группах.

Для оценки результативности психолого-педагогической поддержки, которую мы оказывали в 2015–2016 гг. в течение трех месяцев ученикам двух 10-х классов средней общеобразовательной школы № 167 г. Екатеринбурга (41 чел.), была использована КУШ.

На обобщающем этапе экспериментального исследования (2016) сопоставлялись результаты работы со старшеклассниками экспериментальной и контрольной групп (ЭГ и КГ) — 21 чел. и 20 чел. соответственно. И тем и другим было предложено оценить достигнутый уровень самоопределения в четырех аспектах — личностном, гендерном, гражданском, профессиональном. В рамках каждого из них давалась оценка 5 компонентам — когнитивному, аффективному, операционально-деятельностному, коммуникативному, рефлексивному, по 3 критериям — «хочу», «могу», «имею». По результатам исследования предполагалось установить реально достигнутые уровни в самооценке старшеклассников в двух группах — ЭГ и КГ.

Результаты оценивались исходя из анализа количества оценок на уровнях «критический» и «низкий» и на уровнях «средний» и «оптимальный». Выяснилось, что количество школьников, находящихся на критическом и низком уровне по большинству параметров (80 %), в экспериментальной группе меньше, чем в контрольной группе, при этом по 58 % переменных разница составляла более 5 %.

По уровням «средний» и «оптимальный» получены следующие результаты. В экспериментальной группе по 62 % критериев (37 из 60) таких оценок больше. Необходимо отметить, что анализ количества оценок по уровням «средний» и «оптимальный» представляет определенную сложность. Высокая оценка может отражать, с одной стороны, осознанное отрефлексированное отношение к себе, а с другой — нереалистичный образ себя, связанный с отсутствием рефлексии. Поэтому, на наш взгляд, анализ оценок на уровне «низкий» и «критический» является более информативным.

Для подтверждения полученных результатов были использованы и другие методики: метод мотивационной индукции Ж. Нюттена, тест М. Рокича «Ценностные ориентации», тест смысложизненных ориентаций (СЖО), адаптированная Д. А. Леонтьевым версия теста «Цель в жизни» Дж. Крамбо и Л. Махолика.

Имея целью отследить динамику процесса самоопределения старшеклассников в четырех аспектах, мы для сравнения взяли еще одну выборку — 30 студентов первого курса факультета политологии и социологии УрФУ. Отметим, что разница в возрасте между студентами и старшеклассниками составляет 1–2 года. При этом студенты университета уже выбрали для себя профессиональную сферу деятельности, основу их обучения составляют специализированные курсы. Однако мы предполагали, что процесс самоопределения в современном обществе является пролонгированным, значит, продолжается и в студенческом возрасте.

Чтобы выявить сходства и различия в субъективной оценке достигнутого уровня самоопределения, студентам-первокурсникам также была предложена критериально-уровневая шкала. Полученные результаты сравнивались с результатами ЭГ после реализации в ней программы психолого-педагогической поддержки.

Анализ показал меньшее количество ответов с низкими самооценками у студентов по параметру «хочу»: в 17 из 20 случаев процент самооценок в группе студентов ниже, чем в экспериментальной группе. Это говорит о том, что у студентов уже формируются идеалы, к которым они стремятся, наличие большего процента таких оценок в группе старшеклассников, полагаем, говорит о том, что у них идеалы еще не сформированы. Вместе с тем в группе студентов больше оценок соответствует уровням «низкий» и «критический» по критериям «могу» и «имею» в сравнении с самооценками ЭГ: по критерию «могу» — по 14 из 20 переменных, по критерию «имею» — по 13 из 20 переменных. Полагаем, это обусловлено усилившейся рефлексией и критичностью первокурсников по отношению к себе в связи с высокими идеалами, к которым они стремятся.

Что касается сравнения количества самооценок, соответствующих уровням «средний» и «оптимальный», то получены противоречивые результаты. Так, большинство самооценок студентов относительно аспекта личностного самоопределения по всем 15 критериям соответствуют высокому уровню. Полагаем, это свидетельствует об активном развитии этого аспекта в старшем школьном возрасте. По аспектам гендерного и гражданского самоопределения более высокий процент самооценок получен лишь по 6 из 15 переменных (уровни «средний» и «оптимальный»), по аспекту гендерного самоопределения — по 7 из 15. По аспекту профессионального самоопределения в группе старшеклассников по

всем 15 критериям мы видим большее количество самооенок, соответствующих высокому уровню, в сравнении со студентами. Этому можно дать следующее объяснение. Студенты уже находятся в начале своего профессионального становления, они понимают, что для того, чтобы стать квалифицированным специалистом, необходимо проделать профессиональный путь длиной в несколько лет, а иногда и десятков лет. Вероятно, оценка себя как начинающего специалиста и отразилась на результатах теста. Более высокий процент таких оценок в группе старшеклассников, мы полагаем, связан с тем, что для них в текущей ситуации гораздо более значимым является выбор профессии как таковой. Решение этого вопроса для старшеклассника на данном этапе, возможно, идентично решению вопроса профессионального самоопределения и развития.

Выводы

Теоретическое обоснование критериально-уровневой шкалы и ее практическое использование на разных выборках испытуемых подтвердило нашу гипотезу о том, что этот инструмент позволяет существенно расширить возможность изучения динамики процесса самоопределения, особенностей его протекания в различных условиях и в различных группах, оценки его успешности и завершенности. Это позволяет пользоваться критериально-уровневой шкалой исследователям, психологам и педагогам, а также и самим старшеклассникам прежде всего для определения адекватности собственных оценок и перспектив развития, отслеживания перехода от критического уровня к низкому, среднему и оптимальному. Опытно-экспериментальная работа подтвердила нашу гипотезу о *продолжительности процесса самоопределения старшеклассников*, следовательно, для его успешности, для результативного использования психолого-педагогического инструментария, включающего и критериально-уровневую шкалу, нужна целенаправленная фасилитационная работа в образовательных учреждениях.

1. Антонова Н. В. Проблема личностной идентичности в интерпретации современного психоанализа, интеракционизма и когнитивной психологии // *Вопр. психологии*. 1996. № 1. С. 131–143.
2. Беляева О. В. Динамика личностной идентичности в подростковом возрасте : автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2001. 19 с.
3. Кон И. С. В поисках себя. Личность и ее самосознание. М., 1984. 335 с.
4. Ларина А. А. Психологические стратегии личностно-профессионального самоопределения подростка в условиях предпрофильной подготовки : дис. ... канд. психол. наук. Воронеж, 2011. 217 с.
5. Марцинковская Т. Д. Переживание как механизм социализации и формирования идентичности в современном меняющемся мире // *Психологические исследования* : [электрон. науч. журн.]. 2009. № 3(5). URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 07.02.2016).
6. Нюттен Ж. Мотивация, действие и перспектива будущего / под ред. Д. А. Леонтьева. М., 2004. 608 с.
7. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии : в 2 т. М., 1989. Т. 2. 328 с.
8. Сафин В. Ф. Психология самоопределения личности : учеб. пособие. Свердловск, 1986. 142 с.

9. *Степанова Л. Г.* Особенности самоопределения в юношеском возрасте у индивидов с различным типом гендерной идентичности : автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2010. 23 с.
10. *Эриксон Э.* Идентичность: юность и кризис. М., 1996. 334 с.
11. *Marcia J. E.* Defermination and construct validity of ego-identity status : Unpublished doctoral dissertation. The Ohio State Unio, 1964.

Статья поступила в редакцию 13.06.2016 г.

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

УДК 008+930.85+17.023.36

Л. А. Шумихина
Р. М. Николаев

МЕТАФИЗИЧЕСКИЕ СМЫСЛЫ ПЕРСНИФИЦИРОВАННЫХ СИМВОЛОВ КУЛЬТУРЫ ДРЕВНЕЙ РУСИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

В контексте проблемы типологии символов культуры в статье анализируется специфика персонифицированных символов как имеющих особый метафизический смысл, означающий трансформации и преемственность духовных ценностей и тенденций историко-культурного развития. На конкретных примерах подвижнической деятельности выдающихся личностей эпохи древнерусской культуры и анализа их влияния на вектор культурного и исторического развития России раскрывается идея о первооснове культурной идентичности современной России.

К л ю ч е в ы е с л о в а: персонифицированный символ; культурная идентичность; духовные ориентиры культуры; культурная память; военная культура; традиция и новация.

Русский человек всегда имел в качестве идеала инока, служащего верховному идеалу. Вопрос только в том, каков этот идеал: имманентный — посясторонний или трансцендентный — потусторонний.

В. Н. Ильин

Обращение к теме символов русской культуры как основе ее исторического единства и целостности, а также матрице русского способа бытия представляется

ШУМИХИНА Людмила Аркадьевна — доктор философских наук, профессор, профессор кафедры культурологии и социально-культурной деятельности Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: shum@isnet.ru).

НИКОЛАЕВ Роман Михайлович — кандидат культурологии, доцент кафедры культурологии и социально-культурной деятельности Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: r_nik81@mail.ru)

© Шумихина Л. А., Николаев Р. М., 2016

весьма важным, так как символы определяют направление развития любой культуры, обеспечивая духовное и идейное единство народа.

Символическая вселенная мира культуры существует как различные типы символики: политической, повседневной, религиозной, религиозно-художественной, художественной (о типологии символов см.: [16, 29–47]). Личность-символ в этом ряду занимает совершенно особенное положение, так как, являясь вариантом персонифицированного символа, может представлять любой тип.

Духовные основы культуры — совокупность ценностей, как традиционных, передающихся из глубины веков, так и образовавшихся позднее. Эти ценности воспроизводятся в том числе и в символе. Поэтому, утрачивая символы, общество утрачивает свои ориентиры в культурном развитии.

Метафизический смысл любого символа — это создание или образа мира в целом, или образа конкретной культуры, а также — какой-либо ее грани или качественной характеристики. Поскольку культура и ее становление имеют историю, то исторически формируются, изменяясь, и символы, а настоящее богатство бытия культуры воспроизводится в богатстве ее смыслов, а значит — и символов. Но несмотря на то, что символика культуры исторически изменчива, эта изменчивость относительна. Причина — «целостность духа культуры» [5]. Выдающиеся личности также могут представлять различные типы символики. Так, символику молодежных субкультур представляют различные персоны, общезначимые для конкретных субкультур и символизирующие их образ жизни, статус и т. п., — это повседневная или политическая символика. А святые, символизирующие почитаемые человеческие качества, — вариант религиозной символики. Изображение реальности в соответствии с принятыми в различных художественных школах и направлениях искусства стилей, приемов и методов приводит к появлению художественной символики. Основатели же этих направлений и школ обретают статус символа-личности. К примеру, В. Кандинский и К. Малевич символизируют русский авангард, Федор Шехтель — русский модерн, Андрей Рублев и Дионисий — древнерусскую иконопись. Одни символы-личности несут в себе только рациональные и идеологические смыслы — политические, к примеру, другие — традиции культуры и ее духовные ориентиры. Последние, часто представленные в культуре как символы-личности, имеют особый метафизический смысл. Так, А. С. Пушкин, Л. Н. Толстой, Н. В. Гоголь символизируют трансформации и преемственность ценностей и смыслов русской культуры, они символы русского духа XIX — начала XX в. Их именами обозначены важнейшие грани культурной самоидентификации народа, порой противоречащие общему потоку мирских забот. Эти имена как «плод» Духа эпохи — духовные ориентиры и одновременно образы ее тенденций историко-культурного развития, а также — нравственных, эстетических и художественных идеалов.

Цель нашего исследования — осмысление значимости в современной культуре персонифицированных символов весьма отдаленных во времени исторических эпох. В отечественной культуре, на наш взгляд, это касается в первую очередь времени крещения Руси и князя Владимира, для всякого просвещенного человека

лицетворяющего христианизацию Древней Руси, что означало выбор цивилизационного развития русской культуры.

В христианстве человеческие проявления божественной сущности Христа легли в основу символики этого вероучения и стали духовным ориентиром в развитии всех культур, принявших христианство.

Князь Владимир как персонифицированный символ культуры Руси, избравший путь христианства, не должен был иметь негативных качеств, хотя до принятия христианской веры качеств этих было предостаточно, не случайно в летописаниях XI в. говорится о том, что «ненасытен был он в блуде», будучи язычником. Более того, как свидетельствуют исторические источники, князем Киева Владимир стал через братоубийство, подкуп и обман. С какой же целью прославляющий князя летописец описывает греховность прежней его жизни? Вероятно, лишь с одной — чтобы противопоставить этой греховности духовную высоту его решения о крещении Руси.

Символичность образа князя Владимира подтверждает и то, что в народе он получает имя «Владимир Красно Солнышко». Персонифицированный символ культуры, избравшей путь христианства, однако, как уже было сказано, не должен был иметь негативных характеристик. По этой причине, вероятно, и появляется в летописи легенда о том, что князь ослеп, но, окрестившись, прозрел. Зачастую как учеными, так и богословами этот летописный сюжет не принимается во внимание. На наш взгляд, легенда об ослеплении князя имеет большой символический смысл: избрание христианского пути в духовном развитии русской культуры — это *прозрение* народа, который с христианством обретает зрение духовное в постижении смыслов подлинно человеческого бытия как устремленности к Богу и осознание собственной греховности. Эту проблему во всей полноте осмыслила русская религиозная философия: В. Соловьев, Н. Бердяев, С. Булгаков, И. Ильин, Н. Лосский, С. Франк, Г. Федотов [17, 14–31]. Легенда о прозрении князя Владимира так же, как и его новое имя «Владимир Красно Солнышко», свидетельствуют о принятии русским народом новой парадигмы культуры — христианского пути ее развития и христианских ценностей, что свидетельствует о рождении новой культурной идентичности. Однако на Руси чтить память своего крестителя стали лишь через несколько лет после его смерти — в конце 40-х гг. XI в., и связано это было с тем, что будущий Киевский митрополит Иларион в своем исторически значимом «Слове о законе и благодати» [9] обратился к памяти крестителя Руси: «Радуйся, апостол среди владычествующих, воскресивший не мертвые тела, но нас воскресивший, мертвых душою, смерть претерпевших от недуга идолослужения. Ибо тобою мы приблизились к Богу и познали Жизнь Божественную Христа. Радуйся, учитель наш и наставник благочестия!» (цит. по: [4, 157]). В этих словах митрополита Илариона — не только установка на причисление князя Владимира к лику святых как равного апостолам, поскольку благодаря ему Русь обрела христианскую веру, но и духовный ориентир дальнейшего развития культуры Руси на этом пути, которое автор «Слова» связывает с именем князя Владимира и его деятельностью, подчеркивая сакральное значение государственной деятельности князя, что означает иное, чем у предшественников, отношение к власти.

Иларионом отмечается также эсхатологический контекст дел князя Владимира — это первые попытки осуществления идеи справедливости на Руси. О том, что идея Правды Божьей в ее социальном измерении провозглашается духовной ценностью, завещанной князем Владимиром, свидетельствует уже первый свод законов Руси, появившийся на фоне феодальной раздробленности Европы и названный «Русской Правдой».

Связывая заветы князя Владимира с изначальными принципами организации нашего государства как созидания христианской культуры, важно отметить, что Владимир канонизирован Церковью именно в чине князя, т. е. как государственный деятель, определивший духовный вектор развития нашей цивилизации и культуры. И уже в 2015 г., в память о 1000-летию со дня кончины князя Владимира и в канун Дня народного единства, в Москву был доставлен камень из Херсонеса, где, по преданию, крестился сам князь. Камень установлен на месте будущего памятника святому князю Владимиру, что, безусловно, свидетельствует о значимости его деяний, ставших первоосновой духовного развития культуры Руси и России. Сам же князь Владимир — персонифицированный символ этого развития.

Об изменениях после крещения Руси внутреннего духовного мира конкретного человека в нашей культуре свидетельствует летопись о первых канонизированных Русской православной церковью святых Борисе и Глебе — братьях-страстотерпцах [12], чей мученический подвиг был особенно чтим народом, и в дни опасностей эти святые считались небесными защитниками Руси. Князья Борис и Глеб — непротивленцы, принявшие смерть на пути следования Христу. И неважно, действительно ли они не сопротивлялись и добровольно приняли смерть от брата, а существенно то, что летописный образ их непротivления — это протест междоусобице, вражде, ненависти, и добровольная смерть была воспринята народом как очищение от этих пороков. Вот почему житийная повесть о Борисе и Глебе в русском сознании той поры — не история политического убийства (подобных убийств было преогромное множество в российской истории), а духовный ориентир в очищении от пороков, за что и обрели князья Борис и Глеб статус первых канонизированных святых. Почитание их качеств стало константой психологии народа и его формирующейся культурной идентичности. Ни один из впоследствии канонизированных святых, в том числе и мучеников за веру, не может сравниться по популярности в русском народе с Борисом и Глебом. Осмысляя жертвенность и непротivление как свойства характера русского народа, Н. А. Бердяев писал: «Подвиг непротivления — русский подвиг. Опрощение и уничтожение — русские черты» [1, 7]. Непротivление и жертвенность становятся чертами менталитета русских. В этом качестве святые Борис и Глеб — евангельские ориентиры социальных отношений в культуре Руси и жизни русского народа. В истории России непротivление проявляется, трансформируясь в миролюбие, а жертвенность особенно многочисленна в годы тяжелых испытаний. В последующие эпохи жертвенность выражается как чувство патриотизма при необходимости защиты своего Отечества. Непротivление перестает быть актуальным. Для сохранения новообретенной культурной идентичности Древней

Руси нужна была защита, что было связано с новыми духовными ориентирами, воплощенными в новых персонифицированных символах, к чему мы еще вернемся несколько позднее.

С христианизацией в X в. Русь обретает славянский книжный язык, который первоначально назывался словенским. Для создателей этого языка Кирилла и Мефодия великое дело созидания письменной культуры славянских народов было средством проповеди учения Иисуса Христа. Для исполнения этого апостольского подвига (первоучителей словенских, как называли Кирилла и Мефодия, и по сей день часто сравнивают с апостолом Павлом) необходимо было иметь язык, понятный славянским народам: болгарам, сербам, хорватам, западным славянам (чехи, словаки), восточным славянам (русские, украинцы, белорусы). В IX в. первоучители словенские разработали славянскую азбуку, тем самым положив начало славянской письменности и славянской литературе. Славянская азбука — совершенно уникальное явление среди всех известных способов буквенного письма. Знаменитый французский лингвист — славист XIX — первой половины XX в. Антуан Менье назвал славянскую азбуку шедевром среди мировых алфавитов. Комментируя это высказывание ученого, Г. С. Шелементьев пишет: «Эта азбука действительно является шедевром, и, главное, она основана на мировоззрении славян, в чем убеждает быстрое и прочное ее усвоение славянскими народами» [14, 5].

Культура лишь в том случае способна решать масштабные национальные задачи, когда в ней существует общая для нации (народа) система духовных ориентиров, благодаря которым охраняются и самобытные традиционные ценности. Кирилл и Мефодий, став через созидание письменной культуры символом единства и братства славянских народов — болгар, русских, украинцев, белорусов, чехов, словаков, сербов, хорватов, боснийцев и др., становятся не только историческим наследием славянской культуры, но и общим духовным ориентиром в ее развитии.

Последовательность возникновения древних славянских литератур не случайна: сначала болгарская, затем сербская и русская (жития святых, поучения, отдельные разделы летописаний). Эта последовательность находит свое обоснованное объяснение при рассмотрении истоков создания славянской литературы, ставшей письменным выражением развития христианских культур. Персонифицированные символы ориентиров этих культур — Кирилл и Мефодий. О важности для славянских культур их деяний, сохранившихся в культурной памяти славян, свидетельствует День славянской письменности и культуры. На международном форуме 2013 г., посвященном этому празднику, профессор Петков Петко Стоянов сказал: «Первыми словами, записанными по-славянски, были слова Евангелия от Иоанна: “В начале было Слово...” Славянские культуры, пронизанные христианской духовностью, имеют богатый опыт пребывания в недрах Слова как творческой культурной категории, духовно формирующей как отдельную личность, так и целые нации» [11, 14]. Появление письменной культуры, благодаря подвижнической деятельности Кирилла и Мефодия, трудно переоценить в цивилизационном развитии славянских культур. И прежде всего следует отметить

ее значимость в сохранении культурной памяти. Изначально хранительницей культурной и исторической памяти становится Церковь.

Осмысляя историю древнерусской культуры в проявлениях разных ее форм и артефактов, убеждаешься, что время возникновения Московской Руси совпадает со временем преподобного Сергия Радонежского. Как пишет об этом П. А. Флоренский, «мы не найдем ни одной нити, которая не приводила бы к этому первоузлу: нравственная идея, государственность, живопись, зодчество, литература, русская школа, русская наука — все эти линии русской культуры сходятся к Преподобному. В лице его русский народ осознал себя, свое культурно-историческое место, свою культурную задачу, и тогда только, осознав себя, — получил историческое право на самостоятельность» [10, 233].

Сергий Радонежский — это духовный вектор развития древнерусской культуры, направивший ее по пути, который был найден в Паламитских диалогах богословия Византии. Но, как заметил П. А. Флоренский, «Византийская держава выродилась в “грекосов”, а из русских болот возникло русское государство. Символом новой культурной задачи было видение Троицы» [Там же, 226]. О какой же культурной задаче речь? Значимость преподобного Сергия Радонежского для развития русской культуры П. А. Флоренский видит «в особой творческой связанности преподобного Сергия с душой русского народа» [Там же, 221].

«Видение Троицы» и «связанность Преподобного с душой русского народа» — не случайные характеристики «игумена земли русской», как называли Сергия Радонежского, но точное обозначение его роли в культурном развитии Руси. Видение новой иконографии ветхозаветного сюжета — это и есть созвучие души игумена душе народа, стремящегося к единению, гармонии и миру. Новая иконография — воплощение этого стремления.

Вот почему «Троица» Андрея Рублева — это, в оценке П. А. Флоренского, символ русского Духа [Там же, 231]. «Среди метущихся обстоятельств времени, среди раздоров, междоусобных распрей, всеобщего одичания и татарских набегов, среди глубокого безмирия, растлившего Русь, открылся духовному взору бесконечный, невозмутимый, нерушимый мир... стремящийся широким потоком прямо в душу созерцающего от Троицы Рублева...» [Там же, 230]. «Откровение Бога не дается всем людям, это удел лишь избранных, которых выбрали высшие силы для посредничества между собою и людьми» [3, 37]. Свое избранничество в создании величайшего из художественно-религиозных творений Андрей Рублев постиг под влиянием преподобного Сергия. Иконописца принято считать духовным внуком Сергия Радонежского, поскольку взрастила великого автора «Троицы» духовная среда, созданная Сергием Радонежским. Установкой преподобного была идея единства народа на духовном основании православной веры и действенной любви к Родине. Проповедь мира и единства России — это величайшая заслуга Сергия Радонежского. Идея эта, минуя семь столетий, не утратила своей значимости сегодня. Рождение же единства русского народа — это Куликово поле, на котором исторически утвердилась культурная и нравственная идентичность Руси. Куликовская битва — символ исторической памяти народа. Вдохновил же и благословил Дмитрия Донского на великое сражение преподобный Сергий.

«Святой благоверный князь Димитрий пришел к преподобному Сергию спрашивать о Божией воле и пошел на бой с благословением великого старца», — читаем в Житии преподобного Сергия, игумена Радонежского (цит. по: [2, 13]).

Символическую значимость одного из выдающихся людей России В. О. Ключевский охарактеризовал так: «Духовное влияние преподобного Сергия пережило его земное бытие и перелилось в его имя, которое из исторического воспоминания сделалось вечно деятельным двигателем и вошло в состав духовного богатства народа» [6, 75].

Особую символическую значимость в период новейшей истории нашей страны представляет имя Александра Невского. Его имя становится важнейшим персонафицированным символом культуры как в период, предшествующий Великой Отечественной войне, так и непосредственно в ходе самой войны.

Как известно, с началом войны Советский Союз противопоставил тотальной войне на уничтожение, ведущейся на его территории нацистской Германией, концепцию войны Отечественной. Именно с этим обстоятельством, на наш взгляд, в большей степени и связана востребованность с первых дней войны традиционных культурных образов, знаков, символов, забытых или уничтоженных, как казалось, навсегда.

В военное время в советской культуре становится востребованным, «вспоминается» довольно ограниченный аксиологический ряд примеров многовековой отечественной культуры, функционально направленный на решение конкретных, необходимых в данный период задач.

Возвращаясь к образу Александра Невского, отметим, что это один из наиболее часто используемых властью традиционных персонафицированных символов русской культуры, и в советский период он подается именно как образ воина: для власти крайне важна именно такая коннотация символа в условиях военного столкновения. В этом строго заданном качестве он презентуется в знаково-символической системе государства, иная идентичность этого образа (политик, святой) как бы «забывается». Это вполне объяснимо, так как «в ходе войны многочисленные идентичности постепенно исчезают, и преобладающей становится идентичность, наиболее значимая в конфликте» [13, 434].

Стоит отметить, что образ Александра Невского уже не раз использовался российской властью в «войне культур», и в момент борьбы с внешним врагом он противопоставлялся политическому противнику путем выделения какой-либо сущностной черты его биографии, поступков, характера и т. д. Так, например, трактовка этого образа в XVI в. была направлена «на “реконструкцию” теологического диспута Александра с папскими посланниками» [15, 97] — в критический период истории его образ послужил инструментом борьбы с западным, католическим влиянием. В конце 30-х гг. XX в. это был уже воинский образ победителя тевтонских рыцарей, что становится вновь актуальным в реконструкции культурной идентичности советского человека перед новой военной, политической и культурной угрозой.

