

ИЗВЕСТИЯ

Уральского федерального
университета

Серия 1
Проблемы образования,
науки и культуры

2017. Т. 23

№ 3 (165)

IZVESTIA

Ural Federal University
Journal

Series 1
Issues in Education,
Science and Culture

2017. Vol. 23

№ 3 (165)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

В. В. Алексеев, акад. РАН
А. Е. Аникин, акад. РАН
А. В. Головнев, чл.-корр. РАН
С. В. Гольнец, акад. РАН
К. Н. Любутич, 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

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ЖУРНАЛИСТА ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

- К итогам международной научно-практической конференции и студенческих чтений (О. Ф. Автохутдинова, Р. Л. Исхаков) 5
- Баканов Р. П. Российская медийная критика в условиях цифровых медиа: поиск новых способов взаимодействия с аудиторией 11
- Олешко Е. В. Родовые и видовые категории современной конвергентной журналистики как факторы развития цифровой революции 22
- Бессонов С. И. Управление креативностью как фактор развития регионального массмедиа в цифровую эпоху 31
- Иванова Л. Д. Особенности работы с аудиторией в СМИ на рубеже XIX–XX вв. 36
- Булатова Э. В. К вопросу о когнитивно-дискурсивных практиках моделирования идентичности россиян в СМИ .. 44
- Попова М. Ф. Спецпроекты в малой прессе как главное конкурентное преимущество 53
- Исхаков Р. Л. Теоретические основания научного познания журналистской практики 59

ЖУРНАЛИСТИКА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

- Дмитриев О. А. Альтернативные медиа как инструмент изменения принципов традиционной журналистики 72
- Золотова Е. С. Смысловывявляющий текст как мера противодействия терроризму (на примере российских СМИ) 82
- Мясникова М. А. Журнал «Искусство кино» о проблемах телевидения 88
- Антошин А. В., Антошин В. А. Периодическая печать Большого Урала в условиях революции 1917 г.: основные тенденции развития 95
- Фатеева И. А. У истоков медиаобразовательных идей «критического мышле-

ния» и «медиаграмотности» в российской науке: Павел Блонский 102

- Грамотчикова Н. Б. Востоковедение на страницах «Оренбургских губернских ведомостей»: опыт присутствия научного дискурса в провинциальной периодической печати (1853–1854 гг.) 109

ПОЭТИКА

- Глебович Т. А. Быков vs Бродский: конфликт или диалог в рамках одной литературной традиции 122

ПСИХОЛОГИЯ

- Пермякова М. Е., Барсуков А. А., Ершова И. А. Исследование связи жизнестойкости, счастья и копинг-стратегий у студентов 132
- Лебедева Ю. В. Влияние факторов культуры и пола на особенности эмпатии (на примере студентов из России и Китая) 141

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

- Кириллова Н. Б. Сергей Эйзенштейн: революционер в экранной культуре и мифотворец 149
- Быстрова Т. Ю. Культурологическая интерпретация конструктивизма М. Я. Гинзбурга 158
- Воробьева М. В. Механизмы социально-культурной маргинализации диссидентского движения в позднесоветском обществе 166
- Кузьменко Е. О. Успешность как феномен современного массового общества и проявление нового уровня стандартизации культурных образцов 178
- Сурков А. В. Динамическая модель восприятия мегаполиса в контексте городских культурных процессов 183

НАУЧНЫЕ СООБЩЕНИЯ

- Михельсон С. В. Прагматика национального языка в поле деловой культуры 191
- Лебедев Н. С. Дао и современность 197
- S u m m a r y 204

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ЖУРНАЛИСТА ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

К ИТОГАМ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ И СТУДЕНЧЕСКИХ ЧТЕНИЙ

Состоявшаяся 19 мая 2017 г. в Екатеринбурге международная научно-практическая конференция департамента «Факультет журналистики» УрФУ традиционно подняла пласт актуальнейших проблем развития массмедиа. Среди участников конференции были представители ведущих вузов России (Москва, Санкт-Петербург, Барнаул, Воронеж, Пермь, Сургут, Челябинск), Республики Беларусь, Приднестровской Молдавской Республики, Казахстана. Тема конференции — «Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи» — отражает вызовы, стоящие перед мастерами пера и исследователями СМИ: сочетание принципов журналистской этики, традиций медийных школ и новых технологий, требующих не только особых профессиональных навыков, но и, возможно, изменения отношения к самому «духу» профессии.