Известно, что власть задает определенную, выгодную ей (зачастую мифологическую) коннотацию образов прошлого. Образ Александра Невского как

образ русского героя и воина получает широкое распространение в советском патриотическом дискурсе и в довоенный период, и во время войны. А. Невский как бы «становится фигурой отца, не только тесно связанного с народом, но и возвышающегося над подданными» [15, 278]. Этот образ являлся привлекательным для власти в ситуации культа личности, так как наблюдалось «сходство такой фигуры с пропагандированным образом Сталина» [Там же, 279].

Несмотря на то, что образы прошлого представлялись властью в выгодном ей свете, их значение для советского общества в рассматриваемой ситуации сложно переоценить. И если продолжить обсуждение сублимаций образа Александра Невского, широко представленного в довоенной советской культуре, то необходимо отметить, что он смог воплотить в себе такие качества, как решительность, смелость, мужество, полководческий талант. «Он выдвинулся как фигура идентификации мы-группы, все сильнее определявшейся как (национальное) боевое сообщество» [Там же, 295].

В целом использование персонифицированных символов Древней Руси в период Великой Отечественной войны сводится к двум именам — Александру Невскому и, в значительно меньшей степени, — Димитрию Донскому. Последнее во многом объясняется внешнеполитическими причинами, а именно тем, что Монгольская Народная Республика являлась союзником СССР в годы войны.

Но в современной военной культуре России символическая значимость Д. Донского востребована. Сегодня на страже Отечества несут службу три атомные подводные лодки с именами — символами защитников Древней Руси: Александра Невского, Димитрия Донского и Юрия Долгорукого. В XXI в. эти имена стали символом боеспособности и защищенности России от врага.

Плакат, орден, фильм, пропагандистская листовка, фольклор, политическое обращение с использованием упомянутых исторических имен также несут в себе культурный код, благодаря которому человек понимает современную ситуацию и имеет возможность придерживаться каких-либо устойчивых, стабильных, практически неизменных позиций: «...такой устойчивостью обладают собственные истоки, образцы деятельности, данные опытом предков, которые воспринимаются не только в качестве особенно стабильных, но и в качестве обладающих статусом подлинности и особой ценности» [7, 33].

В заключение хотелось бы отметить, что традиции в культуре всегда сопутствует новация, но новаторская культура, культура, устремленная в будущее, нуждается в сохранении ценностного основания культурного наследия предыдущих эпох: «Одно из важнейших определений культуры характеризует ее как “негенетическую” память социума. Культура есть память. Поэтому она всегда связана с историей, всегда подразумевает непрерывность нравственной, интеллектуальной, духовной жизни человека, общества, человечества» [8, 8].

О значимости традиционных ценностей (включающих ряд имен-символов) как опоры культурной идентичности и самоидентификации человека в кризисный период пишет и современный культуролог А. В. Костина: «Как правило, такой опорой становится опыт предков, обеспечивающий воспроизводство в системах настоящей деятельности апробированных образцов прошлой социокультурной

активности и детерминирующий настоящее и будущее прошлым, обладающим статусом священного и истинного» [8, 151–152].

Итак, можно сделать вывод, что метафизические смыслы персонифицированных символов историко-культурного развития России и в XXI в. представляют собой ориентир деятельностных установок человека, необходимость которого становится особенно очевидной в период цивилизационных вызовов современности.

1. Бердяев Н. А. Русская идея. Основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века // Бердяев Н. А. Русская идея. Судьба России. М., 1997. С. 3–220.

2. Захарченко М. В. Жизненный путь человека по материалам Жития св. Сергия Радонежского в отражении русской художественной культуры. Педагогический аспект // Просветитель : журн. лаборатории духовно-нравств. воспитания Ин-та педагогики и психологии детства УрГПУ. 2014. № 6. С. 9–14.

3. Иванова Е. В. Культурология: мифологические смыслы современной культуры. Екатеринбург, 2015.

4. Карпов А. Ю. Князь Владимир. Историческая справка // Патриарх Московский и Всея Руси Кирилл. Слово Святейшего Патриарха «Святой князь Владимир. Цивилизационный выбор Руси». М., 2015. С. 105–157.

5. Кассирер Э. Философия символических форм // Соч. : в 3 т. СПб., 2002. Т. 1.

6. Ключевский В. О. Исторические портреты. Деятели исторической мысли. М., 1990.

7. Костина А. В. Национальная культура. Этническая культура. Массовая культура. «Баланс интересов» в современном обществе. М., 2008.

8. Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре. СПб., 1994.

9. Митрополит Иларион. Слово о законе и благодати. М., 2011.

10. Павел Флоренский, свящ. Троице-Сергиева Лавра и Россия // Избранные труды по искусству. М., 1996. С. 219–236.

11. Петков Петко Стоянов. Обращение к участникам международного форума «Христианство и славянское культурное наследие. 24 мая 2013 года» ректора Университета имени профессора Асена Златарова // Христианство и славянское культурное наследие : в 2 т. Кемерово, 2013. Т. 1. С. 14–15.

12. Сказание о святых Борисе и Глебе. Сильвестровский список 14 века / подг. И. И. Срезневский. СПб., 1860.

13. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М., 2007.

14. Шелементьев Г. С. АзБукиВеди. Екатеринбург, 2011.

15. Шенк Ф. Б. Александр Невский в русской культурной памяти. М., 2007.

16. Шумихина Л. А. Метафизика символов русской культуры. Екатеринбург, 2009.

17. Шумихина Л. А. Рождение русской духовности // Русская духовность : соч. в 3 т. Екатеринбург, 2002. Т. 1.

Статья поступила в редакцию 23.03.2016 г.

УДК 008 + 791.229.2:342.25

**Е. В. Головнева
И. А. Головнев**

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ РЕГИОНА СРЕДСТВАМИ КИНЕМАТОГРАФА (на примере «Киноатласа СССР»)*

В статье на основе конструктивистского подхода рассматривается феномен визуализации региона. Особое внимание уделяется конструированию визуальных образов региона, получившему развитие в XX в., в том числе благодаря кинематографу. Анализируется один из известных кинопроектов 1930-х гг. — серия документальных фильмов «Киноатлас СССР», — который способствовал формированию и функционированию в общественном сознании образов отдаленных регионов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: регион; образ региона; конструирование; конструктивизм; документальное кино; «Киноатлас СССР»; визуальная культура.

Функционирование регионов сегодня оказывается связанным с процессами глобализации, расширения возможностей для визуальной самопрезентации, построения имиджевых стратегий [3; 14, 802]. В связи с этим актуально обращение к научной проработке вопросов репрезентации регионов с особым акцентом на использование аудиовизуальных средств как наиболее репрезентативного ресурса в современном информационном обществе.

В качестве философско-методологического основания работы предлагается конструктивистская парадигма [7], в соответствии с которой образы региона рассматриваются как формируемые более или менее направленными актами деятельности. Соответственно, существующие в массовом сознании образы регионов представляются не естественным следствием объективных социальных процессов, а более сложным образованием, исторически складывавшимся под воздействием конкретно-исторического набора формирующих акторов.

О визуализации региона, или Построение образов-конструктов региона

Образ объекта — это циркулирующая в культуре совокупность представлений о нем; он создается не только исходя из характеристик самого объекта, но и под воздействием ряда иных факторов, т. е. его возникновение носит относительно

* Статья выполнена при поддержке гранта РГНФ, проект 16-33-01038 «Образ региона в культурфильме (на примере творчества А. Литвинова)».

ГОЛОВНЕВА Елена Валентиновна — кандидат философских наук, доцент кафедры культурологии и дизайна Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: golovneva.elena@gmail.com).

ГОЛОВНЕВ Иван Андреевич — младший научный сотрудник Института истории и археологии УрО РАН (e-mail: golovnev.ivan@gmail.com).

© Головнева Е. В., Головнев И. А., 2016

самостоятельный характер по сравнению с созданием или формированием самого объекта [6, 28]. Образ соединяется с нравственно-этическими, социокультурными ценностями, оценочными суждениями, является результатом продуктивной деятельности воображения, создающей различные модели и конструкции и проводящей мысленные эксперименты. В таком понимании образ объекта приобретает признаки конструкта.

В контексте исследования регионов особое значение приобретает такая разновидность образов, как пространственные, или геокультурные, образы. Эти образы обретают определенность в зависимости от состава, характера и соотношения факторов, участвующих в их формировании. Согласно Д. Н. Замятину, культурно-географические образы — это не только опосредованное отражение реальности, но и фактор ее изменения, динамики [2, 96]. М. Бассин обращает внимание на еще один аспект, связанный с конструированием образов: географические образы могут интерпретироваться как культурные артефакты и в качестве таковых непреднамеренно выдавать предрасположения, предрассудки, страхи и надежды их авторов [11, 73].

Актуальные образы и представления о регионах не столько создаются на основе непосредственного опыта, сколько конструируются извне, несут на себе отпечаток политического, экономического, историко-культурного параметров развития региона (являются сконструированными репрезентациями) и в значительной степени определяют дальнейшую направленность восприятия этого региона. Эти образы, как правило, поддерживаются и разделяются на обыденном и теоретическом уровне, обладают относительной устойчивостью.

Одним из средств формирования образов регионов является их визуализация. Под визуализацией понимается создание образов объектов с помощью использования визуальных средств. Визуализация «высвечивает» определенные грани объекта, т. е. создает, конструирует его.

Проблема конструирования пространства впервые в наиболее полном виде была представлена в трудах французского культурного географа и философа-неомарксиста Анри Лефевра [5]. Согласно А. Лефевру, кодификация окружающего социум пространства разрабатывается профессионалами, владеющими особым языком (культурным кодом), — архитекторами, художниками, учеными, писателями, режиссерами. Затем коды начинают считывать все остальные, и представление о пространстве начинает воплощаться уже посредством созданных знаков и символов обывателями, повседневная жизнь которых неотъемлемо связана с этим сконструированным пространством [5, 23]. Жан Бодрийяр отмечает, что сегодня картографические репрезентации пространства имеют все больший приоритет над реальной территорией, которая есть область значений репрезентаций [1, 39].

В динамике образов регионов в XX в. обнаруживается смена языков описания, тяготение к построению образов с помощью их визуализации. Если в XVIII–XIX вв. в качестве источников формирования образов регионов главенствовали вербальные тексты (тексты профессиональных географов и путешественников-любителей, травелоги, мемуары и письма, стихи и песни, очерки и рассказы,

повести и романы, драматические произведения) [12], то в XX в., с появлением кинематографа, изменился масштаб и характер социокультурной обработки региональной идентичности [8]. В XXI в. это может быть создание виртуальных объектов и маршрутов в регионе, создание реальности, отстоящей далеко от исходной реальности пребывания человека.

Особую роль в развитии существовавших в советский период представлений о регионах СССР (включая и их самопонимание) сыграли просветительские документальные фильмы (именовавшиеся культурфильмами) [10, 368]. Конструктивистская исследовательская программа предполагает рассмотрение культурфильмов как средства конструирования образов территории в общественном и индивидуальном сознании; возникающий образ региона при этом является равнодействующей различных коммуникативных трендов.

Культурфильм сам по себе является интересным феноменом, поскольку находится на стыке научного и художественного познания и, соответственно, сочетает в себе гносеологические средства обоих подходов. Одновременно пример с документальным просветительским кинематографом позволяет обеспечить конструктивистский подход в изучении региональной идентичности необходимым фактическим материалом. Исходя из этого, предлагается обратиться к конкретному кейсу — «Киноатласу СССР» как значимому ресурсу формирования и пополнения образов регионов в советскую эпоху.

«Киноатлас СССР» как средство конструирования образа региона

В советский период «важнейшее из искусств» (термин В. И. Ленина) — кино рассматривалось большевистскими лидерами как ключевое средство массовой информации и агитации, причем особое внимание государство уделяло кинохронике и документальному кино [9, 185].

На рубеже 1920–1930-х гг. появляется беспрецедентно амбициозный проект — «Киноатлас СССР», инициированный ЦК партии и призванный сконструировать новую страну на экране, а потому представляющий особый интерес для исследовательского анализа.

Этот проект разрабатывался и продвигался Обществом изучения Урала, Сибири и Дальнего Востока, куда входили видные общественные и научные деятели (В. Г. Богораз, В. Д. Виленский-Сибиряков, Л. Я. Штернберг и др.). Обсуждавшийся предварительно на собраниях общества проект «Киноатласа» впервые озвучил М. В. Израильсон-Налетный — кинооператор (автор киноочерков «Афганистан» (1921), «К берегам Тихого океана» (1927) и др.). В своем установочном докладе «К вопросу о создании киноатласа СССР», прозвучавшем на заседании киносекции общества в марте 1928 г., он провозглашал: «До сих пор культурфильма появлялась без плана, часто без достаточной научной консультации, носила случайный характер. Поэтому главнейшей задачей в предстоящей работе по строительству культурфильма является снабжение кинофицированной школы, экранов, фабрик и заводов, будущих деревенских экранов серией фильмовых материалов, построенных с научной консультацией и по плану. Основным

материалом этой серии должен стать Кино-Атлас СССР» [РГАЛИ. Ф. 645. Оп. 1. Д. 356. Л. 103]¹.

В программе «Киноатласа» звучала актуальная для конца 1920-х гг. нота ведомственного «сближения» науки и кино для создания образцовых научно-популярных фильмов как наглядных пособий для массового преподавания основ этнографии, географии и экономики различных территорий СССР. Главным экраном «Киноатласа» должны были стать учебные заведения — базы культурной революции. Заявлялось, что выпуск серий «Киноатласа» будет происходить поэтапно в течение нескольких лет — по примеру издания томов печатной энциклопедии.

Другим принципиальным новшеством «Киноатласа» должна была стать плановость производства серий кинопроекта, предполагавшая общность тематических мероприятий и графиков их реализации у научных и кинематографических инстанций. В упомянутом докладе М. В. Израильсона-Налетного были учтены и идеологические установки: «Излишне доказывать, что экран является могущественнейшим средством для внедрения в сознание людей тех или иных представлений, и поэтому ясно, что может дать такой Кино-Атлас для масс трудящихся» (103). Эта линия наиболее активно разрабатывалась проектантами «Киноатласа», которые пытались найти марксистский метод киноконструирования реальности.

Кроме того, особый интерес представляет установка экономического свойства: «Формы применения Кино-Атласа в деле культурного строительства многообразны. Особенно много даст Атлас деревне, путем ознакомления крестьян-переселенцев с географическими, бытовыми и другими условиями неизвестной им области, что облегчит и упростит переселенческий вопрос, так как даст переселенцам наглядно знакомиться с тем, что их ожидает на новых местах» (103). В этом смысле серии «Киноатласа» позиционировались как презентационные фильмы, на которых лежит ответственность за создание «образа» того или иного региона.

Наконец, декларировались и коммерческие перспективы проекта: «Весь мир смотрит на победное строительство новых форм жизни в СССР, в его бесчисленных городах, селах и деревнях. И тысячи экземпляров драгоценных кино-страниц Атласа могут быть обменены на сырье, аппаратуру и деньги во всех странах мира» (103). Предполагалось, что каждая из серий должна представлять собой комплексное описание той или иной области СССР, при этом особый акцент в «Киноатласе» делался на экранирование антропологических материалов.

В процессе работы над «Киноатласом СССР» режиссерам-документалистам удалось собрать уникальные материалы, обогатившие содержание документальных и художественных фильмов о различных регионах СССР. Собранные киноматериалы были реализованы в фильмах режиссеров А. Литвинова («У берегов Чукотского моря», «Девушка с Камчатки»), В. Шнейдерова («Два океана») и В. Ерофеева (серия «Союзкиножурналов» 1930-х гг.). Эти фильмы

¹ Далее при ссылках на Российский государственный архив литературы и искусства. (РГАЛИ) в тексте в круглых скобках курсивом указывается номер листа.

действительно стали выгодным экспортным товаром, широко демонстрировались в отечественном прокате и за рубежом, способствовали пониманию отдаленных регионов и «самопониманию» их жителей [4, 13].

К сожалению, направление антропологического кино, сформировавшееся на рубеже 1920–1930-х гг. и активно развивавшееся в начале 1930-х гг., было ведомственно закрыто в середине 1930-х гг. С тех пор производство фильмов антропологического и просветительского характера, сократившись до минимума, в основном продолжалось на региональных и республиканских киностудиях Советского Союза. Экран заняли заказные герои — ударники социалистическихстроек — персонажи очередного советского мифа, в котором так нуждалось партийное руководство [13]. В то же время документальное кино в СССР, сыграв роль информационной технологии в конструировании регионов многонационального государства, было низведено до уровня заказных пропагандистских киноработ — национальных по форме и социалистических по содержанию («Советская Карелия», «Советская Киргизия», «Советская Украина» и т. д.) [15].

Анализ советских кинопроектов о регионах позволяет выделить еще одну особенность. Если в ранний советский период документальное кино в России в основном было деятельностью консультируемой (профессионалами науки и кино) и подчас цензурируемой (государством), то в постсоветский период конструирование визуальных образов регионов все чаще осуществляется на основе непрофессиональных Visual-проектов, не имеющих никакого отношения к науке (экзотические телепроекты, брендинг, туризм и пр.). Постепенно кинематограф, не случайно названный искусством XX в., уступил свои позиции основного средства массовой коммуникации новой форме репрезентации — телевизионной.

В XXI в. различные аудиовизуальные форматы (фоно, фото, кино, видео, телевидение, радио и пр.) были синтезированы в комплексном ресурсе — *World Wide Web*. Интернет, в числе прочего, стал пространством для организованного и спонтанного экранирования фильмов о регионах, площадкой для общения создателей и потребителей аудиовизуальных произведений, виртуальным исследовательским полем для ученых.

Выводы

В настоящее время остро стоит вопрос не только о необходимости организации ретроспективно ориентированных программ (об истории региона и пр.), но и о профессиональном анализе цифровых аудиовизуальных материалов о современном состоянии региональной культуры. Эти материалы являются документальными свидетельствами нашего времени, ориентированными на свободный доступ и использование в самом широком спектре мероприятий и проектов в настоящем и в будущем. При использовании информационных технологий осмысление региональной культуры, процессов конструирования образов регионов и региональной идентичности становится доступным для самой широкой аудитории,

являясь тем самым инновационной гуманитарной технологией построения мультикультурного общества.

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / пер. О. А. Печенкина. Тула, 2013. 204 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.simulacrum.h16.ru/files/text/simulacres.pdf> (дата обращения: 12.02.2015).
2. Замятин Д. Н. Культура и пространство. Моделирование географических образов. М., 2006. 488с.
3. Джонсон К., Коулман А. Внутренний «Другой»: диалектические взаимосвязи между конструированием региональных и национальных идентичностей // Культурная и гуманитарная география. 2012. Т. 1, № 2. С. 107–125.
4. Дерябин А. О фильмах-путешествиях и Александре Литвинове // Вестн. «Зеленое спасение». Алматы, 1999. Вып. 11. С. 12–23.
5. Лефевр А. Производство пространства // Социол. обозрение. 2002. Т. 2, № 3. С. 27–30.
6. Мартишина Н. И. Категория конструирования: за пределами технической интерпретации // Вестн. Сиб. гос. ун-та путей сообщения. 2011. № 25. С. 25–31.
7. Мартишина Н. И. Конструктивистская исследовательская программа в социально-гуманитарном знании // Гуманит. исслед. 2015. № 2 (6). С. 19–23.
8. Разлогов К. Э. Искусство экрана: от синемаатографа до Интернета. М., 2010. 287 с.
9. Страницы истории отечественного кино / отв. ред. Л. М. Будяк. М., 2006. 284 с.
10. Шлегель Х. Й. Немецкие импульсы для советских культурфильмов 20-х годов // Киноведческие записки. № 58. М., 2002. С. 368–380.
11. Bassin M. Visions of empire: nationalist imagination and geographical expansion in the Russian Far East, 1840–1865. Cambridge, 1999. 348 p.
12. Frank S. Russkie travelogi serediny 1930kh godov // Beglye vzgliady. Novoepruchenie russkikh travelogov pervoi treti 20 veka / ed. by W. S. Kissel and G. Time. Moscow, 2010. P. 180–211.
13. Martin T. The Affirmative Action Empire: Nations and Nationalism in the Soviet Union, 1923–1939. Ithaca (N. Y.), 2001. 496 p.
14. Paasi A. Place and Region: Regional worlds and words // Progress in Human Geography. 2002. Vol. 26, № 6. P. 802–811.
15. Papazian, E. A. Manufacturing Truth: The Documentary Moment in Early Soviet Culture. DeKalb, 2009. 282 p.

Статья поступила в редакцию 11.04.2016 г.

УДК 7.04 + 159.937.522

Т. М. Степанова
А. В. Степанов

ИКОНИКА: МОРФОЛОГИЯ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА КАК СИСТЕМА ПАТТЕРНОВ

Рассматривается проблема морфологического анализа визуального образа с использованием понятий «морфологические элементы» и «морфологический паттерн». На основе исторического анализа текстов делаются выводы об уточнении смысловых значений этих базовых категорий, применяющихся в процессах визуально-образного моделирования.

К л ю ч е в ы е с л о в а: морфология визуального образа; морфологические элементы; паттерн; система морфологических паттернов; морфологический подход.

Термин паттерн (англ. *pattern* — образец, шаблон, система) в последние годы стал активно использоваться в разных областях деятельности человека: дизайне, информатике, психологии, нейропсихологии, электронной музыке и др. Это стало провоцировать появление новых смыслов, связанных с термином, которые, с одной стороны, сохраняют изначальную этимологическую содержательность, с другой — определяют динамику развития новых значений. Если обобщенно представить эту динамику, то в ней отчетливо прослеживается линия (вектор) на усложнение содержания термина *паттерн*, движение от простых значений (шаблон, образец) к целостной архитектуре такого понятия, как система.

Системность, связанная с выявленной закономерностью функционирования термина *паттерн*, определила основные признаковые характеристики паттерна — его так называемую «рамочность» и в то же время неопределенность, расплывчатость, стремление к развитию, *неограниченность степеней свободы*.

Если обратиться к примерам, иллюстрирующим *рамочность* и *неограниченность степеней свободы* понятия «паттерн» в области иконоики (понимаемой в роли теории и практики визуально-моделирующей деятельности), то следует привести концепты использования в творческой практике возможностей такого явления, как *точка*. Собственно говоря, на примере *точки* можно осуществить попытку описания базовой характеристики понятия *паттерн*, его конфигурации как специфического явления, определяющего визуально-образную деятельность.

История, представляющая визуальные артефакты, свидетельствует: точка была основой некоторых древних наскальных рисунков (плато Тассили Аджер); точку как элемент художественного текста открыто применял Вермер Дельфтский;

СТЕПАНОВА Татьяна Михайловна — кандидат педагогических наук, доцент кафедры культурологии и дизайна Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: S49@list.ru).

СТЕПАНОВ Александр Владимирович — кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры дизайна интерьера Российского государственного профессионально-педагогического университета, г. Екатеринбург (e-mail: S49@list.ru).

© Степанова Т. М., Степанов А. В., 2016

точка в том или ином качестве и функционале присутствует в творческих поисках и композиционных продуктах многих живописцев и графиков (известных в истории изобразительного искусства и современных художественных практиках); точка стала базовым элементом стиля *пуантилизм*. Все это свидетельствует, во-первых, о неограниченной свободе точки как паттерна, проявляющейся в индивидуальном творчестве разных мастеров; а во-вторых, о ее «рамочности», связанной с условиями стиливого формообразования — стиль пуантилизм (Сера, Синьяк и др.).

Характеризуя «степень свободы» в искусстве, Леон Баттиста Альберти высказывался о «живом и механическом» и о самой «свободе» следующим образом: «...органическое в искусстве отличается от механического так, как отличается живое от мертвого. Живое произведение искусства отличается от мертвого тем, что в нем наряду с моментом “необходимости” есть момент “свободы”. Живая линия отличается от линии, проведенной по линейке, тем, что в каждой точке она вольна пойти не так, а иначе, и вместе с тем обладает такой внутренней убедительностью, которая вынуждает нас признать, что мастер мог повести ее только так, а не иначе. Если бы этого не было, возможны были бы рецепты в искусстве, по одной части можно было размерить все прочие. Следовательно, в понятии организма есть нечто большее, чем простое модульное соответствие частей» [1, 70–71].

Если обобщить данные наблюдения, то можно сделать следующие выводы:

Точка обладает функционалом: а) элемента, б) паттерна.

Бифункциональность точки (элемент и паттерн) целесообразно рассматривать в «обобщенном теоретическом поле», которое мы видим в такой предметной области, как иконика [14, 160–164], где функционал паттерна как понятия проявляет себя особенно отчетливо и наглядно.

Существование в иконической теории и деятельности системы *паттернов* — это, с одной стороны, явление известное (правда, под другим маркером — морфологические элементы), а с другой — новое, более, на наш взгляд, точно определяющее особенности морфологического видения и анализа визуально-образных моделей.

Практика визуально-образного моделирования (художественного, дизайнерского, конструкторского) использует ряд так называемых морфологических элементов, которые присутствуют в моделях в различных комбинаторных сочетаниях, расположениях и перестановках, обеспечивая динамику, сложность и диалектическую незавершенность системы формирования визуальных аспектов окружающего мира.

Морфологический анализ формы (модели) представлен рядом структурообразующих элементов, таких как *точка, линия, плоскость, поверхность, объем, пластика, фон, силуэт, контур, пятно* [2, 220; 8, 64].

Приведенная классификация так называемых морфологических элементов является наиболее полной, но охватывающей тем не менее не все характеристики визуальной формы. Поясним это на следующем примере.

В практике обучения дизайну и изобразительному искусству используются «усеченные» морфологические ряды, например: точка, линия, пятно; точка, линия, штрих (?) и т. п., что не лишено *противоречий*, так как, во-первых,

в педагогическом контексте эти понятия (точка, линия, штрих и др.) классифицируются как средства, а во-вторых, не акцентируется само «понятийное признание морфологического аналитического подхода к формообразованию». Это сужает возможности осмысленной работы с формой.

Вообще «подмена» понятия *паттерн* понятием *морфологический элемент* в процессах образного моделирования может привести к ситуациям, когда морфологический элемент (точка, линия, плоскость и т. д.) приобретает характер модуля, на основе которого осуществляется прямое морфологическое образное моделирование, исключаящее из деятельности неограниченность степеней свободы, которую предоставляет понятие *паттерн* и работа в его рамках.

Об этом в свое время говорил, хотя и несколько неоправданно нелицеприятно по отношению к геометрическим формам, известный философ Э. В. Ильенков: «Сперва приучи себя находить удовольствие в игре с разноцветными кубиками. Попробуй сконструировать из этих кубиков свой автопортрет. Когда почувствуешь, что тебе этот автопортрет понравился, что он доставляет тебе в созерцании то самое наслаждение, которое раньше вызывали у тебя всякие устаревшие “Венеры Милосские” и “Сикстинские мадонны”, — возрадуйся. Ты на пути к цели. Тогда переходи к рассечению кубиков на покрашенные поверхности, от плоскостей — на линии, от линий — на точки и пятнышки. Чувствуешь, какая свобода, какая красота? И тогда спадут с твоих глаз последние старомодные тряпки, тряпки абстракции, и узришь ты самую современную красоту. Красоту унитазов. И тогда спокойно, с сознанием исполненного долга, погружайся в самозабытое моление этому новому алтарю, испытывай радость самоотречения. Важно начать. А уж путь приведет тебя к цели. Согласится видеть высшую красоту в кубиках? Все в порядке. Знай, что ты, если ты — художник, сам, своей рукой перерезал первый кровеносный сосуд искусства. Знай, что за тобой грядет некто, кто смелее, чем ты. Он перережет следующий кровоток, идущий от сердца искусства. И, наконец, придет поп-артист. И будет холодный и недвижимый труп на столе патологоанатома от эстетики» [4, 78]. Тем самым Ильенков подчеркивает диалектическое взаимодействие конкретного и абстрактного, обозначая его как отчетливую и актуальную проблему в области визуального образного моделирования.

Существующее проблемное положение в практике, а также обучении дизайну и изобразительной деятельности может получить свое разрешение в рамках иконы как интегральной учебной дисциплины и научного направления.

Явленность точки, линии, плоскости, поверхности, объема и других морфологических понятий в теории рассматривалась не столь активно, как это бы требовалось для актуальной теоретической мысли. В подтверждение можно сослаться лишь на очень немногочисленные труды по этому вопросу, например, на теоретический труд В. В. Кандинского, адресованный исследованию только двух понятий: точки и линии [6, 63–232].

Свое направление в рассмотрении «точки и линии на плоскости» Кандинский обозначил как «зарождающуюся науку об искусстве» и «аналитический метод, помнящий о синтетических ценностях».

Рассуждая о значении линии и точки, Кандинский позиционирует два ключевых для своей теории понятия: «первичные элементы произведения искусства» и «вторичные элементы».

Точку Кандинский относит к «первоэлементам живописи». Рассматривая точку как «невидимый объект геометрии», он характеризует форму ее материализации в печатном знаке, относящемся к речи и означающем «молчание».

Представление о точке в живописи Кандинский относит к *неопределенным*, но в то же время стремящимся приобрести величину, некие контурные границы. Таким образом, Кандинский подчеркивает существование степени свободы точки, динамику ее развития.

Как это соотносится с понятием «элемент»? Если понимать элемент как нечто неделимое, неразложимое на составляющие, то в соотношении понятия элемент с возможностью его проявления в различных контурах и величинах заметно *противоречие*. Но если понимать элемент как некую составную часть сложного целого, то противоречие снимается.

Отсюда следует, что к понятию «точка» применимы две характеристики: точка как неделимая, константная форма — элемент и точка как объект, обладающий интенцией к развитию своей внешней формы. Эту двойственность точки Кандинский фиксирует в разделении понятий *элемент* и «элемент». Под «элементом» Кандинский понимает «освобожденную от напряжения форму», а под *элементом* — «живущее в этой форме напряжение».

Здесь мы встречаемся еще с одним *противоречием*, соотносящимся с понятием *элемент* применительно к визуально выраженной целостной форме. Позиционируя понятие *элемент* как «двояковыраженное» (являющееся модальностью как *содержания*, так и *формы*), Кандинский, во-первых, в определенной степени стирает четкость и особенность рамок восприятия термина/понятия *элемент*, заключая его в одном из случаев в кавычки, а в другом используя без них; во-вторых, абстрактное разделение формы и содержания внутри понятия «элемент-в-целом» в чем-то отвлекает от восприятия диалектического единства непрерывности формы и содержания в *любой точке пространства*, любом его объекте и явлении.

Вообще абстрактную виртуальность выделения «элемента формы» и «элемента содержания», осуществленную Кандинским, надо понимать как теоретическую возможность и, естественно, принимать в «гипотетическом образе», поскольку представлена она в тезисной форме, без доказательной базы.

Тем не менее Кандинским в понятии *точка-элемент* был обозначен существенный для иконической теории смысл, что целесообразно включить в теорию, ввиду соответствия этой характеристики системному, неоднозначному и сложному понятию, которое точнее всего можно маркировать термином *паттерн*.

Собственно, это подтверждается рассуждением Кандинского о том, что «чисто теоретически точка является одновременно комплексом (величина и форма) и четко очерченной единицей» [5, 5].

Обозначая точку термином *паттерн*, мы тем самым выходим на понимание структурно-содержательных формообразующих компонентов визуального образа (художественного, дизайнерского) как системы именно *паттернов*, т. е. категорий,

обладающих *автономной и соподчиненной* универсальностью, степенями свободы, «рамочностью», субъектным и субъективным контекстом и другими характеристиками.

Рассматривая понятие «паттерн», надо видеть его не только в рамках *паттерна-точки*, но и связывать с другими морфологическими элементами: линией, плоскостью, поверхностью, объемом, контуром, силуэтом, пятном, пластикой, фоном и т. д. Например, вполне можно предположить, что в систему морфологических паттернов логично включить фактуру, текстуру, а также какую-либо из других составляющих «ткани визуального образа».

Исследование системы морфологических паттернов — это одна из актуальных задач иконоки, так как с ней связаны различные проблемы анализа визуально-образного текста. Так, не исключено, что в систему морфологических паттернов следует внести материальную основу графической или живописной модели/образа (бумагу, картон, холст и др.) — своеобразный и реально проявляющий себя «субстрат» (субстратный паттерн).

Актуальность выявления целостной системы морфологических паттернов визуального образа диктуется необходимостью более глубокой и точной рефлексии процессов визуального творчества, их аналитического, технологического, синтетического исследования. Данная проблема имеет существенное значение для теории изобразительного искусства, дизайна, образовательных методик и технологий в области иконической деятельности.

Если вернуться к конкретике морфологических паттернов визуального образа, то в рамках их обозначенной системы следует выделить особенности в характеристике каждого из паттернов, их присутствие в визуальном тексте в том или ином функциональном качестве, комбинаторном сочетании, синтезе и т. д. А также есть смысл в обращении (кратко) к самому вопросу морфологии, так как в визуально-образном моделировании данная тема довольно редко находит выход и в теории, и в практике.

Между тем еще Леон Баттиста Альберти заложил существенные основы «морфологического подхода» к формообразованию и анализу формы: «Точки же, соединенные друг с другом в непрерывном ряду, вырастают в линию, а у нас линия будет знаком, длина которого делима, но который в ширину настолько тонок, что не может быть рассечен. Из линий одни называются прямыми, другие кривыми. Прямая линия будет длинным знаком, прямо протянутым от одной точки к другой. Кривая пойдет от одной точки к другой не прямо, но подобно дуге лука. Много линий, соединенных подобно нитям в ткани, образуют поверхность, и поверхность есть некая крайняя часть тела, которая познается не в своей глубине, а только лишь в своей длине и ширине, а также в своих качествах. Из качеств одни постоянно присущи поверхности, так что если не меняется поверхность, они никак не могут быть от нее не могут быть отняты. Другие качества таковы, что, в то же время как сущность поверхности остается неизменной, они все же представляются взору смотрящего измененными» [9, 8].

Теоретические суждения и усмотрения Альберти творчески продолжил и развил Леонардо да Винчи. В своем стремлении к изображению природных форм

с «математически выверенной точки зрения» Леонардо приходит к важной не только для изобразительного искусства, но и для математики концепции «непрерывности взаимоотношений» между так называемыми простейшими геометрическими элементами. В рукописи Леонардо (именуемой ныне кодексом Арундела) можно прочесть: «Линия образуется движением точки. Плоскость образуется поперечным движением линии... Тело образуется движением продолжения плоскости» [7, 287].

Лишь в XX в. Василий Кандинский и Пауль Клее пришли к аналогичному взгляду на процесс морфологического формообразования, что в совокупности свидетельствует не только об объективности подхода к рассмотрению взаимодействия морфологических «первоэлементов», но и о приоритетности Леона Баттиста Альберти и Леонардо да Винчи в данном вопросе. Добавим, что для формирования подлинно исторического взгляда на ту или иную тему или проблему важно быть объективно информированным даже в частностях и деталях. А в данном случае мы встречаемся со стратегическим вектором пространственно-временного моделирующего мышления человека.

Идеи, заложенные Леоном Баттиста Альберти и Леонардо да Винчи, являются не только прогрессивными для своего времени, но и актуальными на сегодняшний день. На наш взгляд, в них заложена возможность интеграции *морфологического подхода с подходом топологическим*, т. е. преобразования формы в рамках сохранения определенных свойств того или иного морфологического «элемента-паттерна». А это определяет новые аспекты и возможности иконики как науки и педагогической теории и практики, связанной с визуальным моделированием.

Еще одна из проблем заключается в том, что современное искусствоведение (связанное с изобразительной деятельностью) не касается вопросов формы (формообразования) в той степени, которая бы соответствовала целям и задачам целостного научного подхода к рассмотрению *формы как объекта*. Мы имеем в виду преобладание в искусствоведении (точнее, в искусствознании) «историко-социологического», «философско-культурологического», «социально-критического», «субъективно-эссеистического» и других подходов, в значительной степени исключающих целенаправленное обращение исследователя к аспектам именно формы. А последние между тем имеют большое значение, так как форма в своих обобщающих и конкретизирующих модальностях является результатом «содержательно-формотворческого» синтеза процессов визуального мышления.

Форма как результат синтеза предстает в искусствознании зачастую в «синкретическом» состоянии, что в определенной степени препятствует ее аналитическому исследованию. Преобладание аксиологии целостного, синкретического, синтетического над аналитическим, расчлененным — это для искусствознания, с одной стороны, органично и естественно, но с другой — требует более внимательного отношения к самому анализу как методу, особенно к проявлению его в так называемом морфологическом поле.

В связи с этим представляет интерес высказывание Сальвадора Дали, художника, ориентированного на исследовательскую деятельность: «Свобода бесформенна. Морфология (слава Гете, изобретшему это слово в восторге перед

творческой бесконечностью Леонардо) — так вот, морфология открывает нам, что наряду с триумфальным царством жесткой иерархии форм есть более анархические, раздираемые противоречиями» [3, 8].

Наряду с морфологией художественных «иерархичных и анархичных» форм, обозначенных Сальвадором Дали, существуют и другие «иерархичные» формы визуально-моделирующей деятельности, которые возникают органично в «средовом профессиональном поле» и носят признаки паттернов. Здесь мы подразумеваем сочиненные целостные «содержательно-структурные конфигурации», соответствующие *функционалу рамки-паттерна композиционного характера*. То есть в любой композиционной работе мы повсеместно встречаемся с определенной системой функциональных *паттернов*, так или иначе определяющих цель, характер и сам продукт композиционного формообразования.

Более того, связанные с композицией паттерны определяют возникновение паттернов жанрового характера. Например, дифференцирование и появление новых творческих специализаций обусловило возникновение своего рода «новых жанров» (например, рисунка), связанных со спецификой профессиональной деятельности. Так, отчетливо обозначился архитектурный рисунок, который в значительной степени отличается от художественного рисунка. Также получили в определенной степени «статус жанра» живописный рисунок, скульптурный рисунок, дизайнерские рисунок и живопись, «педагогический» рисунок, технический рисунок и т. д. и т. п. [10].

П. А. Флоренский писал: «Художественному произведению обязательно присущи как композиция, так и конструкция; при гармоничности произведения оба эти начала, композиционное и конструктивное, уравновешены; а в большинстве случаев, когда мгновенное равновесие, эта райская цельность творчества, утрачивается, то получает преобладание либо схема композиционная, либо схема конструктивная» [17, 152].

Если, например, для художественного рисунка гармоничность означает непрерывный синтез, равновесие «композиционного» и «конструктивного» начал, то в рисунке архитектурном преобладание «композиционной схемы» и «конструктивной схемы» может быть таким же органичным, как и «равновесие композиции и конструкции». Это обусловлено особенностями архитектурного рисунка как формы, в которой решаются в первую очередь проблемы именно «композиционно-схематического» или «конструктивно-схематического» уровня. Формирование профессионального восприятия архитектурного пространства и пространственной формы у архитектора носит специфический характер, который надо обязательно учитывать в композиционно-рисовальной подготовке.

Характеризуя *целостность художественного произведения*, П. А. Флоренский отмечал, что с целостностью связаны и обуславливают ее отдельные компоненты (элементы); вне взаимосвязанности элементов и подчинения их целому произведения не существует [Там же, 259].

Вместе с тем Флоренский параллельно формулировал, что «каждый отдельный элемент художественного произведения, взятый сам по себе, обладает своею формою» [Там же, 260].

Тем самым философ подчеркивал факт существования целого как синтезирующей формы, в которой присутствует «самостоятельная форма отдельных элементов, измененная силами взаимодействия» [17, 260].

Если рассматривать данную характеристику целостной формы с точки зрения морфологического подхода, то, индуцируя из понятия *целое как совокупность элементов*, следует выделить понятие *отдельные элементы* (соподчиненные), которые, являясь базовыми «кирпичиками» визуально-образных моделей, обладают своей собственной спецификой и особенностями.

Здесь обозначается еще один «векторный паттерн» (наряду с элементом как композиционной составляющей), а именно *композиционный паттерн*. Данное понятие в статье не рассматривается. Мы ограничимся лишь констатацией *факта обнаружения* композиционного паттерна, что для теории иконики имеет существенное значение, так как подтверждает реальность условий визуально-образного моделирования, связанных одновременно и с *замкнутостью композиции в определенных рамках*, и в то же время с наличием у нее *неограниченной степени свободы*.

Обобщая изложенный материал, можно сделать следующие выводы:

1. Необходимо уточнить для теории иконики понятие «морфологический элемент».

2. В связи с этим мы предлагаем ввести в научный анализ визуально-образного моделирования понятие *морфологический паттерн* (морфологические паттерны), которое, на наш взгляд, уточняет сущность и содержание понятия «морфологический элемент» (морфологические элементы), применяемого в настоящее время.

3. Векторы дальнейшего морфологического рассмотрения формы как абстрагированной субстанции следует связать с понятиями *морфологический паттерн*, *топология морфологических паттернов*, *композиционные паттерны*, обозначенными в данной статье.

4. *Морфологические паттерны* следует рассматривать в целостной системе (точка, линия, плоскость, поверхность, объем, контур, пятно, силуэт, фон, планка и др.).

5. Необходимо продолжить поиск новых *морфологических паттернов* (например, фактуры; субстратной основы визуально-образного текста и др.).

Установки данных выводов авторы намерены реализовать в последующих статьях, связанных с теорией иконики.

-
1. Альберти Леон Баттиста : сб. ст. М., 1977. 192 с.
 2. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М., 1974. — 392 с.
 3. Дали С. Тайная жизнь Сальвадора Дали, рассказанная им самим. Кишинев, 1993. 255 с.
 4. Ильенков Э. В. Об эстетической фантазии. Что там в Зазеркалье? М., 2011. 128 с. (Из наследия мировой филос. мысли: эстетика).
 5. Кандинский В. В. О духовном в искусстве. Л., 1989. 69 с.
 6. Кандинский В. В. Точка и линия на плоскости. СПб., 2005. 232 с.
 7. Капра Ф. Наука Леонардо: Мир глазами великого гения : пер. с англ. М., 2014. 384 с.
 8. Лазарев Е. Н. Дизайн машин. Л., 198. 256 с. : ил.

9. Рисунок. Живопись. Композиция : хрестоматия : учеб. пособие для студентов худож.-граф. фак. пединститутов / сост. Н. Н. Ростовцев и др. М., 1989. 207 с.
10. *Ростовцев Н. Н.* Учебный рисунок. М., 1985. 56 с.
11. *Степанова Т. М., Степанов А. В.* Иконика в подготовке инженерных кадров как инновационный компонент // Инновации в профессионально-педагогическом образовании : материалы 2-й Всерос. конф., Екатеринбург, 22–23 апр. 2015 г. Екатеринбург, 2015. Т. 1. С. 154–157.
12. *Степанова Т. М.* Практика профессионально-педагогического образования в области дизайна: рисунок как системная языковая форма (типология) // Вестн. Челяб. гос. пед. ун-та. 2011. № 6. С. 133–145.
13. *Степанов А. В., Степанова Т. М.* Классификация дизайна как теоретическая проблема // Акад. вестн. УралНИИпроект РААСН. 2011. № 4. С. 96–98.
14. *Степанов А. В., Степанова Т. М.* Иконика: проектная концепция новой, интегральной дисциплины // Альманах современной науки и образования (Тамбов). 2013. № 12 (79). С. 160–164.
15. *Степанова Т. М., Степанов А. В.* Исторические аспекты иконоки: перспективный метод изображения в исследованиях Б. В. Раушенбаха // Визуальные образы современной культуры: традиции и новации в культуре : сб. материалов III Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. 10–11 апр. 2014 г. Омск, 2014. С. 57–61.
16. *Федоров В. А., Степанов А. В., Степанова Т. М.* Глобальный дизайн: профессионально-педагогическая перспектива // Педагогический журнал Башкортостана. 2013. № 1 (44). С. 86–91.
17. *Флоренский П. А.* История и философия искусства. М., 2000. 446 с.

Статья поступила в редакцию 25.11.2015 г.

ОБРАЗОВАНИЕ: ВЫЗОВЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ

УДК 316.774:008 + 37.018.55(430)

А. А. Белозерова
Л. И. Корнеева

МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ГЕРМАНИИ

В статье исследованы вопросы становления межкультурной коммуникации как научной и учебной дисциплины; дан анализ межкультурного образования в Германии на различных этапах обучения: в детских садах, школах, вузах и структурах дополнительного профессионального образования

К л ю ч е в ы е с л о в а: межкультурное образование; межкультурная коммуникация; межкультурная компетенция; интерактивные методы обучения.

Проблема межкультурной коммуникации стран и народов являлась актуальной во все периоды их взаимодействия в различных областях науки, культуры, экономики, политики, медицины и спорта. В настоящее время она приобретает все большее значение в связи с активизирующимися миграционными процессами, вызванными рядом разнообразных причин: военные действия, миграция в поисках лучшей жизни, трудовая миграция. В связи с данными процессами ключевым аспектом становится межкультурное образование и воспитание, призванное подготовить людей к бесконфликтному сосуществованию и грамотному взаимодействию с представителями других культур.

В Российской Федерации межкультурное образование постепенно приобретает немаловажную роль. Россия представляет собой многонациональное государство, в котором живет и взаимодействует множество народов и культур. Кроме того, Российская Федерация является ключевым игроком на международной

БЕЛОЗЕРОВА Анна Алексеевна — преподаватель кафедры иностранных языков и перевода Института фундаментального образования Уральского федерального университета (e-mail: annabelz@yandex.ru).

КОРНЕЕВА Лариса Ивановна — доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой иностранных языков и перевода, директор Департамента языковых коммуникаций Уральского федерального университета (e-mail: lorakorn@list.ru).

© Белозерова А. А., Корнеева Л. И., 2016

арене, государство открыто для деловых, торговых, культурных отношений со всеми иностранными партнерами. Система межкультурного образования в России в настоящее время находится в стадии формирования. В то же время на Западе существует многоуровневая система межкультурного образования, охватывающая все слои населения, независимо от возраста, пола и национальной принадлежности. Межкультурное образование в Германии находится в центре внимания образовательной политики, как в школах, так и в высших учебных заведениях. Россия, являясь участником Болонского процесса, постепенно внедряет западные технологии в свое образовательное пространство. Таким образом, система межкультурного образования в Германии представляет собой интерес для государства как потенциальная модель системы межкультурного образования в стране.

Межкультурная коммуникация как научная дисциплина зародилась в Соединенных Штатах Америки. В 1954 г. американские ученые Э. Холл и Г. Трейгер впервые ввели в научный оборот термин «межкультурная коммуникация», понимая ее как особую сферу человеческих взаимоотношений, как идеальную цель, к которой должен стремиться человек, желая как можно лучше и эффективнее адаптироваться к окружающему миру [2]. Несколькими годами позже Эдвард Холл опубликовал работу «Немой язык», в которой он развивал идею о существовании тесной взаимосвязи между коммуникацией и культурой. Холл пришел к выводу о необходимости изучения и преподавания культуры, тем самым положив начало развитию межкультурной коммуникации не только как научного направления, но и как учебной дисциплины [4].

Межкультурная коммуникация получает быстрое распространение в научной среде США. Уже в 70-е гг. XX в. межкультурную коммуникацию повсеместно изучают в университетах Америки. Дисциплина предстает как учебный курс, включающий и теоретические, и практические положения. К началу 80-х гг., таким образом, в США оформилась и закрепились новая междисциплинарная область исследования со своими методами и предметом [3].

Вслед за США в Европе также возник интерес к изучению межкультурной коммуникации и развитию данной научной дисциплины. История межкультурного образования в Германии на первых его этапах была тесно связана с темой миграционной политики того времени. Десятилетия спустя после окончания Второй мировой войны ФРГ, в целях «оздоровления» и улучшения экономики, стала привлекать трудовых мигрантов, так называемых «гастарбайтеров». После окончания трудового договора многие мигранты предпочли остаться в Германии, постепенно приезжали и члены их семей. У детей мигрантов возникали определенные проблемы с адаптацией в немецких школах, связанные с плохим знанием или незнанием немецкого языка, а также иным культурным менталитетом. Поэтому правительство ФРГ совместно с учеными пришли к выводу о необходимости обучения таких детей немецкому языку и особенностям немецкой культуры. Постепенно получала развитие идея о том, что межкультурное образование следует ввести не только для детей мигрантов, но и для «коренного» населения, так как немцы осознавали необходимость грамотного обращения с представителями другой культуры, которые с трудом ассимилировались в чужой для них стране или

же вовсе не желали ассимилироваться. По замыслу немецких ученых межкультурное образование было призвано снизить риски возникновения межкультурных конфликтов, тем самым снизив напряженность по отношению к мигрантам со стороны коренного населения, а также позволить мигрантам адаптироваться к реальностям жизни в немецкой культуре [6].

Таким образом, в Германии начали возникать первые специальные учреждения, которые занимались вопросами межкультурного обучения. Данные учреждения подготавливали специалистов, призванных обучать межкультурной коммуникации, а также занимались изучением особенностей межкультурного образования и воспитания. Впоследствии в Германии возникли новые методы межкультурного обучения школьников, которые постепенно получали все более широкое распространение. Тем не менее сфера межкультурного обучения не ограничивалась исключительно вопросами школьного образования, а также затрагивала проблемы межкультурного образования в детских садах, университетах, в социальной и деловой жизни взрослого населения [8].

Наиболее ярким последователем традиций американской системы межкультурного образования стала так называемая мюнхенская школа. В 1989 г. в Мюнхенском университете была введена специальность «Межкультурная коммуникация». Основываясь на опыте преподавания межкультурной коммуникации в США, преподаватели университета разработали собственные учебные программы, базирующиеся на материалах этнологии, фольклористики и лингвистики [1]. На протяжении последующих двух десятилетий мюнхенская школа внесла значительный вклад в развитие и дальнейшее становление межкультурной коммуникации как академической дисциплины. Программа межкультурного образования и воспитания, разработанная Мюнхенским университетом, признана одной из лучших образовательных программ по межкультурной коммуникации во всем мире.