В докладах нашли отражение вопросы, связанные с адаптацией традиционных медиа к реалиям цифровой эпохи, с борьбой редакций за читателя и рекламодателя, с «болезнями роста», которые переживают сами «новые медиа». Представленные на конференции исследования позволяют определить, какие глобальные сдвиги на данный момент происходят в медиaprостранстве под воздействием интернет-СМИ, социальных сетей и блогосферы.

Тематика докладов участников пленарного заседания и секций конференции затрагивала широкий спектр проблем журналистики и СМИ: от осмысления ключевых понятий, важнейших принципов и национальных особенностей журналистики до развлекательного радиовещания, функционирования корпоративных медиа в условиях новых экономических и политических реалий и других «частных», но важных для многих теоретиков и практиков вопросов. Одним из них является вопрос сохранения и поддержки СМИ традиционных ценностей, национальной культуры и идентичности в эпоху глобализации.

Спикеры обсуждали проблемы постепенного нивелирования типологической разницы между традиционными СМИ и сетевыми, сращения журналистики и контента, полученного от аудитории, а также экономические, социальные и идеологические факторы, препятствующие развитию медиатехнологий в России в условиях цифровой революции. Исследователи делают вывод, что не только

отсутствие нужных компетенций у специалистов, но и недостаточная техническая оснащённость редакций, особенно на периферии, заставляют отечественные СМИ занимать на мировом медиарынке позицию вечно догоняющего игрока.

По итогам конференции департамент «Факультет журналистики» выпустил сборник тезисов докладов.

Условно проблемы, получившие обсуждение на конференции, можно разделить на несколько направлений. Одно из самых важных посвящено вопросам современного состояния и дальнейшего развития прессы и сетевых изданий. В частности, проблемы трансформации районных изданий в цифровую эпоху рассматривают *Э. С. Антипина, И. М. Печищев, М. Ф. Попова*. Последняя анализирует, как проекты и акции, представленные в районной прессе, становятся серьезным конкурентным преимуществом СМИ. О репрезентации традиционных ценностей и национальной культуры в медиа размышляют *А. Н. Павлова* и *С. М. Химич*. Релевантность творчества в деятельности журналистов региональных массмедиа доказывает *С. И. Бессонов*.

Большое значение было придано вопросам корректировки образовательных программ подготовки медиаспециалистов в вузах. Например, *В. А. Волкоморов* настаивает на том, что в цифровую эпоху для обучения студентов-журналистов необходимо привлекать новые технологии, в частности интерактивные коммуникационные сервисы, а *А. И. Фатеева* рассуждает о том, что работнику СМИ необходимо учитывать возрастную психологию и физиологию при работе с аудиторией разного возраста и этому целенаправленно нужно обучать на факультетах журналистики.

О новых моделях информационного взаимодействия с массовой аудиторией, прежде всего о технологических изменениях в способах формирования и передачи контента, рассуждает *В. Ф. Олешко*. Тему трансформации традиционных типологических признаков в периодике продолжает *В. В. Пугачев*. Трансформации медийной критики посвятил свое исследование *Р. П. Баканов*.

Блоги и альтернативные средства массовой коммуникации также стали темой тезисов участников конференции. Роль татароязычных блогов в информационном пространстве анализирует *В. З. Гарифуллин*. Автор проводит их классификацию в зависимости от функциональных особенностей, проблемно-тематических предпочтений аудитории. Типы пабликов, стратегии пабликостроительства и перспективы использования пабликов как комьюнити-площадок обсуждают *А. А. Золотухин* и *Ю. Н. Мажарина*. Технологические и экономические проблемы, препятствующие развитию роботизированной журналистики в России, формулирует и анализирует *А. Д. Иванов*. *С. И. Симакова* рассматривает «дата-журналистику» или «журналистику данных» как новый, активно развивающийся тип журналистской деятельности.