В настоящее время межкультурная коммуникация является одной из самых востребованных дисциплин в Германии. Эффективное взаимодействие между различными, сталкивающимися друг с другом культурами является приоритетным направлением развития Германии, которое связано с необходимостью изучения межкультурной коммуникации и обучения данной дисциплине подрастающего поколения. Межкультурное образование, таким образом, становится неотъемлемым компонентом образовательного процесса в ФРГ.

Межкультурное образование немцев начинается уже в детском саду. Маленьким детям в первую очередь необходимо привить уважительное отношение к представителям других культур. С ранних лет детей учат видеть общие черты и различия между их собственной культурой и другими, «чужими» культурами. Помимо этого дети узнают о традициях и ценностях их собственной культуры, которые необходимо признавать и уважительно к ним относиться. Таким образом, детские сады и даже ясли в Германии являются первыми пунктами на пути межкультурного образования гражданина ФРГ [5].

Сначала дети не видят существенной разницы между собой. Другой язык, иные религиозные или культурные нормы не являются препятствием на пути

установления контакта друг с другом в детском возрасте. Однако именно такой юный возраст считается самым продуктивным не только в плане обучения новым знаниям, навыкам, языкам, но и для межкультурного образования. К «детскому» межкультурному образованию относится изучение немецкого языка детьми мигрантов при общении с маленькими немцами, а также знакомство немецких детей с другими языками во время совместных игр с детьми мигрантов. Наряду с изучением языков в данном случае существует великолепная возможность, в игровой форме познакомиться с особенностями другой культуры. Для этого педагоги и воспитатели используют танцы, рисование, пение, театральные постановки с участием маленьких актеров, принадлежащих различным культурам, чтение, истории и сказки различных народов [9].

Чтобы обеспечить детям возможность раннего межкультурного образования, Совет Германии по вопросам культуры выдвинул требование по увеличению количества детских садов и яслей, доступности для посещения их всеми желающими. Помимо этого одним из главных требований Совета по вопросам культуры являлась подготовка воспитателей и педагогов по межкультурному образованию детей. Межкультурная подготовка воспитателей и педагогов детских садов и яслей должна осуществляться еще в процессе их обучения в университете, при этом для них организуются специальные курсы, где воспитатели ближе знакомятся с особенностями культуры детей мигрантов, повышают свой уровень межкультурного образования. Немаловажным аспектом является привлечение к воспитательной и преподавательской деятельности людей, являющихся представителями других культур, так как именно они обладают специфическими познаниями в области межкультурного взаимодействия [9].

Следующим этапом межкультурного образования и воспитания в Германии является межкультурное обучение в школе. По мнению большинства немецких ученых, школа — идеальное место для развития межкультурных навыков. Основная задача школы рассматривается как возможность получения квалифицированного образования независимо от социальных и культурных принадлежностей учащихся [7]. Для того чтобы дети развивали свой потенциал и межкультурную компетенцию, а также качества, необходимые для будущей профессиональной жизни, от школы требуется комплексное обучение. Следующие принципы представляют собой примерные ориентиры для системного межкультурного образования на уровне школы:

— школа рассматривается как место получения образования для всех учеников. Школа с уважением относится к представителям всех социальных и религиозных групп, обеспечивая атмосферу, в которой все члены школьного сообщества будут чувствовать себя вовлеченными в школьную жизнь, принимать в ней активное участие;

— школа оказывает ученикам индивидуальную поддержку, ценит и использует знания, опыт и компетенции всех учащихся в качестве образовательных ресурсов, способствуя развитию и совершенствованию своих учеников;

— школа выступает против любой формы дискриминации отдельных личностей или групп людей. Школа оценивает, в какой степени структуры школьного

сообщества (администрация школы, педагогический персонал) со своими правилами, манерами поведения и образом действия влияют на учащихся, и разрабатывает комплекс антидискриминационных мер в случае их негативного воздействия на последних;

— школа рассматривает культурное и языковое многообразие своих учеников и их родителей как великолепную возможность естественного межкультурного образования, учитывая это многообразие в школьной программе. Так, например, школа содействует развитию языковой компетенции учащихся. Такие предметы, как искусство, музыка, театр, литература, а также участие школьников в танцевальных и художественных проектах в высокой степени обеспечивают межкультурное образование учащихся. Потенциал этих предметов используется для установления контакта и лучшего понимания друг друга представителями различных культур [5];

— школа активно взаимодействует со всеми учениками и их родителями. Она в индивидуальном порядке информирует и консультирует их в течение всего времени обучения и открывает для них обширные возможности для взаимодействия;

— школа содействует развитию межкультурных навыков учащихся, как на уроках, так и в рамках внешкольной деятельности. Школьников учат воспринимать культуры, анализировать возникновение и изменение социокультурных феноменов, влияние коллективных знаний прошлого и настоящего на межкультурные отношения. Кроме того, школьники учатся видеть и оценивать собственные культурные ориентиры, противостоять влиянию стереотипов, уважительно относиться к «чужим» культурным традициям, стараться избегать противоречий собственных ориентиров с ориентирами других культур при коммуникации с их представителями. Ученикам также объясняют необходимость борьбы против дискриминации и расизма, учат преодолевать социокультурные и языковые барьеры при коммуникации с представителями других культур, а также мирному урегулированию межкультурных конфликтов [7].

Развитие системы межкультурного образования на уровне школы является приоритетным для Совета по вопросам культуры ФРГ и рассматривается как непрерывный процесс. Согласно официальной позиции Совета, именно школа должна обеспечить оптимальное развитие межкультурной компетенции, которое должно продолжиться в дальнейшем на уровне среднего специального или высшего учебного заведения. Руководство школы ответственно за управление процессом развития межкультурного образования на уровне конкретной школы. Успешный контроль и преобразование процесса межкультурного обучения и воспитания регулируется согласно установленным правилам на содержательном и структурном уровне в виде консультирования и повышения квалификации персонала школы, а также сотрудничества школы с другими образовательными учреждениями-партнерами, которые могут содействовать успешному процессу овладения межкультурными навыками.

Министерства и ведомства федеративных земель контролируют межкультурное образование и воспитание в школах. Более того, многие федеративные земли разрабатывают стратегии по увеличению числа преподавателей немецкого

происхождения в школах, чтобы обеспечить более эффективный процесс столкновения с чужой культурой.

Для учащихся уже на уровне школьной программы вводится изучение практических аспектов межкультурной коммуникации, а именно различного рода межкультурные ролевые игры и тренинги, решение межкультурных кейсов, семинары в формате обсуждения материала на заданную тему. Помимо этого важным моментом межкультурного образования на уровне школы является наличие множества программ обмена между школами Германии и других стран. Обмен может быть как краткосрочным (например, в формате языковых курсов или краткосрочного обучения в школе государства-партнера на срок от 1 до 3 месяцев), так и долгосрочным (до 1 года). Возможность обучения в другой стране в рамках партнерских договоров между школами является неотъемлемой частью межкультурного образования в Германии на уровне школ. Такой обмен (как правило, большинство учащихся выбирает программу краткосрочного обмена) позволяет ученикам почерпнуть необходимые знания о другой культуре и своими глазами увидеть ее особенности, сходства и различия с собственной культурой, лучше освоить язык, на котором говорят представители данной культуры. Кроме того, подобные программы дают ученикам своего рода подготовку к семестровому обучению за границей в будущем, когда они станут студентами университетов.

Следующим важным этапом межкультурного образования в Германии является высшее образование в университетах или специальных высших учебных заведениях (Fachhochschulen). Высшее образование Германии согласно Болонской системе образования включает в себя три ступени обучения — бакалавриат, магистратуру и аспирантуру. Межкультурное обучение и воспитание при этом охватывает все ступени образовательного процесса.

Будущие студенты-бакалавры и магистры имеют различные альтернативы изучения межкультурной коммуникации — в качестве основного или дополнительного предмета. Выбирая направлением своего изучения межкультурную коммуникацию в качестве основного предмета, студенты бакалавриата приступают к углубленному изучению дисциплины, которое в дальнейшем может быть продолжено в магистратуре и в аспирантуре. При этом образовательный курс межкультурной коммуникации в большинстве университетов имеет свои особенности, в частности, свой центральный объект изучения. Так, например, в университете имени Фридриха Шиллера г. Йена студенты углубленно изучают деловую и экономическую межкультурную коммуникацию. В университете Дюссельдорфа, где одним из первых в Германии был открыт Институт межкультурной коммуникации, главное внимание акцентируется на практическом аспекте межкультурной коммуникации: больше времени уделяется межкультурным тренингам, ролевым играм и семинарам, особенно затрагивающим сферу международных отношений и бизнеса. Кельнский университет и университет г. Хемниц основное внимание уделяют изучению миграционной проблематики. Таким образом, несмотря на стандартный в целом набор предметов, каждый университет стремится предложить студентам что-то «свое», позволить им самим выбрать, в каком направлении изучения межкультурной коммуникации они хотели бы двигаться.

Студенты, обучающиеся на самых различных профилях подготовки, нередко в качестве предмета по выбору отдают предпочтение межкультурной коммуникации. Модульная многокомпонентная система обучения межкультурной коммуникации позволяет учащимся сконцентрироваться на важных именно для них аспектах данной дисциплины. Так, например, студенты экономических направлений подготовки, а также будущие менеджеры рассматривают проблемы межкультурной коммуникации в деловой сфере, а студенты, изучающие международные отношения, выбирают для себя модули, позволяющие им глубже изучить особенности взаимодействия с целевой для них культурой. Межкультурная коммуникация не менее важна и для студентов технических и медицинских направлений подготовки. Центральным аспектом межкультурного образования для таких студентов является изучение иностранных языков, а также изучение специфики взаимодействия с представителями других культур — возможно, их будущими коллегами, работодателями или пациентами.

Изучение иностранных языков является одним из наиболее приоритетных направлений межкультурного образования студентов в Германии. На базе немецких институтов существуют так называемые институты или центры изучения иностранных языков. Изучение языков не является обязательным для студентов на ряде профилей подготовки, однако группы изучения иностранных языков обычно переполнены. Наиболее востребованными языками изучения являются в настоящее время английский и китайский языки. Студенты, специфика профессии которых напрямую связана с другими культурами и языками, как правило, изучают целевые языки в рамках своих образовательных модулей, а также имеют возможность дополнительного изучения интересующего иностранного языка. Основную теорию межкультурной коммуникации студенты изучают в рамках различных образовательных модулей, обязательных или по выбору. Плюсом теоретического освоения дисциплины является возможность посещения дополнительных семинаров, для студентов, как правило, бесплатных. Кроме того, в случае возникновения вопросов по дисциплине студенты могут обратиться к ассистентам или консультантам. В роли консультантов обычно выступают аспиранты, молодые преподаватели и научные сотрудники. В рамках подобных консультаций студенты имеют возможность получить ответы на интересующие вопросы и обратиться за помощью в поисках необходимой литературы.

Крайне важным моментом межкультурного образования и воспитания студентов в Германии выступает практический аспект межкультурной коммуникации, а именно различного рода межкультурные тренинги, ролевые игры, квесты, практические семинары с использованием таких методов, как, например, метод культурных контрастов, метод культурного ассимилятора. Студенты, изучающие межкультурную коммуникацию, в обязательном порядке принимают участие в подобных тренингах и семинарах. Однако следует подчеркнуть, что в Германии любой учащийся может бесплатно принять участие в семинарах и тренингах по межкультурной коммуникации, независимо от того, изучает он данную дисциплину или нет. Подобные межкультурные семинары организуются, как правило, на базе конкретного университета для своих студентов, но принять в них

участие могут и учащиеся других образовательных учреждений. Часто такой семинар длится один-два дня и включает в себя различные игры и задания, направленные на повышение межкультурной компетенции учащихся. Ключевым аспектом подобных тренингов и семинаров является привлечение не только немецких, но и иностранных учащихся университета. Подобное действие позволяет представителям различных культур напрямую взаимодействовать друг с другом в рамках игр и тренингов, учиться видеть сходства и различия культур, а также обсуждать важнейшие вопросы, касающиеся проблем и непониманий в области межкультурной коммуникации.

Семестр по обмену является обязательным для многих студентов различных направлений подготовки. Обучение за рубежом — неотъемлемая часть межкультурного обучения и воспитания в Германии. Возможность пройти стажировку в университете-партнере позволяет студенту не только улучшить знание иностранного языка, но и изучить чужую культуру «изнутри». Таким образом, межкультурное образование на уровне университета имеет в Германии комплексный характер, охватывающий самые разные аспекты межкультурной коммуникации.

Окончание высшего учебного заведения не является завершением межкультурного образования в Германии. Существует мнение, что немцы учатся всю жизнь. Это мнение полностью применимо к сфере межкультурного обучения и воспитания. Межкультурно-компетентные люди, по мнению немецкого Совета по вопросам культуры, смогут наилучшим образом передать свои знания детям.

Межкультурное образование и воспитание, с одной стороны, направлено на интеграцию мигрантов в немецкое общество. С другой стороны, оно затрагивает обучение межкультурной коммуникации взрослых граждан ФРГ. Предприятия и компании Германии нуждаются в специалистах, которые должны быть соответствующим образом обучены и подготовлены к взаимодействию со специалистами различных стран и культур [9]. Однако далеко не все специалисты, особенно старших возрастных категорий, соответствующим образом подготовлены к межкультурным контактам. Именно поэтому в Германии существуют и развиваются программы повышения квалификации сотрудников данных категорий, затрагивающие их профессиональную подготовку в области межкультурной коммуникации. Предприятия организуют для своих сотрудников межкультурные тренинги и семинары, привлекая к преподаванию ведущих тренеров. Кроме того, для них организуются так называемые летние курсы и школы, посвященные межкультурному обучению и воспитанию. Выпускники специальностей, тесно связанных с межкультурным сотрудничеством, на соответствующих курсах проходят профессиональную переподготовку, получая сертификаты, позволяющие им работать в качестве тренера по межкультурной коммуникации.

Немаловажной задачей межкультурного образования является и обучение межкультурной коммуникации людей старшего поколения. Пожилые люди все чаще принимают активное участие в сферах образования и культуры. Межкультурное образование пожилых людей осуществляется на специальных курсах, на которых учитывается специфика данной возрастной группы, а также интересы участников курсов.

Итак, межкультурное образование в Германии представляет собой комплексную многоуровневую систему. Межкультурное обучение и воспитание играют ключевую роль в образовании граждан ФРГ любого возраста и являются доступными для всех категорий населения. Таким образом, система межкультурного образования ФРГ зарекомендовала себя наилучшим образом. Изучение опыта Германии может быть полезным для развития и совершенствования системы межкультурного образования в России.

Межкультурное обучение в системе высшего образования и повышения квалификации кадров в России во многих своих аспектах опирается на педагогические подходы и концепции, разработанные в Германии. В основе межкультурного обучения как в России, так и в Германии лежат три главные составляющие: деятельностно- и личностно-ориентированные подходы, идеология активного обучения и эффективное управление учебно-познавательной деятельностью. Методики формирования и развития межкультурной иноязычной компетенции, совместно разработанные учеными Германии и России, основаны на интерактивных методах обучения, включая игровое моделирование как форму организации и развития учебной и профессиональной деятельности.

Обучение иностранному языку в аспекте развития международных, межкультурных коммуникаций призвано расширять межкультурный потенциал обучающихся, формировать комплекс аналитико-стратегических умений в межличностном интерактивном процессе взаимодействия с представителями других культур. Оно предусматривает тренинг в сборе, систематизации, обобщении и интерпретации культуроведческой информации с применением иностранного языка [3].

1. *Грушевицкая Т. Г., Попков, В. Д., Садохин, А. П.* Основы межкультурной коммуникации : учеб. пособие для вузов / под ред. А. П. Садохина. М., 2002. 352 с.

2. *Колесник О. Г.* Язык как средство межкультурной коммуникации // РГСУ : материалы междунар. конф. М., 2012. С. 1–5.

3. *Корнеева Л. И.* Повышение квалификации руководящих кадров в области межкультурной деловой коммуникации в России и Германии. Екатеринбург, 2004. 396 с.

4. *Куликова Л. В.* Межкультурная коммуникация: теоретические и прикладные аспекты. На материале русской и немецкой лингвокультур : монография. Красноярск, 2004. 196 с.

5. *Скакунова В. А.* Проблемы межкультурной коммуникации в отечественной и мировой науке // Вестн. КрасГАУ. 2011. № 5. С. 187–190.

6. *Deutscher Kulturrat* Interkulturelle Bildung eine Chance für unsere Gesellschaft/ Deutscher Kulturrat. Berlin, 2007. 6 S.

7. *Hohmann M.* Interkulturelle Erziehung – eine Chance für Europa? // Reich H. H. Ein Europa für Mehrheiten und Minderheiten. Diskussionen um interkulturelle Erziehung. Münster ; New York, 1989. S. 1–32.

8. *Kulturministerium* Interkulturelle Bildung und Erziehung in der Schule // Kulturministerkonferenz : Ständige Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin, 1996. 12 S.

9. *Marotzki W.* Einführung in die Allgemeine Pädagogik // Manuskript zur Vorlesung. Magdeburg, 2012. 260 S.

10. Reichlin M. Zum Austausch erzogen – Interkulturelle Bildung in Deutschland [Electronic resource]. 2015. URL: <http://uni.de/redaktion/interkulturelle-bildung-in-deutschland> (accessed: 30.10.2015).

Статья поступила в редакцию 17.04.2016 г.

УДК 37.017.92 + 378.147

О. В. Ситникова

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ МЕТОД КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МИРОВОЗЗРЕНИЯ ПЕДАГОГА

Рассматривается вопрос о формировании профессионального мировоззрения педагога. Художественный метод является эстетическим механизмом, где источником формирования мировоззрения служит искусство. Педагогика как вид искусства основывается на личности учителя-творца, который по праву может именоваться «художник педагогики», носитель «интеллектуально-эстетической духовности». Идеал искусства педагогики – со-творение «совершенного человека».

К л ю ч е в ы е с л о в а: духовность; нравственность; убеждения; мировоззрение; художественный метод; искусство; педагогическая деятельность.

В современном интеграционном научном контексте острой и очевидной становится проблема духовного обеспечения образовательного процесса в школе и в вузе. В условиях, когда трансформируются традиционные формы социальной коммуникации, разрушаются духовность и нравственность человека, особое значение приобретает человеческий фактор и актуализируется вопрос, касающийся оснований мировоззрения личности и его онтологических истоков, считает Д. Ю. Тарасов [10].

По мнению академика Н. Н. Моисеева, в XXI в. лидирующее положение займут те страны, которым удастся создать лучшую программу «Учитель», с учетом того, что педагог – это еще и фундаментально образованный философ, который ищет индивидуальный путь «очеловечивания» для конкретного индивида [4]. «Нам нужна школа, в которой воспитывают личность», – объявил Владимир Путин. В связи с этим президент России отметил, что решающее значение приобретает профессиональный рост учителя [8], повышается ответственность учителя за качество его работы.

В. В. Краевский видел **миссию педагогического сообщества**, которую нельзя рассматривать в отрыве от ценностной ориентации каждого педагога в отдельности и педагогического сообщества в целом, **в гуманистическом векторе развития**

СИТНИКОВА Оксана Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры педагогики и образовательных технологий Северо-Кавказского федерального университета, г. Ставрополь (e-mail: sitnikova.oksana@mail.ru).

© Ситникова О. В., 2016

гражданского общества. Гуманизация и гуманитаризация — слова одного корня, однако обозначаемые ими понятия находятся в непростых отношениях, указывал В.В. Краевский [2]. Гуманизация и гуманитаризация, как сложные, «многоярусные» процессы, включают в себя различные каналы, формы, средства и методы освоения учащимися специальных, мировоззренческих и социокультурных знаний.

В данной статье мы остановимся на вопросе формирования профессионального мировоззрения педагога и возможных механизмах его формирования.

Сегодня растут требования, предъявляемые к подготовке и образованию будущих педагогов, к идейности и цельности их творчества, к ориентированию их на создание характера современника и потомков. По мнению педагога-новатора А. Н. Тубельского, нельзя ничего вырастить и изменить в личности ученика, если не меняется и не развивается сам учитель. Очевидно, что педагогу приходится не только обеспечивать формирование знаний, но, главное, **формировать убеждения**, прежде всего свои.

К. Д. Ушинский указывал, что убеждения человека формируются знаниями, они приобретают для человека субъективный, личностный смысл, т. е. переходят во внутреннюю позицию личности. И чем выше, качественнее эти знания, тем более качественной будет и мировоззренческая позиция человека [5]. Именно приобретение практического личного жизненного опыта способно адекватно развивать мировоззрение. Так как основным резервом приобретения практического личного жизненного опыта является профессиональная деятельность, то в связи с этим подробнее остановимся на рассмотрении вопроса профессионального мировоззрения.

Т. В. Склярова в своем исследовании определяет профессиональное мировоззрение педагога как комплекс взглядов человека на окружающий его мир, на самого себя и других людей, этот комплекс содержит такие важнейшие характеристики, как понимание смысла жизни, самого бытия человека и мира, принятие определенных критериев добра и зла [9]. Наряду с этим зачастую в школе отсутствует духовное воспитание, в результате чего подрастающее поколение с трудом различает «добро» и «зло». По мнению профессора А. И. Подольского, если научить ребенка отличать «красивое» от «некрасивого», тогда позже он будет отличать «хорошее» от «плохого», «добро» от «зла», а научить этому должен подлинный педагог. Иначе говоря, чтобы стать субъектом, ученик должен встретиться с носителями субъектности, а не с безликими текстами, заданиями и упражнениями. Субъект способен порождать личностный смысл, что является, с позиции синергетического подхода, показателем самоорганизованного мировоззрения [6].

Очевидно, что следует больше внимания уделять подготовке педагогов, которые наряду со знанием своего предмета должны иметь и общекультурную подготовку. Особое место в этом процессе занимает эстетическое образование, которому в последнее время мало уделяется внимания.

Возникающее **противоречие** между потребностью общества в учителе, имеющем общекультурную (в том числе эстетическую) профессиональную подготовку, воплощающую его целостное мировоззрение, и отсутствием в системе педагогического образования механизмов формирования такого мировоззрения

снимается благодаря предложенному нами специфическому механизму — *художественному методу, где источником раскрытия мировоззрения служит искусство*. Отметим, что под «механизмом», вслед за словарным определением, мы понимаем «совокупность ресурсов... внутреннее устройство... механизм служит для преобразования какой-либо энергии» [wikipedia.ru]. В частности, один из основных механизмов психики — сублимация — представляет собой снятие внутреннего напряжения с помощью творчества (в том числе художественного) и перенаправление энергии на достижение социально приемлемых целей.

Так, результатом художественного творчества являются произведения искусства, которые создают образно-эмоциональную картину совершенного мира, несут в себе высокие социально духовные ценности. В искусстве воплощены универсальность и совершенство человека. Искусство формирует гуманистические принципы, отвечая на вечные вопросы человеческого бытия о смысле жизни, смерти, счастье, долге и т. д. («...художественная литература решает вопросы, на которые нет ответа...»). Именно общение с искусством позволяет человеку развернуть богатство его духовного мира. Искусство способно художественно воспроизводить и вместе с тем формировать внутренне единый и неповторимый мир человеческой индивидуальности. Только в пространстве искусства (в том числе и педагогики как искусства) рождается личность. У человека как индивидуальности «есть внутреннее единство (поведенческое, мотивационное, самосознательное), которое позволяет ему более или менее самостоятельно интерпретировать любую ситуацию и реагировать на нее избирательно, по-своему». Искусство есть соединение субъективного с объективным, природы и разума, бессознательного с сознательным. ***И потому искусство есть высшее средство познания, а специфическая социальность искусства есть гуманизм*** [12].

В современной социальной жизни происходит утрата и деформация духовных ценностей, приоритет получают ценности материальной культуры, что порождает серьезные социально-психологические, нравственные и эстетические проблемы.

Данная ситуация является результатом угнетения гуманитарно-художественного цикла в образовательной системе. Кризис духовной культуры, ведущий к эмоциональной бедности ее носителей, влечет за собой этическую и эстетическую неразвитость людей, так как известна комплементарность нравственного облика человека и определенного уровня развития его эмоциональной сферы.

В целях развития данной мысли обратимся к работе В. Д. Верескуна и др. «Искусство инженерного дела», в которой авторы раскрывают мировоззренческие аспекты инженерной профессии, составляющие обязательный компонент образования, способствующий развитию как собственно инженерного рационального мышления, так и важнейших личностных качеств, без которых нет полноценного специалиста, «да и жизнь теряет всякий смысл». Особое внимание инженерному мышлению в настоящее время уделяет эстетика, что отражается в плотном сотрудничестве художников и инженеров. Результатом такого сотрудничества стало появление пространственного дизайна, рационального цветового оформления, функциональной музыки и т. д. — это важные компоненты рациональной организации труда, повышения его качества и производительности. Информированность

молодых специалистов в данных вопросах позволяет говорить об их образовании не просто как о техническом, но как об **элитном** техническом. Работа «Искусство инженерного дела» раскрывает ряд актуальных вопросов гуманитарного характера, где большое внимание уделяется нравственному и эстетическому значению инженерного дела [1].

Если важность эстетического начала отмечается в техническом профессиональном образовании, можно ли думать, что оно не актуально для педагогического профессионального образования как главнейший компонент формирования профессионального мировоззрения педагога?

Наряду с этим отметим, что главной особенностью мировоззрения, в том числе и профессионального, является то, что в центре всякого мировоззрения стоит определенный субъект. Известно, что мировоззрение складывается постепенно в процессе жизнедеятельности. Одним из векторов человеческой деятельности является **педагогическая деятельность**, которую ниже мы рассмотрим подробнее.

По мнению ряда исследователей, наиболее сложный вид педагогической деятельности — воспитание, которое направлено на освоение ценностных аспектов культуры. Исходя из утверждений классиков педагогической мысли о том, что воспитание и образование неразделимы, нельзя воспитывать, не передавая знания, всякое же знание действует воспитательно [7]. В процессе воспитания учитель обращается к личностной сфере ребенка, для развития которой любые программы и установки всегда приблизительны, поскольку личность субъектна, индивидуальна и развить ее можно только одним способом — создав ситуацию, требующую от человека собственных усилий и интенции к самоизменению, к саморазвитию. Воспитание включает еще ситуативные корректировки поведения, жизненные события, преодоления конфликтов и т. п. Так, по В. А. Сухомлинскому, обучение есть передача знаний, а воспитание — передача жизненного опыта [5]. В связи с этим готовность педагога к воспитанию как виду педагогической деятельности несравненно более сложное профессиональное качество, чем готовность к обучению, ведь здесь от педагога требуется не только «знать и уметь», но и самому быть личностью, субъектом жизнедеятельности, т. е. обладать собственной позицией, убеждениями, опытом саморегуляции и т. д., что и составляет основу мировоззрения педагога. Воспитание — это и мастерство и искусство.

Анализ специальной литературы показывает, что профессиональная деятельность педагога может рассматриваться как один из видов практического искусства, которое находит свое выражение в том, как учитель выделяет и решает профессиональные задачи, возникающие перед ним. И. О. Карелина вслед за рядом исследователей считает, что по творческому потенциалу профессия учителя стоит в одном ряду с профессиями актера (постоянно перед зрителем, аудиторией), скульптора (педагог, как скульптор, «лепит» душу человека, формируя его личность) и т. д. В свою очередь, Ш. А. Амонашвили пришел к выводу, что настоящий учитель должен быть актером [1]. Как артист на сцене должен забыть обо всем, кроме жизни своего героя, заставить зрителя воспринимать спектакль как действительность, так и педагог, входя в класс, должен забыть о своих личных проблемах, переживаниях и помнить только о своих «зрителях» — учениках,

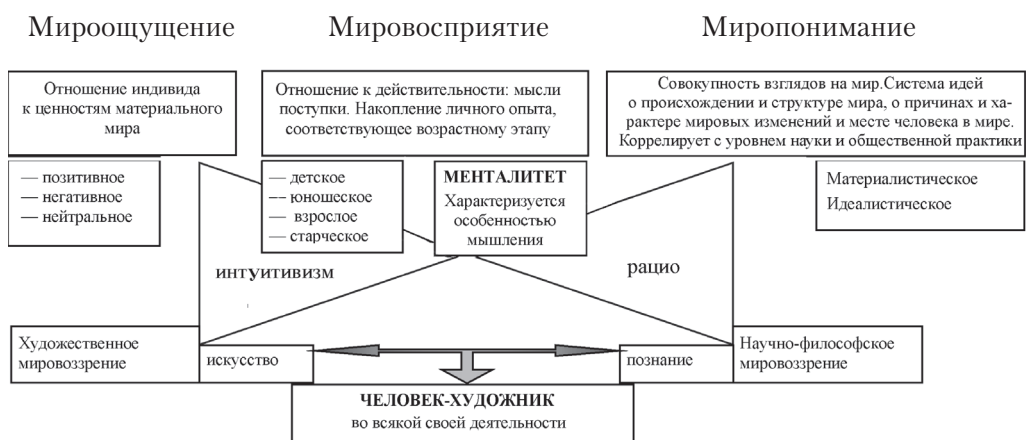
каждый из которых имеет свой собственный характер, мировоззрение, но все они без исключения должны быть вовлечены в общий творческий процесс обучения. Ярким примером художественной иллюстрации данной позиции ученого, на наш взгляд, является сцена из художественного фильма «Большая перемена», когда занятие кружка по истории проходит в музее, а герой фильма, учитель Нестор Петрович, «превращается» в такого актера... И педагогическая деятельность предстает как высшая форма человеческого творчества. Суть педагога-творца есть высокая миссия со-творения личности. Уровни творчества аналогичны ступеням педагогического мастерства, преодолевая которые, педагог приближается к образу «свободного художника» в педагогике, занимая активную мировоззренческую позицию педагога-мастера.

Дискуссия о принадлежности педагогических явлений к сфере науки или искусства — одна из пролонгированных дискуссий в научных исследованиях. Известно, что педагогика, как и всякая область культуры, включает в себя:

- практическую деятельность, которая предполагает мастерство, индивидуальность, своего рода искусство исполнителя;
- ориентировочно-познавательный компонент: науку с присущими ей объективными методами познания, установлением закономерностей и фактов [7].

Отсюда педагогику можно считать сродни и науке, и искусству. Наряду с тем, что наука играет всевозрастающую роль как в развитии технологического прогресса, так и в формировании рационального мировоззрения людей, существует нерасторжимая связь с эмоциональным и чувственным видами деятельности, которые служат основой искусства и тем самым — художественного отображения мира. Поэтому игнорирование чувственной деятельности людей грозит «деэстетизацией» образования, а вслед за этим — «дегуманизацией».

Исходя из этого, в авторской модели «Формирование профессионального мировоззрения педагога» центральное звено в знаке «бесконечности» — это комплементарность «рацио — эмоция (*интуитивизм*)»: соединение бессознательного с сознательным, субъективного с объективным (см. рисунок).



Формирование профессионального мировоззрения педагога

Вместе с тем, указывает В. В. Сериков, накопленные к настоящему времени знания о природе педагогической деятельности, о роли субъективной реальности педагога в этом процессе, об «авторской» сущности любой эффективной педагогической системы, которая не сводится к набору целей, средств и технологий, а непременно «завязана» на личности конкретного педагога и не может быть реализована кем-то другим или воспроизведена в других условиях, побуждают снова вернуться к вопросу о принадлежности педагогических явлений к сфере искусства [7].

Истоки этой позиции берут начало в трудах выдающихся классиков отечественной и зарубежной педагогической мысли [5]. Так, К. Д. Ушинский определял педагогику как искусство, потому как «наука только изучает существующее или существовавшее, а искусство стремится творить то, чего еще нет, и перед ним в будущем несется цель и идеал его творчества... *Всякая практическая деятельность, стремящаяся удовлетворить высшим нравственным и вообще духовным потребностям человека... есть искусство.* В этом смысле педагогика будет первым, высшим из искусств, потому что она стремится удовлетворить величайшую из потребностей человека и человечества — их стремление к усовершенствованиям в самой человеческой природе... его души и тела; а вечно преследуемый идеал этого искусства есть *совершенный человек*» [5, 144].

Тем самым в искусстве диалектически соединяется общечеловеческое, исторически изменчивое, национальное, личностное и т. д. По мнению И. А. Колесниковой, основные состояния человечества закодированы в художественных произведениях, живут в социогенетической памяти народа и транслируются потомкам. В связи с этим их предъявление требует особой организации пространства, в качестве которого может выступать художественно-педагогический акт (произведение), осуществляемый посредством синкретизма педагогической и художественной режиссуры [7], а также особой инструментовки, в качестве которой может выступать художественный метод. Но культура, проникающая в сознание воспитанника, опосредуется личностью того, *кто* обеспечивает его взаимодействие с этой культурой. В этом кроется глубинная сущность педагогического труда (и снова важнее не *что* и *как*, а *кто...*).

Исходя из того, что художественные произведения могут являться средством накопления опыта анализа типичных профессиональных ситуаций, вспомним «Педагогическую поэму» А. С. Макаренко, «Здравствуйте, дети!» Ш. А. Амонашвили, «Педагогические этюды» Ю. Л. Львовой и др. (прил. 1). Возвращаясь к специфике педагогической деятельности, вслед за В. В. Сериковым отметим, что педагог создает новый опыт в другом и в себе: опыт нравственно-мировоззренческих ценностей, фиксированный в виде идеалов, убеждений, взглядов, принципов; эстетический опыт, фиксированный в художественных произведениях, являющихся культурной памятью человечества. Тем самым педагог формирует определенное мировоззрение — «свое» и «его».

Итак, именно приобретение практического личного жизненного опыта способно адекватно развивать мировоззрение. Так как основным резервом приобретения практического личного жизненного опыта является профессиональная

деятельность, то подробнее остановимся на рассмотрении содержательного аспекта профессионального мировоззрения.

Анализ исследований по данной проблематике позволяет сделать вывод, что профессиональное мировоззрение — это интегративная система профессиональных качеств мироощущения, мировосприятия и миропонимания специалиста, формируемых под влиянием знаний и опыта в сфере практической деятельности [9].

Выделяются следующие основные аспекты мировоззрения:

- эмоционально-психологический, на уровне настроений, чувств — *мироощущение*;
- формирование познавательных образов мира с использованием наглядных представлений — *мировосприятие*;
- познавательно-интеллектуальный — *миропонимание*.

Обзорно осветим суть каждой формы мировоззрения. Так, *мироощущение* характеризуется отношением человека к законам и ценностям материального мира. Мироощущение бывает нейтральное, негативное и позитивное. Это своеобразное переживание человеком внешних воздействий в форме чувственно-образных ощущений, восприятий, эмоций и представлений; отношение человека к природе и окружающей действительности, выражающееся в тех или иных чувствах и настроениях; целостное осознание и переживание, воздействие на человека реальности в форме ощущений и эмоций.

В связи с этим автором статьи для субъектов художественно-педагогического взаимодействия в рамках образовательного процесса вуза был предложен тест на мироощущение (прил. 2). Испытуемым предлагалось ответить на 15 вопросов, которые выявляли отношение личности к техническому прогрессу, наличие творческого подхода к жизни, «авангардность» или консерватизм. Обработка результатов проводилась путем суммирования баллов по всем суждениям. Так, низкий уровень мироощущения продемонстрировали 52 % испытуемых, средний — 41 % и высокий — 7 % оптантов. Комментарии к каждому уровню приведены в прил. 2. Полученные результаты являются лишь «песчинкой» в изучении мировоззрения личности, но провоцируют субъекта на глубокую рефлексию и выстраивание собственной стратегии личностного роста.

Мировосприятие выступает предпосылкой миропонимания, это особая форма освоения в системе мировоззрения. Мировосприятие транслируется как опыт формирования познания, образов мира, наглядных представлений человека о мире и определения своего места в нем. Проявляется оно через отношение к действительности: мысли, чувства, поступки и т. д. Мировосприятие изменчиво: по мере познания и накопления личного опыта оно может углубляться и расширяться. Каждому возрастному этапу развития человека соответствует свое понимание мироорганизации и миропорядка, в соответствии с чем определяется детское, юношеское, взрослое и старческое мировоззрение. Этот сложный процесс мировосприятия организуется в том числе и посредством образовательной деятельности индивида, ориентируя человека в мире, способствуя созданию собственной картины мира и зарождению собственного мировоззрения [9].

Резюмируя анализ основных форм мировоззрения, раскроем суть познавательной-интеллектуальной стороны мировоззрения — *миропонимания*. Идентичными понятиями философского феномена «миропонимание», которые представляют для нас научный интерес и выводят на ассоциативную цепочку значений, являются понятия «образ мыслей», «имидж», «убеждения», «кредо» (личное убеждение), «принципы», «взгляды на жизнь» и пр. Например, существуют труды, посвященные изучению данного феномена, в частности, книга русского философа и культуролога Н. О. Лосского «Достоевский и его христианское миропонимание», посвященная анализу личности, творчества и философии великого русского писателя. Будучи частью мировоззрения, миропонимание может быть идеалистическим или материалистическим.

Если исходить из трактовки педагогики как вида искусства, то становится очевидным немислимость ее существования без личности творца — преподавателя и воспитателя. Воспитатель же, как творец в сложном виде искусства, выполняющий почетную миссию в обществе, должен иметь убеждения и опираться на мировоззренческие взгляды своих предшественников, которые вводят его в благородный круг мыслителей, посвятивших свою жизнь делу воспитания. А. С. Макаренко указывал: «Воспитатель, стоящий в уровень с современным ходом воспитания, чувствует себя живым, деятельным членом великого организма, борющегося с невежеством и пороками человечества, посредником между всем, что было благородного и высокого в прошедшей истории людей, и поколением новым, хранителем святых заветов людей, боровшихся за истину и благо. Он чувствует себя живым звеном между прошедшим и будущим, могучим ратоборцем истины и добра, и сознает, что его дело, скромное по наружности, — одно из величайших дел истории, что на этом деле зиждутся царства и им живут целые поколения» [5, 153].

В педагогической науке не раз предпринимались попытки сравнить творчество педагога с творчеством художника (А. С. Шафранов, В. П. Осипов и др.). Педагог в известном смысле выстраивает образ человека подобно тому, как деятель искусства выстраивает художественный образ. Основываясь на позиции Г. В. Ф. Гегеля: «Человек — художник во всякой своей деятельности (политической, художественной, научной, педагогической и т. д.), является сыном своего времени и имеет своей задачей выявить существенное содержание и разработать необходимо обусловленную этим содержанием форму. Материал и форму, соответствующую этому материалу, художник носит непосредственно внутри себя, они являются сущностью его существования, которую он не выдумывает, а которая есть он же сам», мы исходим из понимания определения «художник» в широком его значении [10, 247]. Писатель (художник) в воображении взаимодействует со своим героем, преобразует мир через самопреобразование. Педагог также это делает и в воображении и в реальности. По мнению В. А. Сластёнина, учитель — это не только профессия, суть которой транслировать знания, а высокая миссия сотворения личности, утверждения человека в человеке [7].

По мнению Е. Г. Яковлева, мировоззренческая позиция художника во многом определяет возможность его воздействия на сознание другого человека. В то же

время сама эта позиция обуславливается мировоззренческой зрелостью художника, его пониманием времени, в котором он творит, так как художественное постижение и отражение мира невозможны без осмысления глобальных проблем современности. Будучи системой взглядов, целостно отражающей многообразие мира, мировоззрение определяет социальные, творческие и ценностные ориентиры художника. В системе мировоззрения может быть определена доминанта (философская, этическая, эстетическая, педагогическая и др.), придающая неповторимость и своеобразие мировоззрению человека-художника [11].

Выделяются следующие уровни мировоззрения:

1-й — обыденное мировоззрение. На этом уровне находится большинство людей, поскольку это система взглядов, которые основаны на здравом смысле, жизненном опыте и человеческих инстинктах.

2-й — профессиональное мировоззрение. Этот уровень присущ людям, занятым в определенной сфере научной и практической деятельности. Оно возникает в результате получения знаний и опыта в конкретной области творчества или науки. Мысли и идеи человека, возникающие на данном уровне, носят просветительский характер и способны воздействовать, передаваться другим людям. Таким мировоззрением обладали многие общественные деятели, писатели, философы.

3-й — наивысшая точка развития мировоззрения — теоретическое мировоззрение (философия). Специфика данного уровня такова, что до него доходили особо выдающиеся личности, теоретики философской науки.

Мировоззрение является осознанным отношением художника к жизни и во многом определяет его творческую судьбу. Это убедительно обосновывает Ю. Г. Кудрявцев: «...Мировоззрение — система теоретически обоснованных взглядов... Художник, обладающий мировоззрением, способен создавать высшее в искусстве» [3, 48–49]. В свою очередь, высшее искусство есть то, которое имеет предметом высшую личность (по Л. Н. Толстому). И в этом смысле педагогика как вид искусства немислима без личности *творца*, который по праву может именоваться *«художником педагогики»*, носителем «интеллектуально-эстетической духовности».

Актер, пианист, режиссер, педагог или другой «мастер своего дела» только тогда подлинный художник, когда он чуток к тому, что созвучно психологии и духовной жизни современного ему человека, когда он находит это и интерпретирует через образы искусства другого времени, превращая его в произведения сегодняшнего дня. Ведь если его воспитанник — это произведение его искусства, а как считал Оскар Уайльд, каждый должен быть произведением искусства, то любое человеческое творение, будь то литература, музыка, живопись или человек — это всегда автопортрет. И здесь уместна мысль о том, что «учитель отражается и продолжается в своих учениках...» и «ученику можно передать только то, что есть в самом учителе».

Итак, поиск эстетических начал, основ и закономерностей педагогической деятельности позволяет, по мнению В. В. Серикова, выйти на понимание глубинных механизмов процесса творения человека, найти новые ресурсы гуманизации и гуманитаризации современного образования. Одним из таких ресурсов может

стать профессиональное мировоззрение педагога и художественный метод как механизм его формирования.

1. *Верескун В. Д.* Искусство инженерного дела. Новосибирск, 2009. 336 с.
2. *Краевский В. В.* Миссия педагогического сообщества в демократическом государстве // Инновации в образовании: человекообразный ракурс : сб. науч. тр. / под ред. А. В. Хуторского. М., 2009. С. 21–24.
3. *Кудрявцев Ю. Г.* Бунт или религия (о мировоззрении Ф. М. Достоевского). М., 1969. 169 с.
4. *Моисеев Н. Н.* Быть или не быть... человечеству? М., 1999.
5. *Мудрость великих педагогов.* М., 2014. 304 с.
6. *Пахомкина М. Е., Писаренко В. И.* Перспективы синергетических идей в педагогике // Информатика, вычислительная техника и инженерное образование : [электрон. журн.]. 2011. № 3 (5).
7. *Педагогика : учеб. пособие для студентов высш. пед. учеб. заведений / В. А. Сластенин, И. Ф. Исаев, Е. Н. Шиянов ; под ред. В. А. Сластенина.* М., 2002. 576 с.
8. *Путин В. В.* Об образовании [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vm.ru/news/2013/12/12/vladimir-putin-ob-obrazovanii> (дата обращения: 12.12.2015).
9. *СклярOVA Т. В.* Высшее педагогическое образование: проблемы формирования профессионального мировоззрения // Вестн. ПСТГУ. Сер. 4 : Педагогика. Психология; вып. 3. 2006. С. 56–67.
10. *Тарасов Д. Ю.* Некоторые теоретические аспекты профессионального мировоззрения // Мир науки, культуры, образования. 2014. № 1 (44). С. 63–65.
11. *Шинкарук В. И.* Логика, диалектика и теория познания Гегеля. Киев, 1964. 293 с.
12. *Яковлев Е. Г.* Эстетика : учеб. пособие. М., 2004. 464 с.

Приложения

Приложение 1

Педагогические этюды (по Ю. Л. Львовой)

ПРОНИЦАТЕЛЬНОСТЬ

Перед тем как нам дать участок для уборки школьного двора, классный нас выстроил. Проницательно всех осмотрел, а про меня сказал безнадежно: «Этот точно работать не будет» — и взял у меня из рук метлу. Я убежал, спрятался, дождался, когда уйдет классный, нашел другую метлу и убирал с ребятами двор до последней соринки...

Приложение 2

МИРООЩУЩЕНИЕ

Ответив на следующие вопросы, вы сможете оценить ваше отношение к техническому прогрессу, наличие творческого подхода к жизни, «авангардность» или консерватизм.

1. Я — современный человек.

Да Нет Не знаю

2. Непознанное меня привлекает.

Да Нет Не знаю

3. Имею (хочу иметь) персональный компьютер.

Да Нет Не знаю

4. В прогнозах на будущее есть рациональное зерно.

Да Нет Не знаю

5. Я пытался (пыталась) представить свою жизнь через сто лет.

Да Нет Не знаю

6. В будущем искусственный интеллект превзойдет человеческий.

Да Нет Не знаю

7. Когда изменяется мир, изменяемся мы.

Да Нет Не знаю

8. Мне трудно представить свою жизнь в древние времена.

Да Нет Не знаю

9. Свободный режим работы стимулирует творчество.

Да Нет Не знаю

10. Я не люблю фантастику.

Да Нет Не знаю

11. Развитие цивилизации приблизит человека к природе.

Да Нет Не знаю

12. Я постоянно узнаю что-то новое.

Да Нет Не знаю

13. Все люди — творцы и новаторы.

Да Нет Не знаю

14. Наука и техника меняют мой взгляд на мир и людей.

Да Нет Не знаю

15. Развитие техники сделает человека независимым от нее.

Да Нет Не знаю

Обработка результатов: проводится суммирование баллов по всем суждениям.

Да — 1 балл.

Нет — 0 баллов.

Не знаю — 0,5 балла.

Высокий уровень: 20–30 баллов (из 30 баллов).

Ваши помыслы устремлены в будущее. Вы с интересом воспринимаете изменения в жизни. Вам подойдет работа творческая, требующая нестандартного мышления и отказа от стереотипов. Такая деятельность может стать для вас смыслом жизни, источником радости и удовлетворения.

Средний уровень: 14–19 баллов.

Вас устраивает размеренная, спокойная жизнь. Ищите работу, которая не требует от вас творческого подхода, полета фантазии. Вероятно, радость жизни для вас в семье или увлечениях.

Низкий уровень: до 13 баллов.

Вы боитесь любых перемен, незнакомых людей. Если вы сможете понять причину ваших опасений, вам легче будет общаться с людьми. Помогите себе, иначе вам нелегко будет найти хорошую работу.

Статья поступила в редакцию 18.03.2016 г.

ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

И. М. Дзялошинский

О МЕЖВУЗОВСКОМ СБОРНИКЕ «ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ЖУРНАЛИСТА: ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ». РАЗМЫШЛЕНИЯ РЕЦЕНЗЕНТА

Вышел в свет очередной — четвертый — выпуск межвузовского сборника, посвященного актуальным проблемам формирования и развития профессиональной культуры журналиста. Его название «Профессиональная культура журналиста: проблемы межкультурной коммуникации»¹ точно отражает главную идею большинства публикаций: современные медиа как коммуникационный институт и журналисты, реализующие свою профессиональную деятельность в соответствии с регулятивными предписаниями этого института, в значительной степени ответственны за нарастание межэтнических конфликтов. Однако авторы сборника не только констатируют эту — в общем-то не новую — мысль. Они исследуют роль массмедиа в формировании культуры толерантности в очень широком контексте. Вот названия лишь некоторых статей сборника: «Социальное конструирование этничности: роль и задачи массмедиа», «Межнациональные отношения и СМИ», «Правовое регулирование Интернета: к рассмотрению проблемы», «Роль российского телевидения в процессах межкультурной коммуникации», «Итоги и перспективы изучения межэтнических коммуникаций на Среднем Урале», «Местная пресса в контексте межкультурных коммуникаций» и т. д.

Позволю себе выделить из множества поднимаемых в сборнике проблем те, которые представляются наиболее важными, и обобщить высказываемые мнения.

¹ Профессиональная культура журналиста: проблемы межкультурной коммуникации : межвуз. сб. ст. с междунар. участием / [под ред. проф. В. Ф. Олешко]. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 288 с.

ДЗЯЛОШИНСКИЙ Иосиф Михайлович — доктор филологических наук, профессор факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», г. Москва (e-mail: idzyaloshinsky@hse.ru).

© Дзялошинский И. М., 2016

Культура в современном мире

Центральной категорией, к которой часто обращаются авторы, является категория «культура». Известно, что к настоящему времени ученые насчитывают более 500 определений культуры. Авторы сборника опираются на два основных подхода: аксиологический и деятельностный. При аксиологическом (ценностном) подходе культура представляется прежде всего как ценности-идеалы, нормы и стандарты поведения, материальные объекты, созданные человеком, т. е. культура выступает как совокупность материальных и духовных ценностей, заключающая в себе большую ценность для человека в отдельности и общества в целом. При деятельностном подходе культуру рассматривают как процесс воспроизводства культурных объектов, точнее — как специфический способ человеческой жизнедеятельности. С этой точки зрения культура выступает как своего рода «технология» человеческой деятельности. Изредка возникает семиотический (информационно-знаковый) подход, согласно которому культура понимается как внебиологический знаковый механизм передачи опыта и имеет символически коммуникативную природу.

К сожалению, в сборнике плохо артикулируется гуманитарный подход к культуре, согласно которому культура рассматривается как механизм и процесс развития самого человека, его духовных творческих способностей во всем богатстве и многогранности его общественных связей и отношений, во всей целостности его общественного бытия. Культура, с этой точки зрения, есть процесс созидания человеком своей родовой сущности, мера человеческого в человеке. Следует отметить, что так понимаемая культура отнюдь не однородна.

Известный психолог А. Г. Асмолов пишет, что мозаику культур в ходе человеческой истории можно расположить как бы у двух полюсов — полюса полезности и полюса достоинства. В культуре полезности господствует представление о том, будто мир — большие часы, которые заводит мудрый часовщик. Все размерено, предсказуемо и подчинено раз и навсегда заданному распорядку социальных действий. В литературе подобный социальный рациональный мир точными мазками передан в романах-утопиях Е. Замятина «Мы» и Дж. Оруэлла «1984». В этих произведениях показано, что может произойти с обществом, в котором господствует безличная культура полезности. Культура, ориентированная на полезность, всегда стремится к равновесию, к самосохранению, всегда озабочена тем, чтобы выжить, а не жить. Ее единственная цель, прикрываемая тем или иным благостным идеалом, — воспроизводство самой себя без каких-либо изменений.