Проблемам организации работы корпоративных СМИ и пресс-служб посвятили свои тезисы *А. Е. Богачев* и *В. А. Горновая*.

Результаты исследования влияния педагогов и администрации школ на содержательное наполнение изданий образовательных учреждений приводит *С. В. Лебедева*.

Теоретики медиадискурса не обошли стороной и проблемы профессиональной культуры журналиста. *Е. А. Набиева* выделяет три основных элемента профессиональной культуры научного журналиста: профессиональная саморефлексия, журналистское мастерство и качественное образование. *Е. В. Олешко* аргументировано доказывает, что профессиональная культура в рамках новейшей практики продуцирует не только различного вида коммуникационные связи и артефакты, но и систему новых ценностных ориентиров. *Ю. М. Еришов*, рассуждая о природе фейковых новостей, приходит к выводу, что дезинформация становится похожа на вирус — легко цепляется к читателю и подрывает репутацию как объекта информационной атаки, так и самого канала распространения новости. О глобальных кибервойнах в освещении российских и зарубежных медиа пишет *Н. А. Цынарёва*.

Второе главное направление исследований, представленных в ходе конференции, посвящено тенденциям развития электронных медиа. Изменения, происходящие с радиотекстом в условиях конвергенции радио и Интернета, фиксируют *А. А. Баранова* и *Т. В. Лебедева*. Актуальные проблемы телевизионного дискурса обнажают *Р. В. Даутова* и *М. А. Мясникова*.

Как средство структурирования мультимедийной истории рассматривают таймлайн *М. Н. Булаева* и *О. С. Лахтачева*.

Некоторые авторы посвятили свои исследования PR и обратной связи в электронных СМИ. В частности, арт-пиар как один из принципов активизации сотрудничества с прессой молодых художников в Интернете анализирует *Ю. В. Кондакова*. Форму комментария под отдельным выпуском видеоблога как разновидность выражения мнения аудитории изучает *О. В. Пинчук*.

Изменению коммуникативных технологий в электронных СМИ посвятили свои исследования *Е. А. Войтик*, *А. А. Градюшко*, *Л. А. Ковалева*. Краткую хронологию изучения феномена вирусной информации представляет *В. В. Дабежа*. Основные проблемы на медиарынке и возможные сценарии их успешного решения обозначает *Д. Э. Коноплев*.

Ряд выступлений осветили тему, касающуюся особенностей развития национального и регионального медиарынков. В частности, о специфике интернет-СМИ Республики Татарстан, об их становлении и перспективах развития рассуждает *Т. А. Наговицина*, особое внимание уделяя мультимедийности как фактору развития сетевых СМИ на современном этапе. *А. А. Журавлева* исследует структуру челябинского рынка радиальных СМИ, лидирующие холдинги, соотношение радиоформатов, проблему доминирования сетевого вещания над локальным.

И, безусловно, нельзя было обойти вниманием проблему образования: рекомендации по преодолению проблемной ситуации в сфере обучения специалистов СМИ, рекламы и паблик рилейшнз в современных условиях дает в своей статье *В. Ф. Зыков*.

В третьем направлении исследований поднимались вопросы теории журналистики и ее исторического опыта. Традиционно исследователи обращаются к описанию и характеристике российских и зарубежных изданий, вышедших в XIX–XX вв. Например, *А. Г. Асташкин* и *Д. М. Гареева* описывают функциональную

специфику и особенности жанровой модели «Епархиальных ведомостей», а *А. А. Ильинская* рассматривает программу, тематику, рубрики, социальную значимость первой афроамериканской газеты XIX в. *Freedom's Journal*, а также ее современный сетевой аналог. Состояние печатного дела в России в конце XIX — начале XX в. и необходимость целенаправленной работы по повышению рентабельности и конкурентоспособности СМИ обосновывает *Л. Д. Иванова*. Изучению этнической журналистики посвятил свое исследование *Р. Л. Исхаков*.