Иное дело культура, ориентированная на отношения достоинства. В такой культуре ведущей является ценность личности человека, независимо от того, можно ли что-либо получить от этой личности для выполнения того или иного дела или нет. В культуре достоинства дети, старики и люди с отклонениями в развитии священны. Они находятся под охраной общественного милосердия. И именно культура достоинства в большей степени, нежели культура полезности, готова

к преодолению социальных катаклизмов, выходу из кризисов в драматическом процессе человеческой истории².

Ю. В. Казаков, исследуя вопрос о журналистской морали, исходит из понимания того, что в пределах одного конкретного общества возможно сосуществование различных типов культуры и вплетенных в эти культуры типов морали. Во-первых, это традиционная мораль, ориентированная на общину, строгую иерархию, не признающая индивидуализма, подозрительно относящаяся к риску и моральному выбору. Во-вторых, это мораль рациональная, столетиями двигавшая капитализм к его нынешнему состоянию. За этой моралью — личность, опирающаяся, прежде всего, на собственные силы, права и свободы, оберегающая и отстаивающая свой суверенитет, свое право на выбор как основу повседневного существования. В-третьих, это некая новая, «третья» мораль, пытающаяся в том числе совместить несовместимое, соединить элементы и традиционной, и рациональной морали. Вслед за В. И. Бакштановским и Ю. В. Согомоновым Ю. В. Казаков называет эту «третью» мораль пострациональной.

Есть и другие концепции типологических моделей современной культуры. В связи с этим представляется разумным, продолжая разговор о профессиональной культуре журналиста, принимать во внимание указанные особенности культуры.

Профессиональная культура

Профессиональная деятельность журналиста осуществляется в рамках культурно и исторически обусловленного социального института (который обычно обозначается с помощью понятий «журналистика», «СМИ», «массмедиа» и др.), представляющего собой механизм социальной регуляции данного вида деятельности. Через этот социальный институт, предъявляющий устойчивые требования к целям, функциям, задачам профессиональной деятельности, процесс и результаты ее реализации приводятся в соответствие с определенными образцами и стандартами³.

В ответ на эти социальные регулятивы профессиональное сообщество вырабатывает комплекс принципов, норм и правил, которые целесообразно обозначить понятием «профессиональная культура». Профессиональная журналистская культура — это не только способы деятельности, схемы профессионального поведения, но и специфические способы межличностных профессиональных отношений, принятые в журналистике способы мироосмысления, профессиональные обряды, ритуалы (вроде клятвы журналиста) и т. п. Другими словами, профессиональная культура есть тот механизм, посредством которого складывается и самоосознается профессиональное сообщество журналистов как система взаимодействующих

² *Асмолов А. Г.* Непройдённый путь: от культуры полезности — к культуре достоинства [Электронный ресурс]. URL: <http://www.voppsy.ru/issues/1990/905/905005.htm>. См. также: *Асмолов А. Г.* Оптика Просвещения: социокультурные перспективы. М., 2012.

³ Подробнее см.: *Дзялошинский И. М.* СМИ и общественные институты: перспективы взаимодействия // Медиаскоп : [электрон. науч. журн.]. 2008. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/223>

и взаимообусловленных профессиональных групп, механизм, с помощью которого профессиональное сообщество журналистов осуществляет одну из своих основных функций — формирование профессиональных журналистов, возведение их по ступеням профессионального самовыражения.

Следует заметить, что живой мир профессиональной культуры — это не только типичные формы деятельности, не только хранилище стандартов и стереотипов профессионального поведения, не только «память» журналистского сообщества, но и индивидуальное своеобразие, творческое воплощение и развитие форм профессиональной деятельности. При вхождении в профессиональную среду начинающий журналист вступает в мир ценностей, охраняемых и поддерживаемых системой социальных норм, предписаний, запретов, санкций, которые обеспечивают стабильность профессионального сообщества. В ходе общения, сотрудничества и совместной деятельности журналиста и его окружения происходит все более глубокое усвоение профессиональных стандартов и ценностей данной профессиональной среды.

Внешние на первых порах нормативы должного профессионального поведения под влиянием обучения (использующего различные механизмы одобрения и порицания) и иных воздействий профессиональной среды входят в сознание личности, оформляясь в определенную ценностно-нормативную модель профессионального поведения — продукт индивидуального опыта личности и коллективного опыта макро- и микросреды, воспринятого через образцы поведения и систему значений. В результате глубинного усвоения и многократного повторения применения исходных профессиональных принципов, простых и всеобщих норм профессиональной деятельности формируются стереотипы профессионального поведения, которые не осознаются как профессионально нормированные, так что вопрос «правильно ли я действую?» обычно и не возникает. Принятый образ деятельности, став привычным, становится потребностью.

Профильрованные через личный опыт и профессиональную практику личности различные стороны и явления профессиональной деятельности, соотносимые с потребностями, интересами, целями индивида, вызывают к себе определенные отношения и приобретают определенный смысл, выступающий формой выражения личностной значимости явления для человека. Возникают оценочные отношения к явлениям профессиональной действительности. Эти профессиональные ценности как на уровне общежурналистской творческой среды, так и на уровнях конкретных коллективов и единичных журналистов выстроены в иерархически организованные целостности — шкалы ценностей. (В скобках следует заметить, что довольно часто эти шкалы у представителей разных профессиональных сообществ не совпадают, что может стать источником конфликтов.) Можно выделить несколько видов оценочных отношений. Это, во-первых, отношение к принципам и нормам профессиональной деятельности, институтам, контролирующим соблюдение этих принципов; во-вторых, это отношение к отклонениям от общепризнанных способов профессиональной деятельности; в-третьих, отношение к органам, обеспечивающим поддержанием определенного выполнения существующих норм и принципов деятельности;

в-четвертых, отношение к собственной профессиональной деятельности (профессиональная самооценка). Эти отношения выражаются в оценочных суждениях, которые могут быть получены с помощью известных методов, обеспечивающих большую или меньшую степень соответствия этих высказываний подлинным мнениям их авторов.

Каковы же пути формирования профессиональной культуры? Прежде всего, следует указать на такой механизм воспроизводства профессиональной культуры, как *традиция*. Именно традиции выступают средством аккумуляции и трансляции коллективного опыта деятельности, выраженного в социальных и профессиональных стереотипах. Подчеркиваем этот тезис, потому что многие руководители редакционных коллективов и некоторые исследователи слишком много внимания уделяют формальной стороне — разработке миссий и кодексов. Разумеется, редакционные миссии и кодексы могут помочь уменьшить внутренние конфликты, возникающие в условиях, когда люди имеют разные мнения о событиях, политике, субсидиях, рекламе, этике и пр. Однако вряд ли нужно доказывать, что попытки разработать некие кодексы профессионального поведения с явно авторитарными устремлениями и административно-регламентационными механизмами контроля за поведением журналиста бесполезны и бессмысленны, если журналист не рассматривает профессиональную среду как личностно значимое сообщество, все члены которого придерживаются примерно одинаковых профессионально-этических стандартов. Как только профессиональная среда расслаивается на несколько конкурирующих сообществ, так профессионально-этические стандарты из средства регуляции профессионального поведения становятся инструментом взаимного противопоставления разных групп профессионалов⁴.

Другим важным носителем профессиональной культуры являются так называемые культурные герои или, точнее говоря — *герои профессионального сообщества*. Эти герои представлены определенными личностями, которые могут быть реальными людьми или воображаемыми персонажами, нашими современниками или легендарными личностями прошлых лет, но все они обладают характеристиками, которые получают высокую оценку в профессиональном обществе, и, таким образом, становятся образцом для подражания.

Очевидно, что в составе любой профессиональной культуры функционируют и определенным образом взаимодействуют профессиональные субкультуры. В структурном плане профессиональная субкультура аналогична профессиональной культуре. Разница заключается в том, что вместо общепризнанных норм и стандартов деятельности в профессиональной субкультуре функционируют свои представления об этих нормах и стандартах; особым профессиональным институциям, контролирующим выполнение этих норм и стандартов на уровне профессиональной общности в целом, соответствуют собственные неформальные «органы»; профессиональное поведение характеризуется специфическими для

⁴ См.: Дзялошинский И. М. Российские СМИ: противостояние матриц [Электронный ресурс] // Российские СМИ и журналистика в новой реальности : материалы Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 75-летию журналист. образования на Урале. Екатеринбург, 14–15 апр. 2011 г. URL: <http://elar.usu.ru/handle/1234.56789/3477>.

представителей данной субкультуры проявлениями, типичными способами исполнения (которые с точки зрения общепринятой профессиональной культуры могут выглядеть как дерзкое нарушение тех или иных профессиональных предписаний).

В условиях существования множества профессионально-идеологических парадигм, конфликтующих друг с другом, влияние корпоративных кодексов поведения не очень велика. Зато значительно возрастает личностная ответственность профессионала за профессиональное и этическое самоопределение, требующая от него постоянной рефлексии над процессом и результатами своей деятельности. Но сознательное отношение к своей деятельности предполагает выделение себя из профессиональной среды как относительно самостоятельного субъекта профессиональной деятельности, способного оценить собственную деятельность и деятельность других субъектов сквозь призму собственных профессиональных критериев. Без преувеличения можно сказать, что в нынешних условиях профессиональное самосознание является одним из основных показателей профессиональной зрелости.

Этническая идентичность и медиа

Проблемы идентичности — индивидуальной и коллективной — уже довольно давно привлекают пристальное внимание представителей разных социальных и гуманитарных наук. На протяжении последних 50 лет концепт идентификации и идентичности приобрел существенное значение в социальных науках. Ученые из разных областей знания интересуются трансформацией идентичностей: глобализация обострила стремление к защите собственной идентичности и способности сопротивляться⁵ и вместе с тем в значительной степени привела к изменению границ идентичностей и, соответственно, культур, которые теперь все меньше и меньше соотносятся с границами национальных государств и все больше и больше — со смыслами и значениями разных бытовых жизненных явлений и стремлениями индивидов создавать свои собственные индивидуальные культуры⁶. Появляются культуры сексуальных комьюнити (*sex and lesbian cultures*), культуры через призму медийного опыта (*digital cultures*) и т. д. Все эти изменения в значительной степени связаны с медиа: нишевизация, дробление аудиторий, переход к нелинейному и индивидуализированному медиапотреблению привели к неспособности поддерживать те широкие идентичности, которые формировали в значительной степени национальные государства.

Появление новых медиа вносит определенные коррективы в современные системы идентификации людей. Новые интерактивные медиа поднимают вопрос о новых формах идентичности, не связанных с этносом и культурой, но связанных, например, с протестными явлениями. Возникают новые формы

⁵ Castells M. The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society and Culture. L., 2009. Vol. 2; Tomlinson J. Globalization and Culture. Chicago, 1999.

⁶ McCracken G. Transformations: Identity Construction in Contemporary Culture. Urbana, 2008.

сетевой организованной идентификации, которая структурирует политические и социальные протесты⁷.

На первый план в последнее время вышло изучение «этнической идентичности». Одни трактовки во главу угла ставят общность по особой этнической культуре, языку, территории расселения, другие — отчетливо выраженное этническое/национальное самосознание, т. е. осознание общности носителями этого сознания. Поэтому в настоящее время обращение к «этнической», «национальной», «этнокультурной» и т. п. проблематике постоянно требует оговорок и уточнений. При этом допускается, что при всех различиях три главных подхода к пониманию этничности (примордиалистский/эссенциалистский, конструктивистский, инструменталистский) в их современных версиях не являются взаимоисключающими и могут быть интегрированы в рамках комплексного подхода, который уместно назвать **контекстуально-конструктивистским**.

Рассуждая об искусственно сконструированных «биографиях наций», Б. Андерсон писал: «Сознание помещенности в мирской, последовательно поступательный поток времени, со всей вытекающей отсюда непрерывностью, но вместе с тем и с “забвением” переживания этой непрерывности — продуктом разрывов, произошедших на исходе XVIII века, — рождает потребность в нарративе “идентичности”»⁸. Однако такого рода потребности в историческом нарративе этнической, этноконфессиональной, этнополитической идентичности, как, впрочем, и яркие свидетельства разрывов в социокультурной памяти, обнаруживаются и в гораздо более ранние эпохи всемирной истории, когда современной «индустрии памяти» не было и в помине. Тем не менее и без новых инструментов и технологий целостность мифологического полотна памяти с течением времени (при отсутствии катастроф глобального масштаба), как правило, восстанавливалась⁹.

Возрастание роли этнического признака в политической сфере входит в конфликт с основополагающими классическими ценностями демократии и становится угрозой государственному суверенитету и территориальной целостности и международной стабильности в целом. В этом плане ключевой проблемой, безусловно, является соотношение общероссийской гражданской и этнонациональной идентичности. По данным А. Г. Здравомыслова и А. Л. Андреева, конкретным проявлением общероссийского сознания становится не столько приоритет гражданской идентичности над этнокультурной («общероссийскость»), сколько комплекс близких или идентичных компонентов сознания большинства проживающих на территории России этносов¹⁰.

Показательно, что увеличение числа представителей нерусского населения воспринимается в массовом сознании представителей «коренной» национальности

⁷ Castells M. Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. N. Y., 2012; Bennett L. (ed.). Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth. Cambridge, 2008.

⁸ Андерсон Б. Воображаемые сообщества. М., 2001 [Электронный ресурс]. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/anders/index.php

⁹ Репина Л. П. Память и знание о прошлом в структуре идентичности [Электронный ресурс]. URL: <http://roii.ru/dialogue/roii-dialogue-21.pdf>

¹⁰ Здравомыслов А. Г., Андреев А. Л. Российская идентичность и национальное самосознание // Изменяющаяся Россия в зеркале социологии. М., 2004. С. 102–113.

как серьезная угроза благополучию и безопасности. Почти третья часть респондентов испытывает тревогу по поводу нарастания волны миграции нерусского населения в «коренную» Россию. Таким образом, эмпирические данные свидетельствуют о сохранении в России базы для националистических настроений на фоне присутствия национализма как идейно-политического феномена¹¹.

Ссылаясь на работы многих современных авторов¹², Ю. П. Зарецкий убедительно доказывает, что этническая и национальная идентичность миллионов людей основывается на иллюзиях и мифах. Это может быть этногенетический миф — миф об общем происхождении (общем предке), представление об особой территории, признаваемой «исторической родиной», и общем *групповом* прошлом (неважно — реальном или предполагаемом) составляющих осознаваемую общность индивидов (живых и канувших в Лету). В рамках цельного историко-мифологического полотна мифы о происхождении, месте обитания и расселения, об общих предках, культурных героях, славных предводителях и мудрых правителях древности, о «судьбоносных» событиях общего прошлого, запечатленные в «преданьях старины глубокой» и систематически воспроизводимые в ритуалах, символах и текстах, выступают как основа любой этноцентристской (этнотерриториальной, этнокультурной, этноконфессиональной) идентификации.

При этом речь может идти не только о воспроизведении или переозначивании старых мифов, но и о рождении новых этноцентристских мифов, призванных четко очертить границы «своей» общности, выделив ее из более широкого территориально-политического образования или объединив несколько таких образований, в связи с чем следует, видимо, помнить о разных уровнях самоидентификации и различных измерениях (синхронном и диахронном) как индивидуальной, так и коллективной (социальной, этнической, национальной и т. д.) идентичности.

В связи с этим возникает потребность в анализе формирования отдельных исторических мифов, их конкретных функций, среды их бытования, маргинализации или реактуализации в обыденном историческом сознании, их использования и идеологической переоценки, в том числе в сменяющих друг друга или конкурирующих нарративах национальной истории (поскольку все народы осознают себя в терминах исторического опыта, уходящего корнями в прошлое). В сети интерактивных коммуникаций происходит постоянный отбор событий, в результате чего некоторые из них подвергаются забвению, в то время как другие сохраняются, обрастают смыслами и превращаются в символы групповой идентичности. Идет процесс реинтерпретации прошлого, продуктами которого являются новые мифы. Особый интерес представляет исследование мифологической составляющей современного исторического сознания, как и возможностей сознательного конструирования/деконструкции исторической памяти.

Медиа, формирующие картину мира в обществе, естественным образом становятся субъектом социального строительства. Медиа становятся инструментом мобилизации людей в обществе. Г. Лассуэлл пишет: «В Великом Обществе больше

¹¹ Перепелкин Л. С. Истоки межэтнического конфликта в Татарии // Мир России. 1992. Т. 1, № 1. С. 93–94.

¹² Например: Geary P. J. The Myth of Nations: The Medieval Origins of Europe. Princeton, 2002.

нет возможности спаять воедино разобщенность индивидов в горне боевого танца, нужен более новый и более тонкий инструмент, чтобы спаять тысячи и даже миллионы людей в единую массу ненависти, и воли, и надежды». СМИ, по Лассуэллу, становятся «новыми молотом и наковальней социальной солидарности»¹³.

Массовая коммуникация делает мифотворчество дистантным, анонимным, стандартизированным, дискретным¹⁴. Все средства массовой коммуникации по мере своего возникновения включаются в уже существующее с начала книгопечатания медиапространство, расширяя и обогащая его. В итоге мифы конкретного средства массовой коммуникации не являются автономными, между различными каналами постоянно осуществляется циркуляция порождаемых мифов, т. е. мифотворческие процессы формируются различными средствами массовой коммуникации когерентно.

Толерантность

Ни для кого не секрет, что в современном российском обществе, в котором еще не сложилась устойчивая система демократических ценностей, идея толерантности не стала общепринятой. Кроме того, в ситуации экономической, политической и социальной нестабильности появляется все больше оснований для конфликтов, они приобретают все более острую форму, особенно в моменты чрезвычайных ситуаций. Для России как трансформирующегося общества характерен значительный конфликтный потенциал, величина которого зависит от конкретно-исторических, социально-экономических, этноконфессиональных, политико-идеологических, культурно-цивилизационных условий того или иного региона¹⁵. И хотя специалистам понятно, что в основе этих конфликтов лежат демографические, экономические, экологические, технологические, политические, а также социокультурные факторы, которые отражают различия в менталитете, культуре, религии, образовании, этике разных народов и цивилизаций, многие обвиняют российские СМИ в том, что эпидемия нетерпимости обрушилась на общество именно по вине журналистов. Иногда обвиняют все СМИ, иногда — только негосударственные.

Многие специалисты утверждают, что средства массовой информации России, освещая проблему насилия, в основном живописуют жестокость, с которой участники насильственных акций расправляются друг с другом. По их мнению, все это приводит к тому, что массовое сознание отнюдь не настраивается на борьбу с насилием, а, наоборот, начинает либо воспринимать его как естественный элемент жизни, либо восхищаться насилием и насильниками.

Более того, в некоторых публикациях именно концепции толерантности и мультикультурализма рассматриваются как факторы разжигания национальных

¹³ Цит. по: Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М., 2005. С. 39.

¹⁴ Тихонова С. В. Социальная мифология в коммуникационном пространстве современного общества : дис. ... д-ра филос. наук. Саратов, 2009. С. 185.

¹⁵ Авксентьев В. А., Гриценко Г. Д., Дмитриев А. В. Уровень конфликтности в российских регионах // Мониторинг общественного мнения. 2008. № 3 (87), июль — сент. С. 117–125.

противоречий. Не вступая со сторонниками таких взглядов в полемику, отметим, что очень важно различать мультикультуральность или культурную многосоставность как состояние, находимое во многих культурных пространствах, в том числе и в России, и мультикультурализм как свод теорий и практик для осмысления этого явления. Мультикультурализм является одним из самых характерных проявлений актуализации горизонтальных, ризоматических¹⁶ культурных взаимодействий, характеризующих важнейший сдвиг в мировой культуре постсовременности. Несомненно, что в наиболее законченной форме он был сформулирован, оценен, институализирован и переведен в область массового потребления именно в США. При этом, по точному определению исследователей мультикультуральной проблематики в сфере СМИ Э. Шохат и Р. Стема, мультикультурализм не является отрицанием европейской культуры, но выступает против европоцентризма, как по-прежнему господствующей точки зрения, при которой мир делится на Запад и все остальное, а язык и мышление организованы вокруг бинарных оппозиций, таких как «наши» (европейские) нации и «их» племена, «наши» религии и их «предрассудки» и «поверья», наша «культура» и их «фольклор», наша «оборона» и их «терроризм»¹⁷.

Еще одна большая проблема, имеющая отношение к анализу роли СМИ в формировании установок толерантности, заключается в том, что социальные и профессиональные коды, в соответствии с которыми в России осуществляются коммуникативные процессы (как межличностные, так и массовые), обладают исторической спецификой. Обвинения журналистов в агрессивности и в том, что их агрессия усиливает конфликтность в обществе, нередко вызывают недоуменные возражения с их стороны. Особенно у тех, кто в своих материалах фактами и суждениями не возбуждает враждебности по отношению к людям и событиям, не провоцирует конфликта между богатыми и бедными, гражданскими и военными, верующими и атеистами и т. д. Однако дело здесь не только в том, о чем и что пишут журналисты, но и в том, как они это делают, какие выбирают слова или какие используют предложения. Именно здесь журналист может повести себя как личность агрессивная, конфликтная, иногда этого не желая. Поэтому, говоря о толерантности/интолерантности в текстах СМИ, надо иметь в виду, что, с одной стороны, это явление связано с реальными ситуациями, событиями и предметами, а с другой — это проблема способа выражения. Вот простые примеры. Допустимы ли такие наименования в текстах СМИ: «богатенькие янки», «назойливые китайцы», «зашуганный кавказец», «отчаянная полька», «совсем несдержанный дагестанец», «ловкие пакистанцы»? Или: «кремлевские сборища», «пораженные в культурных правах провинциалы»? Или фраза: «Брюссель — наверно, один из самых скучных городов Европы. По всем параметрам — не столица континента, а глухая ее провинция...»

Вот примеры суждений, присутствующих на страницах российских СМИ: «российская культурная элита — сытая и бессовестная»; «деятели культуры

¹⁶ См.: Deleuze G. Guattari F. Rhizome. P., 1976.

¹⁷ Stam R., Shohat E. Contested Histories: Eurocentrism, Multiculturalism, and the Media // Multiculturalism. A Critical Reader / ed. by D. T. Goldberg. Oxford & Cambridge, 1995. P. 297.

щедро награждают сами себя и щедро награждаются властью за то, что успешно отвлекают массы от вопросов “кто виноват?” и “что делать?”»; «молодежь не идет на стройки, а тем только и занята, что просиживает штаны возле подъездов собственных домов, в лучшем случае находит себя в компьютерном салоне»; «вынужденные “переселенцы” занимаются наркобизнесом, ведут противоправную коммерческую деятельность — втягивают в криминальные процессы местную околорепутную среду и коррумпированных чиновников».

Большинство исследователей исходят из того, что толерантность СМИ состоит, прежде всего, в обеспечении пространства для общественной дискуссии по актуальным темам, пространства для диалога, жизненно необходимого в обществе различия. СМИ должны формировать пространство для высказывания различных позиций, вовлекать в процесс обсуждения актуальных проблем разных участников и тем самым реализовывать стратегию толерантности, представляющую разные точки зрения как внутри одного издания, так и в полемике между различными изданиями. У журналистов есть много различных способов донести до читателей многообразие мнений, точек зрения, существующих в обществе. В теории и практике журналистики разработаны соответствующие технологии: диалогические жанры, к которым относятся интервью, беседа и др. При этом, даже используя данные жанры, журналисты достаточно часто ограничиваются выделением одной — по их мнению, правильной — позиции. Однако интолерантные мнения, существующие в обществе, но игнорируемые СМИ, более опасны, чем те, которые становятся предметом обсуждения. В то же время опасными представляются неосторожные, провокационные заявления, опубликованные в печати, — они могут повлечь за собой не дискуссию, а эскалацию конфликта.

Однако для большинства российских печатных СМИ характерна принципиальная установка на монолог автора. Как правило, высказывания в исследованных текстах — это рассуждения журналиста, это описание и оценка событий именно с его точки зрения. По сути, здесь только один источник информации; «чужая» точка зрения изгоняется: нет никаких форм чужой речи. И даже тогда, когда журналист дает как будто «чужое» мнение, источник информации не изменяется, потому что журналист пересказывает нам чужую точку зрения, и делает это не объективно, а оценочно. Причем здесь оценивается не только «чужая» точка зрения, но и возможный носитель этой точки зрения, оцениваются реальные люди — потенциальные собеседники журналиста. Потому что журналисты используют такие способы наименования своих собеседников и их действий¹⁸, которые снижают их авторитет как источника информации, резко уменьшают их право «влиять» на кого бы то ни было. Особенно опасна ситуация, когда читатель включает себя в тот же круг отрицательно оцениваемых лиц.

История человечества выработала несколько форм отношения к Чужому. Их можно сгруппировать следующим образом.

¹⁸ Об особенностях восприятия наименований по профессии и возможных конфликтах при их использовании см.: Бортник Г. В. «Обидная» категория // Рус. речь. 2001. № 2. С. 51–54.

В **первую группу** можно включить относительные позитивные модели организации взаимоотношений с Чужими. Это мультикультурализм, транскультурализм, интеркультурализм. Под мультикультурализмом обычно понимают сосуществование многих культур в одном месте, без преобладания какой-либо одной культуры в регионе. Создавая широчайший спектр человеческих различий, приемлемых для большого числа людей, мультикультурализм стремится к преодолению расизма, различия полов и других форм дискриминации. Другими словами, мультикультурализм — теория и практика признания и уважения различных культур, религий, рас, этничностей, мнений внутри окружающей среды. Согласно мультикультуралистской точке зрения, допускается и прием страной представителей разнообразных культур, и спокойное отношение к тому, что меньшинства остаются «неинтегрированными». Необходимо распахнуть двери для всех, кто хочет стать членом общества, а степень ассимиляции должна определяться желанием и способностью каждого отдельного индивида.