Ряд исследований посвящен анализу публицистической и просветительской деятельности знаменитых писателей и журналистов. *Т. А. Барышникова*, в частности, оценивает важность взаимодействия известных отечественных и зарубежных писателей с редакциями провинциальных газет в дореволюционной России для продвижения этих изданий. Публицистические произведения А. И. Куприна периода эмиграции, посвященные Октябрьской революции 1917 г., анализирует *С. Н. Гладышева*. Сопоставляет дневниковые записи А. В. Жигулина и «Рабочие тетради» А. Т. Твардовского, касающиеся истории литературного журнала «Новый мир», *В. В. Колобов*. О роли П. П. Бажова в организации первых научных конференций на Урале по изучению жизни и творчества Д. Н. Мамина-Сибиряка размышляет *О. В. Приловская*.

Вопросам этики, правовой культуры и медиаответственности посвятили свои тезисы *А. Ю. Исмаилов*, *Л. Л. Черепанова* и *И. А. Кумылганова*. Обзор мнений основных зарубежных и российских научных школ по поводу изменения профессиональной культуры журналиста под давлением технологий, места профессиональной журналистики в технообществе будущего, а также по поводу изменения ключевых требований к профессиональной культуре приводит *М. В. Загидуллина*. О том, насколько оправданным является употребление термина «корпоративная журналистика», рассуждает *Ю. В. Чемякин*.

Технологию проведения журналистского расследования на основе анализа крупномасштабных махинаций, связанных с «панамскими офшорами», раскрывает *С. С. Распопова*. О теории I-Медиа в рамках полипарадигмального подхода пишет *А. Е. Богоявленский*. Адаптивность как стратегию саморазвития личности в современном информационном пространстве рассматривает *Ю. В. Андреева*. Тему социального проектирования как инструмента развития медиакомпетенций подростков и детей раскрывает *Е. А. Блюх*.

Четвертое направление посвящено актуальным речевым практикам дискурса СМИ. Темы, которые обсуждают ученые, весьма разнообразны: от дискурсивных практик освещения военных конфликтов (*В. М. Амиров* и *И. В. Смолин*) до средств выразительности амбивалентной рекламы (*Е. В. Горина*) и анализа digital-жанров. В частности, *К. В. Киуру* определяет их жанрообразующие признаки: предмет, метод, функция.

Целая серия исследований посвящена вопросам идентичности в дискурсе российских СМИ: историческую идентификацию россиян на материале православно-медиадискурса описывает *О. И. Асташова*, практики конструирования идентификации России выделяет *С. О. Калганова*, дискурсивные практики конструирования идентичности россиян анализируют *Э. В. Чепкина* и *Е. Э. Лемесева*.

Реализацию базовых концептов объемной ментальной области «духовность» как основу поисков идентичности предлагает рассмотреть *В. В. Антропова*.

Изучение практик информационной войны, медианасилие в СМИ и способы его преодоления также нашли свое отражение в работах участников конференции. Новый подход к определению информационной войны как дискурсивного феномена, который предполагает конструирование реальности, причиняющей вред какому-либо объекту либо его образу в медиадискурсе, предлагает *Е. В. Каблуков*. В свою очередь, *М. А. Марзан* изучает проявления медианасилия и речевой агрессии в журналистских текстах и их воздействие на аудиторию. Особенности формирования мультикультурной толерантности в медиатекстах посвятили свое исследование *В. Ю. Михайлова* и *Э. В. Булатова*. Наблюдениями за тем, как формируются содержательно-смысловые и речевые приоритеты гражданской медиакритики, делится *С. И. Сметанина*.

Медиапредпочтения общества потребления, восприятие публицистического текста аудиторией изучает *А. А. Ефанов*. На взаимоотношении субъективного и объективного в авторском высказывании, на диалоге между автором и читателем сосредоточила внимание *Н. И. Иовва*. Нарративные стратегии публикаций в региональных СМИ о выборах в Государственную думу как средство создания образа представителя власти и социального института рассматривает *В. В. Федоров*. Языковые средства интерпретации новостного повода в интернет-заголовках анализирует *И. В. Высоцкая*. Признаки коммуникативной компетентности в профессиональной деятельности журналиста перечисляет *С. Н. Машкова*.