Практика выработала два варианта мультикультурализма — активный и пассивный. Активный мультикультуралистский подход заключается в том, что общество должно принимать активные меры для обеспечения представителям разных культур не только полноценного участия в жизни общества, но и максимальных возможностей для сохранения особой идентичности и традиций. Согласно этой точке зрения, к разнообразию следует не просто относиться толерантно — его нужно укреплять, поощрять и поддерживать, как финансовыми средствами (при необходимости), так и путем предоставления культурным меньшинствам особых прав. Пассивный (или мягкий) мультикультурализм исходит из представления о том, что надо давать не только возможность сохранения особой идентичности и традиции, но и обеспечивать возможность ассимиляции и перехода в другие культуры. «Мягкие» мультикультуралисты исходят из понимания того, что новоприбывшие и меньшинства в любом обществе будут стараться следовать преобладающим нормам, поскольку это облегчает жизнь, делает ее приятнее и сокращает издержки. Проще выучить язык, на котором говорит большинство населения, чем ждать, пока остальные выучат ваш. Дружбу также легче завязывать с людьми, с которыми у вас есть что-то общее. Наконец, иметь широкий круг общения и дружеских связей лучше, чем замыкаться в компании немногих, которые полностью разделяют ваш образ жизни.

Транскультурализм требует не просто поддерживать ценностное равенство и самодостаточность разных культур, как это делает мультикультурализм, но обеспечивать их открытость и взаимную вовлеченность. Здесь действует принцип не дифференциации, а интерференции, «рассеивания» символических значений одной культуры в поле других культур. Если «многокультурие» настаивает на принадлежности индивида к «своей», биологически предзаданной, «природной» культуре («женской», «молодежной» и т. д.), то транскультурализм предполагает диффузию исходных культурных идентичностей по мере того, как индивиды пересекают границы разных культур и ассимилируются в них. Вместе с тем транскультуру не следует отождествлять с глобальной культурой, распространяющей одинаковые модели (преимущественно американские) на

все человечество. Транскультура есть не общее и идентичное, присущее всем культурам, но культурное разнообразие и универсальность как достояние одной личности. Транскультура — это состояние виртуальной принадлежности одного индивида многим культурам.

Модель интеркультурализма возникает в ответ на либеральную критику мультикультуралистской концепции. Если главный принцип мультикультурализма — разделение культур и сохранение культурных различий, то интеркультурализм полагает, что эти различия динамичны и могут смешиваться. Наличие меньшинств, их творческий потенциал рассматривается не как проблема, а как преимущество — ресурс для экономического, социального и культурного развития. Интеркультурализм предполагает наличие общих интересов у граждан разных национальностей и религий, объединяемых общей же гражданской ответственностью за свою страну. Интеркультурализм обозначает необходимость выравнивания возможностей выбора культуры и культурного статуса индивида/ группы, подразумевающего социальную и культурную эмансипацию при принятии базовых правил взаимодействия и создания для него единых условий.

Поскольку интеркультурализм — городской феномен, в 2008 г. Совет Европы инициировал проект, акцентирующий проблематику культурного разнообразия, — программу «интеркультурных городов» (*The Intercultural Cities (ICC) Programme*). Ее цель — превращение культурных различий в стимул для развития. Сейчас в программе участвуют около 60 городов, в том числе Ижевск.

Во вторую группу форм взаимоотношений с Чужими целесообразно включить одну нейтральную форму — бездействие. Бездействие означает пустить всё на самотек, в надежде, что всё само собой как-нибудь образуется. Почему-то само собой ничего не образуется, и эта форма организации взаимоотношений довольно быстро заменяется другими.

В третью группу форм взаимоотношений с Чужими можно включить враждебные модели. К ним относятся: изоляционизм, апартеид, ассимиляторство, насилие.

Изоляционизм предполагает запрет на культурное многообразие, включая запрет на въезд в страну и проживание в ней посторонних, отличающихся от основного населения в культурном плане. Порой это связано со стремлением некоторых слоев защитить или сохранить свои традиционные преимущества и привилегии. В свое время такой подход взяла на вооружение Австралия, в которой политика «Австралия для белых» была реализована первым актом австралийского парламента — Законом об иммиграции 1901 г. Въезд в страну на постоянное жительство тщательно контролировался, чтобы обеспечить принадлежность ее жителей к белой расе и британской культуре. Предпочтение отдавалось британцам, на втором месте были уроженцы Северной Европы. Въезд жителей южноевропейских стран считался менее желательным, а азиаты и другие представители небелых рас рассматривались как абсолютно нежеланные мигранты. В результате мигрантам из категории «желанных» предоставлялись финансовые стимулы для переезда в Австралию, а жителей азиатских стран туда не допускали. Лишь в 1960-х гг. начали приниматься меры по отмене этих ограничений, а официально с этой политикой было покончено в 1973 г.

Апартеид не закрывает представителям культурных меньшинств доступ в страну (как правило, потому, что это по определению невозможно), но предусматривает полный запрет на их ассимиляцию. Пример такого режима — Южно-Африканская Республика в период правления белого меньшинства, хотя в данном случае группы, лишённые права полноценного участия в жизни общества, составляли большинство населения. Подобное политическое устройство, скорее всего, можно сохранять только репрессивными методами.

Ассимиляторство заключается в том, чтобы допускать в страну приезжих, но при этом проводить политику их ассимиляции, ограничивая тем самым масштабы влияния посторонних на культуру принимающего общества. Этот подход связан с культурным воздействием на иммигрантов, но он может применяться и в отношении коренных народов. Так, в период проведения политики «Австралия для белых» считалось необходимым ассимилировать аборигенов, привить им европейскую культуру преимущественно англо-кельтского общества. Однако практика показала, что идея «плавильного котла», т. е. предположение, что через некоторое время, поколение или два спустя, специфические культуры и идентичности иммигрантов переплавятся в «американскость», «канадскость», «австралийскость» и т. д., не работает.

Насилие как форма отношения к Чужим предполагает физическое уничтожение носителей (живых и вещественных) иной культуры. Самый яркий пример — идея «арийской расы» и «очищения» земли от иных представителей человечества кроме тех, кто обладает достаточной силой для осуществления такого геноцида. В настоящее время технология насилия активно применяется талибами и некоторыми другими террористическими движениями.

Подводя итог размышлениям, инициированным прочтением сборника «Профессиональная культура журналиста...», хочется поблагодарить авторов за то, что в своих статьях они подняли обширный тематический пласт, заявили серьёзные теоретические, методологические и практические подходы к поискам решения проблем межкультурной коммуникации.

Рецензия поступила в редакцию 31.03.2016 г.

И. Г. Сибирякова

РИТОРИКА ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ

Рец. на кн.: *Ильина О. В.* Риторика : краткий курс для журналистов : учеб.-метод. пособие / *О. В. Ильина, Е. В. Каблуков, О. Ф. Автохутдинова* ; науч. ред. *Э. В. Чепкина*. — М. : ФЛИНТА : Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 68 с.

Владение речью, умение создавать эффективные устные и письменные тексты является непременным условием профессионального успеха, особенно это умение актуально для будущих журналистов¹. Сегодня не только студенты, обучающиеся по направлению «Журналистика», но зачастую и уже работающие журналисты испытывают потребность в практически ориентированных учебных пособиях, кратко и в доступной форме рассказывающих об основных принципах и приемах риторики. Одним из лидеров в сфере выпуска учебной литературы гуманитарного профиля является издательство «ФЛИНТА» — именно здесь в начале 2016 г. вышло второе издание учебно-методического пособия *О. В. Ильиной, Е. В. Каблукова и О. Ф. Автохутдиновой* «Риторика: краткий курс для журналистов».

Пособие, безусловно, продолжает и развивает идеи и методы обучения риторике, предложенные профессором Уральского федерального университета *Т. В. Матвеевой* в учебном пособии «Риторический практикум журналиста»². Однако обобщение трудов как классических, так и современных авторов³, актуальный иллюстративный материал и собственные методические наработки позволили авторам создать принципиально новое пособие.

Учебно-методическое пособие представляет собой компактное и в то же время достаточно полное руководство, позволяющее студентам-журналистам овладеть основными риторическими умениями. Две главы пособия содержат базовые теоретические сведения, необходимые и, что важно, достаточные для подготовки устного выступления, подкрепленные большим количеством актуальных иллюстраций, схему и образец риторического анализа журналистского текста, методические указания по организации учебной игры «Дебаты».

Авторы, опираясь на имеющиеся у студентов знания, предлагают достаточно краткие перечни принципов и правил, тропов и фигур, приемов и уловок, подчеркивая во вступительной статье, что «в качестве основы курса “Риторика”

¹ См.: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования. Уровень высшего образования «Бакалавриат». Направление подготовки 42.03.02 «Журналистика»: утв. приказом Мин-ва образования и науки РФ от 7.08.2014 г. № 951.

² *Матвеева Т. В.* Риторический практикум журналиста. М., 2007. 312 с.

³ См.: *Аристотель.* Риторика / пер. Н. Платоновой // Античные риторики / собр. текстов, ст., коммент. и общ. ред. А. А. Тахо-Годи. М., 1978. С. 15–164; *Гаспаров М. Л.* Цицерон и античная риторика // Марк Туллий Цицерон. Три трактата об ораторском искусстве / ред. М. Л. Гаспаров. М., 1972. С. 4–73; и др.

СИБИРЯКОВА Ирина Геннадьевна — кандидат филологических наук, доцент факультета телерадиожурналистики Гуманитарного университета, г. Екатеринбург (e-mail: 2est@mail.ru).

© Сибирякова И. Г., 2016

используются курсы “Современный русский литературный язык”, “Практическая стилистика”, “Логика» (с. 3). Указанная преемственность позволила создать одновременно лаконичное и информационно концентрированное пособие.

Первая глава содержит методические материалы, которые будут востребованы студентами при подготовке как устного, так и письменного текста. Логичная и хорошо структурированная глава, где обсуждаются основные этапы создания текста (инвенция, диспозиция, элокуция), завершается прекрасной методической иллюстрацией — риторическим анализом журналистского текста. Авторы не просто предложили схему риторического анализа журналистского произведения, выделив параметры анализа на основе изложенных в главе рекомендаций, но подробно и доступно продемонстрировали сам ход анализа, предложив студентам, таким образом, абсолютно рабочую модель.

Отдельно необходимо отметить 3-й параграф первой главы, в котором рассматриваются приемы и правила словесного оформления речи. Отсылая студентов к имеющимся у них знаниям, авторы не стремятся максимально полно представить перечень тропов и фигур, ограничиваясь основными, наиболее известными. Главное достоинство параграфа — раздел, посвященный популяризации. Здесь содержится много ценных практических рекомендаций: «Выстраивая текст, не стоит злоупотреблять книжными словами, терминами, заимствованиями. Чем проще речь, тем яснее мысль» (с. 25); «при использовании для конкретизации текста статистических данных лучше давать их в сравнении или пропорции» (с. 26) и др. Думается, что для журналистов и сама эта тема, и полнота ее изложения в пособии представляют серьезную практическую ценность.

Следует отметить, что раздел главы, посвященный топам, представляется излишне теоретичным, слабо связанным с практическим применением. Авторы, используя актуальные иллюстрации, достаточно полно представляют читателям основные топы, но, к сожалению, не показывают, как именно топы помогают «изобретать» содержание текста, выстраивать аргументацию, не объясняют, как данную теорию можно использовать в риторическом анализе журналистского текста.

Вторая глава представляется «практической» — она посвящена вопросам исполнения выступления. В главе, наряду с рекомендациями по преодолению волнения, содержится информация об интонационных, дикционных и поведенческих особенностях ораторского поведения. Таблица, содержащая описание типов жестов, представляет несомненную практическую ценность, а замечание о национально-культурной специфике символических жестов добавляет материалам ценность культурологическую. Давая рекомендации относительно поз и движения оратора, авторы подчеркивают значимость психологического комфорта собеседника, отдельно обсуждая вопрос дистанции общения — важный параметр, которому далеко не всегда уделяется должное внимание.

Кульминация главы — методическая разработка учебной игры «Дебаты». Авторами проработаны и подробно прописаны все этапы подготовки и проведения игры, роли участников и их функционал, параметры анализа выступлений экспертами. Подготовиться к игре, используя методическую разработку, не составит труда.

Последний параграф главы посвящен теме, значимой в практическом плане — «вопросы и уловки в споре». Авторы достаточно полно описывают типы вопросов, основные уловки в споре (шире — манипулятивные приемы) и, что несомненно увеличивает ценность пособия — приемы противодействия уловкам. Этот параграф в определенной степени — выход за пределы риторики монолога, но для будущей журналистской практики ценность информации, содержащейся в параграфе, несомненна. Иногда теоретики пытаются ограничить сферу интересов риторики только публичной монологической ораторской речью, но более правильным представляется широкое понимание предмета риторики, объединяющее диалогические и монологические жанры, устную и письменную речь. Именно такого широкого понимания придерживаются авторы рецензируемого пособия.

Необходимо подчеркнуть, что рецензируемое пособие является результатом обобщения педагогического и методического опыта преподавателей: авторы О. В. Ильина, Е. В. Каблуков и О. Ф. Автохутдинова много лет читают курс риторики на факультете журналистики Уральского федерального университета, что позволило им написать действительно востребованное пособие.

Предложенное учебно-методическое пособие представляется ценным и полезным подспорьем не только в рамках учебного курса «Риторика», но и для самостоятельной работы в указанном направлении.

Рецензия поступила в редакцию 04.05.2016 г.

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

К 80-ЛЕТИЮ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА УРАЛЕ: МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ЖУРНАЛИСТИКА ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ: КАК МЕНЯЕТСЯ ПРОФЕССИЯ» И СТУДЕНЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ «ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ В МЕДИА»

Международная научно-практическая конференция «Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия», проведенная 15 апреля 2016 г. в рамках празднования 80-летия журналистского образования на Урале Институтом гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета, была призвана дать ответы на ключевой вопрос о том, как должно меняться в соответствии с требованиями времени журналистское образование. Конференция предоставила ученым из разных стран и городов РФ возможности для плодотворного и интересного обмена мнениями.

Кроме того, за день до конференции на специально организованной площадке состоялись студенческие чтения «Исторический опыт и профессиональные инновации в медиа», на которых результаты своих научных изысканий продемонстрировали студенты и магистранты, тоже представлявшие несколько университетов страны.

Приводим краткий отчет организаторов этих значимых и ярких мероприятий.

Началась международная научно-практическая конференция с традиционных пленарных заседаний. Далее обмен мнениями продолжился на секциях, которые были распределены по нескольким тематическим разделам.

Широкий круг вопросов обсуждался на секции «Печатные СМИ и сетевые издания», где выступили 12 докладчиков из шести российских университетов. По словам председателя секции профессора В. Олешко, дискуссия получилась весьма продуктивной. Особое внимание участников привлекла тема развития прессы за пределами Российской Федерации. В частности, о соотношении идентичности освещения международных отношений в межкультурной коммуникации на разных

этапах развития и образе российского президента в СМИ Германии в условиях информационной войны говорилось в докладе профессора МГУ им. Ломоносова Г. Вороненковой.

Большой научный интерес вызвало обсуждение основных тенденций информационного взаимодействия СМИ, расширение их мультимедийной составляющей. Не обошли вниманием участники конференции и традиционные темы, связанные с типологией СМИ (доклад аспирантки факультета журналистики УрФУ Я. Белоцерковской), медиаменеджментом (доклад доцента факультета журналистики УрФУ С. Бессонова) и проблемами организации работы корпоративных СМИ и пресс-служб (доклад доцента Казанского (Приволжского) федерального университета Т. Наговициной), с работой региональных редакционных сетей (доклад аспирантки факультета журналистики УрФУ Н. Толстоуховой), развитием новых технологий (доклад доцента УрФУ Е. Олешко), а также вопросами межкультурной коммуникации (доклад аспирантки факультета журналистики МГУ Н. Будановой).

Секция «Электронные СМИ» объединила обсуждение проблем развития телевидения, радиовещания и интернет-медиа. Всего было представлено восемь докладов. По словам заведующего кафедрой телевидения, радиовещания и технических средств журналистики УрФУ И. Зиновьева, который вел заседание секции, большее внимание уделялось современной коммуникации в Интернете. «Что касается географии охвата, то и у нас она была достаточно широка: выступали коллеги из университетов от Казани до Пекина», — с гордостью подчеркнул Илья Викторович. Особо был отмечен доклад профессора Пекинского университета Ли Чжи «Паблिसити СМИ при социализме: обновление редакционной политики спутникового телевидения в муниципалитете Чонсим», посвященный политике гласности в Китае. Секция обсудила также доклад доцента Челябинского государственного университета А. Журавлевой о персональной музыкальной радиостанции, которую может создать для себя любой пользователь Интернета. В частности, в докладе речь шла об американском проекте «Pandora» и российской интернет-радиостанции «101.ru».

Бурное обсуждение вызвал доклад А. Ильинской (Челябинский государственный университет) «Типологическая модель этнического ресурса на примере ведущего афроамериканского медиахолдинга “Freedom’s Journal Magazine”», в котором речь шла о том, как афроамериканская журналистика пытается доминировать в современных американских СМИ.

Третья секция «Исторический опыт журналистики» оказалась самой «малочисленной» по количеству докладов — их было пять, но это дало возможность участникам не ограничивать время на представление тем исследований и на их обсуждение. Особо секция отметила доклады коллег из Йошкар-Олы (Республика Марий Эл) и из Челябинского государственного университета. «Глубокий, обстоятельный доклад сделала профессор И. Удлер (Челябинский государственный университет), которая рассказала о весьма любопытной практике газеты “Nord Star”, выпускавшейся в США во второй половине XIX в. Не менее интересно было сообщение Т. Барышниковой, тоже нашей коллеги из Челябинска, о практике

использования газеты “Казак”, которая выпускалась в начале XX в., в качестве средства создания модели национальной локальной идентичности. Ну и, наконец, третий гость, А. Конев, главный редактор газеты “Ваш новый день”, рассказал нам об очень интересной практике использования “круглых столов” в качестве продвижения издания. Нам, как историкам журналистики, любопытно было посмотреть, каким образом трансформировалась технология проведения “круглых столов”, — поделилась впечатлениями председатель секции доцент Л. Иванова.

Четвертая секция «Проблемы современного дискурса СМИ», по мнению ее председателя — заведующей кафедрой русского языка и стилистики УрФУ Э. Чепкиной, получилась весьма насыщенной по количеству выступающих (доклады представили 11 человек) и тематически, в хорошем смысле, неоднородной. Так, видение проблем медиадискурса в докладах исследователей из Челябинского и Магнитогорского университетов оказалось очень близким к точке зрения коллег из УрФУ. Прозвучало несколько весьма интересных докладов о современном рекламном дискурсе в СМИ, функционировании идеологем, правовых проблемах публикаций журналистов.

Темы, которые поднимались на секции, действительно были весьма разнообразны: от описания дискурсивных практик освещения темы социального сиротства в интернет-СМИ (доклад преподавателя факультета журналистики УрФУ О. Асташовой) до классификации средств, обеспечивающих дружелюбность Интернета к пользователю, и анализа некоторых случаев коммуникативных неудач в процессе работы человека в Интернете (доклад доцента УрФУ Е. Гориной). Исследование трансформации жанрообразующих признаков современного репортажа представила в своем докладе ассистент кафедры языков массовых коммуникаций УрФУ Е. Исакова. Семантическую трансформацию идеологемы «либерализм» описал в своем выступлении доцент УрФУ Е. Кабуков. О дискурсе Российской армии в СМИ как поле реализации концепта «патриотизм» рассказал шеф-редактор газеты «Левобережье Магнитки» (г. Магнитогорск) И. Смолин, а доцент Тюменского государственного университета В. Лысов обратил внимание на проблемы появления спорных в правовом и нравственном отношении публикаций в СМИ. Типологию комментариев как средства мониторинга социальной ситуации представила доцент Челябинского государственного университета Е. Панова. Вопросы дискурсивного подхода в описании идентичности осветили в своих выступлениях доценты УрФУ О. Ильина и Л. Енина. «У меня нет впечатлений полной однородности тем выступлений, и это было хорошо: были разные доклады, и была очень интересная, продуктивная дискуссия. Все были благодарны друг другу за изложенные точки зрения», — резюмировала итоги работы секции Э. Чепкина.

В целом участники конференции охарактеризовали ее как весьма продуктивную, позволившую возобновить, закрепить и развивать в дальнейшем контакты исследователей журналистики из российских и зарубежных университетов и институтов.

Накануне Международной научной конференции «Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия» в Институте гуманитарных наук и искусств УрФУ

прошли студенческие научные чтения «Исторический опыт и профессиональные инновации в медиа». Авторы лучших докладов были награждены дипломами департамента «Факультет журналистики» УрФУ и правления студенческого научного общества.

Во все время существования факультета журналистики его девизом были слова: «Учиться и не размышлять — напрасная трата времени». Научно-исследовательская работа студентов — давняя традиция уральской школы журналистики. Впервые вопрос о научно-исследовательской работе в сфере журналистики был поставлен еще в 1940 г., когда институты журналистики страны стали переходить на Устав высшей школы, предполагавший четырехлетний период обучения. Научным руководителем студенческого научного общества факультета в 1940-х гг. был известный литературовед Константин Владимирович Боголюбов. История помнит и то, что в 1944 г., несмотря на сложности военного времени, был объявлен конкурс на лучшую научно-исследовательскую работу по специальности, с премиями.

Привлечение студентов к научной работе и в прошлом, и сейчас имеет практический смысл. Еще в 1944 г. декан факультета журналистики Свердловского университета А. Н. Пятницкий обращается с письмом к начальнику Управления пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) Г. Ф. Александрову «Об укреплении факультетов журналистики Свердловского и Казахского университетов». В письме отмечалось, что отсутствие квалифицированных научных работников создает тяжелое положение на факультете, несмотря на то, что определен профиль специализации и утвержден типовой учебный план по профессиональным дисциплинам. А. Н. Пятницкий просил ежегодно, начиная с 1945 г., оставлять для укрепления кафедр печати и техники газеты не менее двух пригодных для педагогической работы выпускников. Уже в 1945 г. для работы на факультете журналистики оставили пятерых лучших из 25 выпускников — Надежду Гагарину (Минченкову), Веру Муравьеву, Бориса Павловского, Маргариту Метенкову (Ситникову), Ирину Романцову. Начиная с 1940 г. выпускникам журфака было вручено 7857 заветных дипломов. Рождение студенческого научного общества (СНО) департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета представляет собой небольшую часть большого дела — создания уральской научной школы журналистики.

Ежегодно в апреле на журфаке проводятся студенческие научные чтения. С открытыми лекциями на чтениях в разные годы выступали член-корреспондент Академии наук, доктор юридических наук Сергей Сергеевич Алексеев, председатель общества «Библиофил», литературный краевед Владимир Николаевич Голдин, проректор УрГУ по научной работе, доктор физико-математических наук, профессор Алексей Олегович Иванов, депутат Свердловской областной думы, председатель регионального общества «Яблоко», кандидат философских наук, доцент Сергей Михайлович Лазарев, директор Уральского информационно-аналитического центра Российского института стратегических исследований, кандидат юридических наук Дмитрий Сергеевич Попов, постоянный представитель Республики Татарстан в Уральском федеральном округе, кандидат экономических

наук Равиль Зуфарович Бикбов, доктор физико-математических наук, профессор Геннадий Павлович Быстрой, президент Представительства Гильдии издателей периодической печати в УрФО Сергей Николаевич Салыгин, старший научный сотрудник отдела древней истории народов Урала Свердловского областного краеведческого музея Светлана Геннадьевна Бузунова и др. В 2016 г. члены СНО встретились с главным редактором «Новой газеты» (Москва), выпускником факультета журналистики УрГУ 1975 г. Сергеем Николаевичем Кожеуровым.

Состоявшиеся 14 апреля 2016 г. студенческие научные чтения стали семнадцатыми после возрождения студенческого научного общества в 1999 г. На студенческие научные чтения обычно выносятся результаты исследований, представленных в курсовых, дипломных и выпускных квалификационных работах, магистерских диссертациях. В программу чтений выступления студентов включаются по рекомендации научных руководителей. Потом эти доклады выходят в свет в виде сборника материалов, что позволяет вводить результаты студенческого поиска в научный оборот не только уральской школы журналистики, но и всего медиасообщества. Тезисы выступлений молодых исследователей на последних студенческих чтениях также опубликованы в сборнике материалов.