Результаты исследований, представленных на конференции, отражают важность дальнейшего описания истории и теории СМИ, их типологии, актуальность осмысления уже достигнутых результатов в изучении медиа и представления новых трендов, новых вызовов, стоящих перед профессией, формирование предположений о том, что ждет ее в будущем, на чем сотрудникам редакций нужно сосредоточиться сейчас, чтобы не потерять себя и аудиторию.

Выглядит вполне логичным, что научной конференции предшествовали XVIII студенческие научные чтения «Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи», которые прошли на месяц раньше — 20 апреля 2017 г. Они стали масштабным смотром студенческих исследований.

Организаторами были принято 102 заявки от студентов из вузов Екатеринбург — УрФУ, УГГУ, УрЮИ МВД РФ, а также Башкирского государственного университета (г. Уфа), Костанайского университета (Республика Казахстан), Сургутского педагогического университета, Челябинского государственного университета, Южно-Уральского государственного университета (г. Челябинск). Международный характер студенческим научным чтениям придало также участие в них авторов из дальнего зарубежья. Так, наша коллега из Германии Кэтрин Эрбштёсер (Cathrin Erbstößer) в своей магистерской диссертации пыталась установить критерий высокого качества для журналистики участия, под которой немцы привыкли понимать гражданскую журналистику.

Профессиональное журналистское образование и наука о журналистских практиках идут рука об руку. Их интеграция происходит в процессе

научно-исследовательской работы студентов (НИРС) на научных семинарах, профессиональных мастер-классах, в студенческом научном обществе. Преподавателями департамента «Факультет журналистики» Института гуманитарных и общественных наук УрФУ организовано 19 научных семинаров, на которых будет осуществляться углубленное изучение предметно-тематического модуля ФГОС ВПО.

Пленарное заседание Студенческих чтений открылось выступлениями гостей. Ведущая радио «Комсомольская правда в Екатеринбурге» *Л. В. Варакина* показала эволюцию социальной роли журналиста в современной медиареальности. Президент Исследовательского центра «Аналитик» *А. В. Мозолин* сделал доклад «Журналистика цифровой эпохи в зеркале социологии». Директор Клуба уральских блогеров, редактор ИА «Уральский меридиан» *А. В. Аникин* рассказал о блогосфере в системе средств массовой информации.

На четырех секциях студенческих научных чтений (руководители В. Ф. Олешко, И. В. Зиновьев, М. А. Мясникова, Э. В. Чепкина) с устными докладами выступили 68 докладчиков. Всем студентам, принявшим участие в чтениях, были вручены сертификаты участника, тезисы докладов были опубликованы в сборнике «Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи» (составитель Р. Л. Исхаков).

Дипломами за лучшие доклады были награждены Евгения Харисова (3-й курс), Михаил Волокитин (3-й курс), Инна Малышева (4-й курс), Мария Духан (4-й курс), Денис Колпащиков (4-й курс), Ксения Драницина (4-й курс), Юлия Шусьева (4-й курс ЧелГУ), Валерия Кабанова (магистрант первого года обучения ИГНИ УрФУ), Светлана Булевская (магистрант первого года обучения ИГНИ УрФУ), Науфал Тургунов (УрЮИ МВД РФ), а также студенты 1-го курса Дарья Башкова, Ирина Гильфанова, Ольга Николенко, Анна Шиллер.

Научные чтения бакалавров и магистрантов проходили в условиях самоорганизации, активное участие в их подготовке и проведении принимали члены студенческого научного общества студенты 1-го курса Алена Бирюкова, Елена Бушенева, Михаил Вербицкий, Евгения Постных, Андрей Трусов, Евгения Харисова, Ирина Чепарухина и магистрант первого года обучения Элеонора Перцева, которые организовали регистрацию участников чтений и сопровождение гостей, выдачу сборника, программы чтений и других печатных материалов, оформление аудиторий для приема участников чтений. Своевременно обеспечивалось взаимодействие с Издательско-полиграфическим центром УрФУ, дирекцией Института гуманитарных наук и искусств.