На студенческих чтениях были представлены доклады студентов и магистрантов из Белоруссии, Казахстана, Китая, Монголии и вузов России. Среди принимавших участие в чтениях были представители Белоруссии — Наталья Чернявская, Екатерина Шульженко (Институт журналистики Белорусского государственного университета), Казахстана — Танат Карпыков, Томирис Рыспаева, Дарья Тимина, Надежда Чистякова (Костанайский университет), Монголии — Батсуурь Солонго, Китая — Цао Лян (Харбин), аспирант ИГНИ УрФУ Ко Йо Чунь (Китайская Республика Тайвань), российских университетов — Ксения Баданина, Елена Щуревич (Алтайский университет, г. Барнаул), София Синенко (Балтийский университет, г. Калининград), Дарья Баталова (Уральский государственный университет путей сообщения, г. Екатеринбург), Наталья Говорливых, Варвара Горновая, Карина Кальярова, Регина Климова, Елена Надейкина, Екатерина Омельченко, Анастасия Тихонова, Наталья Храмова, Елизавете Щербинина, Елена Юдина (Челябинск), Олеся Гайнутдинова, Юлия Ниязова, Диляра Рахимова (Югорский университет, г. Ханты-Мансийск).

Их научные сообщения обсуждали на четырех секциях, которые были организованы кафедрами департамента «Факультет журналистики» ИГНИ УрФУ. Центральную идею 72 докладов можно выразить следующим образом: «Исторический опыт и профессиональные инновации в медиа».

Для обсуждения студенческих сообщений, к примеру, на секции «Печатные издания и сетевые СМИ» (руководители — профессор В. Олешко, доцент Р. Исхаков) были организованы четыре «круглых стола»: «Новое — хорошо забытое старое?», «Лицом к лицу: Журналист vs Герой», «Журналистика не исчезает... Меняются наши представления о ней», «Газеты спасет мультимедийность?», на которых было заслушано 20 научных докладов. Жюри в составе главного редактора журнала «Известия Уральского федерального университета» доцента В. Амирова, доцента кафедры журналистики Тольяттинского государственного университета

Г. Чевозеровой, научного руководителя студенческого научного общества доцента Р. Исхакова отметили доклады магистрантов Екатерины Тархановой «Специфика деловых СМИ Екатеринбург», Екатерины Лукинской «Особенности исследовательской схемы в материалах деловой журналистики (на примере материалов журнала “Эксперт-Урал”)», Ксении Ширяевой «Пути преодоления административного давления в повседневной деятельности журналиста», студентки Анны Ягоды «Развитие природных способностей с помощью журналистики».

На секции «Электронные СМИ» (руководители — заведующий кафедрой телевидения, радиовещания и технических средств журналистики И. Зиновьев, доцент В. Зыков) было отмечено выступление магистранта Анастасии Эйнгорн «Специфика социально полезных программ на современном региональном телевидении», студентов Анастасии Зайцевой «Особенности телерепортажа в цифровую эпоху», Марины Кабиловой «Тематические и жанровые особенности ГТРК “Кабардино-Балкария”».

На секции «Исторический опыт СМИ» (руководители — доцент Л. Иванова, профессор кафедры телевидения, радиовещания и технических средств журналистики М. Мясникова), где рассматривались историко-культурологические аспекты журналистских практик, лучшими были признаны доклады магистрантов Цао Ляна (КНР) «Русскоязычная пресса Китая: общий обзор», Светланы Колчановой «Видеорадио как разновидность конвергентного СМИ», Ильи Тарасова «Способы создания портрета в современном документальном кино о Великой Отечественной войне»,

На секции «Проблемы современного дискурса СМИ» (руководители — заведующая кафедрой русского языка и стилистики Э. В. Чепкина, доцент Э. В. Булатова) были отмечены доклады студентов Натальи Дюрягиной «Анкетный опрос как экспериментальный метод изучения восприятия журналистских текстов», Анастасии Долговой «Ключевое слово текущего момента: трансформация значения лексемы “Патриот” в современных медиатекстах», Юлии Щепёткиной «Лексические особенности заметки информационного агентства (на примере “URA.ru”)», Елены Халуторных «Территориальная идентичность в районной прессе: ключевые смыслы и вербальные знаки».

О. Ф. Автохутдинова, Р. Л. Исхаков

III УРАЛЬСКИЙ ФОРУМ УНИВЕРСИТЕТСКОЙ КНИГИ

В недавно опубликованном отраслевом докладе Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития» приводятся любопытные факты: почти половина издательств, выпускающих больше 12 названий книг и брошюр в год, — университетские издательства¹. Безусловно, это мощнейший ресурс книгоиздания в России. Не секрет, что во многих университетских издательствах работают опытнейшие редакторы, специалисты старой закалки, в то время как книжная отрасль постоянно жалуется на нехватку квалифицированных кадров. И должного внимания к их нелегкому труду, должной оценки их заслуг пока нет. Возможно, что-то может измениться с привлечением внимания первых лиц государства к проблемам и достижениям университетского книгоиздания. Первые вехи — это интерес, проявленный президентом России к книгам региональных вузов на книжном фестивале «Красная площадь» в 2015 г., деловая встреча, проведенная премьер-министром в рамках все того же фестиваля в 2016 г., на которую были приглашены представители университетских издательств.

Книжные конкурсы на лучшее вузовское издание под патронажем журнала «Университетская книга», проходящие вот уже более 15 лет, долгое время остаются чуть ли не единственной возможностью оценить достижения университетских издателей. Поэтому несмотря на все сложности, в первую очередь материального характера, вузы с охотой принимают участие не только в общероссийском конкурсе, проводимом раз в два-три года, но в региональных и межрегиональных, которые организуют на Дальнем Востоке, в Сибири, на юге страны, в Поволжье.

Так обстоит дело и с III Уральским межрегиональным конкурсом на лучшее вузовское издание «Университетская книга», который в 2016 г. проходил в Уральском федеральном университете и завершился 1 июля (два предыдущих состоялись в 2012 и 2014 гг.). Сразу можно отметить, что уральский конкурс пользуется популярностью не только среди вузовских издательств, но и в академической среде. Об этом говорят цифры, которые выше, чем в 2014 г.² В конкурсе приняло участие 66 издательств (из них 10 коммерческих) и более 20 авторов, подавших индивидуальные заявки. Было прислано более 700 изданий, из них (пропорции, характерные для вузовских издательств) учебных — 50 %, научных — 41 %, периодических — 7 %, литературно-художественных — 2 %. Как и в прошлые годы, процент электронных изданий (4 %) крайне мал, что говорит о непопулярности данного вида изданий в преподавательской среде и недостаточной готовности кардинально перестроить, «оцифровать» учебный процесс. Поразительна широта географии участников конкурса: от Санкт-Петербурга до Пятигорска, от Брянска до Якутска, включая Москву, Астрахань, Тольятти, Чебоксары, Новосибирск, Томск, Читу, — всего более 30 городов, представляющих основные интеллектуальные центры России.

¹ Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития : отраслевой доклад / под общ. ред. В. В. Григорьева. М., 2016. 102 с.

² Данные предоставлены секретарем экспертной комиссии конкурса А. К. Дубленных.

Во время церемонии награждения победителей конкурса, которая проходила в зале ученого совета университета и собрала значительную аудиторию гостей и местной профессуры, выступавшие — первый проректор Д. В. Бугров, проректор по науке В. В. Кружаев, проректор по учебной работе С. Т. Князев, директор Зональной научной библиотеки УрФУ Г. Ю. Кудряшова, профессора Л. Н. Мазур и М. П. Шалимов — не только поздравили дипломантов конкурса, но и отметили высокий уровень представленных изданий, по которым вполне можно судить о направлении учебно-методических разработок и университетской науке в целом. В заключительном выступлении эксперт журнала «Университетская книга» И. С. Сковородина назвала особенностью уральского конкурса высокий уровень присланных изданий и то, что эту высокую планку задает Издательство Уральского университета (УрФУ). Свыше 50 % книг были достойны звания дипломанта, поскольку отличались хорошей редакционно-издательской подготовкой и качественным полиграфическим исполнением. Поэтому жюри вынуждено было существенно расширить перечень номинаций, чтобы оставаться предельно объективным.

В итоге большая часть издательств и редакционно-издательских структур, принявших участие в конкурсе, по решению жюри была отмечена дипломами и грамотами. В традиционных номинациях на лучшее учебное и научное издание по отраслям наук наиболее богатый урожай собрали известные университеты: Томский национальный исследовательский государственный, Новосибирский государственный технический, Европейский университет в Санкт-Петербурге, Омский государственный, Иркутский национальный исследовательский технический, Воронежский государственный, Кемеровский государственный, Чувашский государственный, Томский государственный архитектурно-строительный, Уральский федеральный, а также Издательство «Питер», Издательский дом «Практическая медицина».

В специальных номинациях были отмечены Ульяновский государственный университет — за нетрадиционный подход к оформлению изданий, Всероссийский государственный университет юстиции (РПА Минюста России) и Уральский федеральный университет — за лучшие издания для авторов, Уральский федеральный университет — за комплект учебных пособий в области энергетики под общей редакцией Ю. М. Бродова в номинации «Просто о сложном», В. Каржавин (Екатеринбург) — за творческий поиск в подходе к историческим сюжетам, В. В. Шушерин (Екатеринбург) — за книготворчество, автор-составитель сборника афоризмов, пословиц, шуток, анекдотов И. В. Смолькова (Иркутск) — за принципиальность в борьбе с невежеством.

Стоит отметить, что среди получивших награды в самых разных номинациях было много изданий, подготовленных в Издательстве Уральского университета. Лучшими учебными пособиями были признаны «Категории онтологии», автор Д. В. Пивоваров, «Оборудование термических цехов» (в 3 томах), авторы Ю. Г. Эйсмонт, В. А. Хотинков, М. В. Майсурадзе; в номинации «Лучшее историко-биографическое издание» награду получила работа В. И. Байдина «Кирша Данилов в Сибири и на Урале: историко-биографические этюды»; как лучшие

периодические издания отмечены три научных журнала УрФУ: «Аналитика и контроль», «Вопросы ономастики» и «Quaestio Rossica».

В итоге, как и два года назад, во время проведения II Уральского книжного форума, приятно констатировать, что несмотря на все сложности, испытываемые современным университетским книгоизданием (отсутствие должного финансирования и наличия молодых кадров, «непрофильное» положение издательств в вузе и пр.), университетская книга продолжает жить, составляя значительную конкуренцию книге коммерческих издательств. И, как и два года назад, опять хочется пожелать университетской книге: *Imprimatur!* — *Пусть печатается!*

P.S. Более подробно с итогами конкурса можно ознакомиться на сайте Зональной научной библиотеки УрФУ: www.lib.urfu.ru.

А. В. Подчиненов

SUMMARY

JOURNALISM OF DIGITAL AGE: PROFESSIONAL CHANGES

- Tulupov V. V.* On higher journalism education7
The article studies various views on journalism education, teaching methods of journalistic disciplines, journalism training and methodological support.
Key words: journalism education; theoretical training; practice-oriented approach; lecture; workshop; colloquium; creative projects; business game.
- Ilchenko S. N.* Fake journalism as an element of the contemporary show-civilization 14
This article analyses such phenomenon of modern media as fake journalism. It is based on the use of so-called “fakes”. According to the author, these fakes are an alternative to the facts and accurate data. The emergence of fake journalists in practice is perceived as natural manifestation of the show-civilization phenomenon.
Key words: journalism; fake; authenticity; fact; show civilization; history; media.
- Bakanov R. P.* Digital media and young correspondents’ temptations: risks of conflict.....19
In the following article, the issue of four temptations that young journalists deal with is studied. It is related to the constant use of information and communication technologies, and the consequences to which they may lead. All of them keep in practice of modern Russian journalism and may become negative examples for beginners. We believe it is necessary to promote such competence as critical thinking referring to the future journalists’ training.
Key words: journalism; digital media; professionalism; the fact; a correspondent; Internet; critical thinking; the media criticism.
- Oleshko E. V., Oleshko V. F.* The adaptation of journalists to the basics of converged information activities (the results of sociological research 2014–2016).....27
The article presents the first results of the sociological research conducted by the staff of Department of periodicals of the Ural Federal University within last two years. The problem of adaptation of representatives of the media industry to work under the conditions of contemporary convergent journalism, as well as improvement of the efficiency of creative activity is considered in the context of formation and development of the professional culture of journalists. Domestic and foreign experience has shown that the latest technologies can promote the brand of traditional media, and increase the audience of mass media only under certain conditions: when there exists a system of complementary techniques and methods/technologies of audience attraction in addition to the different versions of the broadcasted content.
Key words: mass media; convergent journalism; effectiveness; content; longread; professional culture; Internet; digitalisation.
- Bogachev A. E.* The modern work concepts of the corporate journalists36
In this article, the main reasons and consequences of the transformation of corporate journalist’s work concepts are investigated. The author focuses on the way the new economic and technological challenges of our time have influenced on the journalist’s job in the corporate media.

Key words: corporate media; the journalist's work concepts; media development tendencies; typology of the corporate media.

Ivanova L. D. The professionalization of journalism in the 20–30-ies of the XIX century43

The article reveals peculiarities of qualitative transformation of Russian journalism in 1820–1830-ies. Particular attention is paid to influence of the process of commercialization in the field of printing at the condition and the professional quality of the periodical press. It is shown that a result of «Ink wars» laid the foundations of the theory of journalism and its basic principles. We compare the positions of employees of high-quality media and representatives of the «commercial direction» in determining the purpose of journalism, in the formulation of the question of the media and audience interaction.

Key words: commercialization of printing; «commercial direction» in journalism; printing theory; the professionalization of journalism; «Ink Wars»);the magazine and the reader» problem.

JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

Kemarskaya I. N. Electronic Media Dramaturgy50

Media environment changings entail keen interest in TV screen dramaturge. Traditional analyzing of television, based on modernist aesthetics with its priority of novelty and uniqueness, turns to be too narrow for the study of iterative TV programs. Appeal to the key principles of postmodernism helps to analyze different screen works on the common basis, providing with new methods for constructing audiovisual language and drama techniques of mass communication.

Key words: dramaturgy; media communications; postmodern; script; format.

Gorina E. V., Kuznetsova K. P. Communicative tactics of image construction of the World War II regarding media discourse61

The article characterizes one of the types of non-classical war — a psychological and historical war, which is explained in texts by the discrediting strategy and terminates in the destruction of the historical memory of the people. The article describes methods to misrepresent the historical information and fight against positive images of World War II.

Key words: discrediting strategy; psychological and hhistorical war; communication tactics; technique; linguistic marker.

Yufereva A. S. An analysis of the theoretical aspects of the functioning of political communication in the context of media convergence68

The article considers a process of operation of political communication in a context of media convergence. The author makes the case for an introduction in definitions of political communication the notion «media convergence». This notion can explain the role of technological and social changes in the political sphere. The study showed a few real-world examples, which reflect the main aspects of interaction between media convergence and the process of political communication. This thesis proved that the new forms of the political communications were created by the social context instead of the technological context.

Key words: political communication; media convergence; internet-based technology; new forms of political communication.

Vershinina T. S., Kunilova I. A. Comparative analysis of universities' corporate newspapers in Russia and abroad s (following the example of the Ural Federal Uuniversity newspaper and Universidad Mayor newspaper)76

The authors present the analysis of effectiveness of the corporate press of Ural Federal University (Ekaterinburg, Russia) and Universidad Mayor (Santiago, Chile) and results of the integrated research and SWOT-analysis of the corporate communication channels of the above-mentioned universities. Lexical means used in the corporate press «Uralskyfederalny» are determined and the perspectives of similar research of Chilean university press including «Diario Mayor» are described in the article.

Key words: corporate press; corporate communications; language means; marketing; functions of the mass media; corporate speech style; lexical stylistics; corporate communication channels.

- Snigireva T. A., Podchinenov A. V.* Russian Literary magazines in the Post-Soviet Time (historical and modern situation).....85

The article explores historical changes in the format and status of the Russian-language magazines in terms of the foreign geopolitical space. The inner coherence of the magazines, which managed to find their own “way”, is shown to be dependent on three problematic blocks: nation, culture, and dialogue. In the supra-textual unity of the periodical, these blocks are connected with the key word “fortune”. Concerning the magazines edition practice, it is being implemented via strict understanding of the periodical’s mission (preservation, popularization, and culture spreading functions), inscribing literature into the Russian and world context (the nation’s self-consciousness rising function), publishing those Russian and foreign writers which have been forgotten and contemporarily disgraced by the Russian culture (accumulation and supporting function).

K e y w o r d s: geopolitics; periodical; national culture; post-Soviet space.

- Antoshin A. V., Antoshin V. A.* Press and Business in the Urals under the conditions of Revolution of 1917 (following the analysis of Vyatka region’s materials).....94

The article is devoted to the special characteristics of relations between press and business in Vyatka region in 1917. The study is based on the analysis of Kirov, Udmurtia, Tatarstan archive documents and regional press. The authors show different methods used by regional business, who promoted their own interest through media in 1917.

K e y w o r d s: Vyatka region; press; business; revolution of 1917.

PSYCHOLOGY

- Dudin V. A., Dotsenko E. L.* Psychological and semantic tool to diagnose the person’s life-support system.....101

The article describes the development of a diagnostic tool of human reaction to life’s difficulties. Theoretical tool framework is the model of “Person’s life-support system”, describing the various reactions and ways of solving life’s problems: the “psychosomatic response”, “psychological defences”, “coping strategies” and “personality resources”.

K e y w o r d s: person’s life-support system; life’s difficulties; psychosomatic response; psychological defences; coping strategies; personality resources; psychosomatics; semantic differential; psychometric test.

- Chertkova Y. D., Alekseeva O. S., Fominykh A. Y.* The relationship of hardiness with life satisfaction....109

Life satisfaction (LS) is a cognitive component of Subjective well-being. In this study life satisfaction is compared with the personal trait that reflect one’s vision of the world and the ability to operate in stressful situations — hardiness. Subjects: N = 401 (55, 88 % women; age from 18 to 78 years, M = 26, 58 SD = 12,91). It is shown that three components of hardiness (commitment, control, challenge) have a sufficiently close relationship with life satisfaction ($r = 0, 3-0,4$; $p < 0.001$).

K e y w o r d s: life satisfaction; psychological well-being; hardiness.

- Ovchinnikov M. V., Petukhova A. S.* The correlations of indicators of hardiness and time perspective in youth115

The article discusses the results of empirical research of correlations of indicators of hardiness and time perspective in youth. It was proved by the actors, who are inclined to a positive perception of time, have high hardiness and actors, prone to the negative perception of the temporal perspective, have reduced hardiness.

K e y w o r d s: temporal perspective; hardiness; youth; students.

- Andreyeva O. S., Ershova I. A., Rusayeva I. A.* Research on the relationship between intelligence, creativity and degree of immersion in computer games among pre-school children.....120

The goal of this research, in which 50 children aged 5–7 years participated, was to identify whether there is a relationship between levels of intelligence, levels of creativity among pre-school children and degree of their immersion into computer games. The following methodology was used for characterization of the participants:

observation card for parents (designed for the assessment of the degree of children's immersion in computer games); Raven's Intelligence Test (Raven's Coloured Progressive Matrices); Torrance Test of Creative Thinking. The following results were obtained: the higher the level of creativity is, the higher is the degree of child's immersion into computer games; role-playing computer games are more often positively received by the children with high level of intelligence and creativity. It was also proved that children that prefer role-playing computer games are distinguished from children that prefer non-role-playing computer games by higher immersion into computer game.

Key words: pre-school children; role-playing and non-role-playing computer games; immersion in a (computer) game; intelligence; creativity.

Kuznetsov D. V. Criteria and level scale for evaluating dynamics of self-determination process of high school students 128

The novelty of the author's approach is to consider self-determination during high school years according to the 4-aspect complex (personal, gender, civic, professional). The author also used the criteria and level scale as a diagnostic technique for evaluating the dynamics of self-determination process measured in several components (cognitive, affective, activity-related, communicative and reflexive) as well as criteria of intention (I want), potency (I can) and possession (I have). The author provides the findings of the research carried out with the help of high school students and first year university students.

Key words: self-determination of high-school students; personality, gender, civic and professional aspects of self-determination; criteria and level scale; criteria and levels of self-determination.

CULTURE STUDIES

Shumikhina L. A., Nikolayev R. M. Metaphysical sense personified symbols of Ancient Rus' culture: past and present 137

In the context of cultural symbols' typology, the following study focuses on the specifics of personalized characters as those that have special metaphysical sense of meaning of transformation and continuity of spiritual values, historical and cultural trends. Specific examples referring to the prominent personalities of the Ancient Russian Culture and the analysis of their impact on the vector of the cultural and historical development of Russia justified the idea of the first principle of cultural identity in modern Russia.

Key words: personalized character; cultural identity; culture spiritual landmarks; cultural memory; military culture; tradition and innovation.

Golovneva E. V., Golovnev I. A. Visualization of the region by cinematographic means (case of the USSR Cinema Atlas) 146

This article is based on constructivism approach, and it explores the phenomenon of visualization of the region. The paper emphasizes the construction of visual regional images in the XX century due to the development of cinema industry. The one of the prominent cinema project of 1930th, the USSR Cinema Atlas, is analyzed. This project offered strong historical insights, which promoted better understanding of the exotic regions referring to the public consciousness.

Key words: region; regional image; construction; constructivism; documentary; the Cinema Atlas of the USSR; visual culture.

Stepanova T. M., Stepanov A. V. Iconics: morphology of the visual image as a system of patterns 152

The study focuses on the morphological analysis of the visual image with the use of the following terms «morphological elements» and «morphological patterns». Based on the historical analysis of the facts the conclusions are made referring to the specification of the meaning of these basic categories being used in the process of visual and image modelling.

Key words: morphology of the visual image, morphological elements, pattern, system of morphological patterns, morphological approach.

 EDUCATION: CHALLENGES OF THE MODERN WORLD

Belozerova A. A., Korneyeva L. I. Intercultural education in Germany 161

The following article studies the issue of intercultural communication as scientific and educational discipline; the analysis of intercultural education in Germany is presented referring to the different learning levels: in the kindergartens, schools, higher education institutions and in the structures of additional professional education.

Key words: intercultural education; intercultural communication; intercultural competence; interactive training methods.

Sitnikova O. V. The artistic method as a mechanism of teacher professional worldview 170

In this article, the question reveals formation of professional worldview of the teacher personality. The artistic method is an aesthetic mechanism where the source of forming worldview it is art. Pedagogic as an art form is based on the person creator-teacher who can be called ‘the artist of pedagogy», a carrier «of intellectual and aesthetic spirituality»... The ideal of art of pedagogics have co-creation «the perfect person».

Key words: spirituality; moral; convictions; worldview; artistic method; art; pedagogical activity.

BOOK REVIEWS

Dzhaloshinsky I. M. On interuniversity collection “professional culture of a journalist: problems of intercultural communication». Reviewer’s reflection 182

Sibiryakova I. G. Rhetoric for journalists 196

Book by Ilyina O. V., Kablukov E. V., Avtokhudinova O. F. Science editor: E. V. Chepkina. Rhetoric: a short course for journalists. — M.: Flinta : Ural University Press, 2016. — 68 p.

SCIENTIFIC LIFE

 A tribute to the 80th anniversary of the journalism education in the urals: International scientific and practical conference «Journalism of the digital age: professional changes” and students’ readings “Historical experience and professional innovations in the world of media” (*O. F. Avtokhudinova, R. L. Iskhakov*) 199

 III Ural forum of the university’s book (*A. V. Podchinenov*) 205

ИЗВЕСТИЯ
УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
Серия 1
Проблемы образования, науки и культуры
2016. Т. 22
№ 3 (153)

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 29.08.2016. Формат 70 × 100 ¹/₁₆.
Уч.-изд. л. 17,3. Усл. печ. л. 17,55. Бумага офсетная. Гарнитура Petersburg.
Печать офсетная. Тираж 500 экз. Заказ 345.

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

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 Президиума Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Российской Федерации, журнал публикует статьи по трем отраслям науки: 10.00.00. **Филологические науки** (группа специальностей 10.01.00. **Литературоведение**); 24.00.00. **Культурология**; 19.00.00. **Психологические науки**. Решение по публикации научных материалов по другим отраслям принимается индивидуально, в каждом конкретном случае;
- 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 и рецензирования рукописей

1. Автор высылает в редакцию по электронной почте (izvestia_1@urfu.ru) **текст статьи, не публиковавшийся ранее (представленный 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. Статья передается одному из рецензентов, включенному в редакционный список рецензентов по основным научным направлениям, освещаемым в журнале. Назначенный редакцией рецензент в течение 10 дней готовит мотивированный отзыв на статью и передает его в редакцию.

3. Редакция на основании представленной внешней рецензии и заключения назначенного рецензента выносит решение либо о принятии статьи к опубликованию, либо о повторном рецензировании (после исправления автором текста в соответствии с замечаниями рецензента), либо об отказе в публикации. Все рецензии на статьи хранятся в архиве редакции в течение 5 лет.

4. 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.

5. Редакция обязуется направлять копии рецензий в Министерство образования и науки РФ при поступлении соответствующего запроса.

6. Редакция согласовывает с автором исправления, дополнения и т. п., которые необходимо внести в статью по рекомендации рецензентов. Автор пересылает исправленный текст в редакцию по электронной почте.

7. 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 (ГОСТ 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 отсылками 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. : [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:

1. ГАСО (Гос. арх. Свердлов. обл.). Ф. 773. Оп. 1. Д. 27. Л. 14—14 об.

2. 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 Excel), 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:
Екатеринбург, ул. Тургенева, 4, Издательство УрФУ
(для *Ларисы Александровны Хухаревой*).

Электронный адрес журнала: izvestia_1@urfu.ru