Прошедшие научные мероприятия отразили высокий уровень заинтересованности ученых и студенчества в анализе обозначившихся в цифровую эпоху трендов и проблем развития журналистики и выработке новых подходов к обучению журналистов с учетом непрерывного развития коммуникативных технологий.

О. Ф. Автохутдинова, Р. Л. Исхаков

УДК 070:654 + 070:316.774 + 004.032.1

Р. П. Баканов

РОССИЙСКАЯ МЕДИЙНАЯ КРИТИКА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВЫХ МЕДИА: ПОИСК НОВЫХ СПОСОБОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С АУДИТОРИЕЙ

Автором статьи выявлено, во-первых, изменение модели коммуникации критика с аудиторией с вертикальной на горизонтальную, что предусматривает возможность осуществления диалога между сторонами посредством различных сетевых коммуникативных сервисов; во-вторых, изменение характера деятельности современного медийного критика (он уже не может быть обычным обозревателем и интерпретатором медийных текстов, он должен уметь управлять информационным потоком, который сам же и создает); в-третьих, утрата уникальности деятельности критика, потому что с развитием интернет- и мобильных сервисов конкуренцию ему может составить любой человек, имеющий свое мнение о телевизионной передаче. В настоящее время профессиональная критика конкурирует с массовой и все чаще проигрывает ей в оперативности подачи информации, что, на взгляд автора статьи, затрудняет работу по формированию критического мышления аудитории.

К л ю ч е в ы е с л о в а: телевизионная критика; телевидение; автор; оценка; способ взаимодействия; диалог; аудитория; газета; социальная сеть; критическое мышление.

Информационно-коммуникационные технологии все больше входят в повседневную жизнь человека. В связи с этим резко увеличилась скорость распространения информации в обществе: о том, что произошло на другом конце планеты, мы можем узнать через считанные минуты после случившегося. Соответственно ускорилась и жизнь индивида. Многие теперь, можно сказать, проживают две жизни: реальную и онлайн-овую (электронная почта, социальные сети, интернет-игры). Например, молодежь, которая постоянно находится во Всемирной сети, потребляет различные сведения: почтовые сообщения, новости, мемы, фото- и видеоматериалы и т. д. Калейдоскоп событий изменяется так быстро, что у людей едва хватает времени на понимание только наиболее важных из них, не говоря уж о рефлексии. Восприятие информации «по верхам» может сформировать у потребителя искаженную картину мира, а также дезориентировать его в осознании личностных информационных предпочтений и приоритетов.

Изучение современной «повестки дня» СМИ позволяет говорить о существующей тенденции формирования некритического отношения аудитории к объекту медийного освещения. Количество аналитических публикаций в федеральной и региональной прессе (например, в Республике Татарстан) постепенно снижается, средства массовой информации часто односторонне освещают факты и тенденции, причем с выгодной действующей власти позиции. Информационная картина дня

БАКАНОВ Роман Петрович — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Казанского (Приволжского) федерального университета (e-mail: rbakanov@yandex.ru).

© Баканов Р. П., 2017

практически одинакова на всех ведущих федеральных телеканалах («Первый канал», «Россия 1», «Россия 24», НТВ, ТВЦ). Кто из публичных людей сегодня прав, а кто нет, и кого любить не следует, потому что он — враг нашей страны, аудитории объясняют ведущие воскресных итоговых телепередач («Воскресное время», «Вести недели», «Итоги недели») и эксперты ряда политических ток-шоу. Для уставших от публичной политики зрителей предусмотрены многочисленные развлекательные передачи и сериалы — возможно, чтобы отвлечь их от повседневных проблем.

«Конструируя собственное информационное пространство, пользователь Интернета ассоциируется с редакцией, подбирая информацию по своему вкусу, редактируя ее, задавая параметры новостей, достойных его внимания в предназначенной ему новостной подборке, комментируя чужую или загружая в интернет-пространство собственную новость» [5, 178]. Однако, по мнению основателя медиапроекта 30A.com, предпринимателя и исследователя Майка Рэгсдэйла, «...люди больше не обращаются к основным СМИ для получения новостей — они обращаются к ним только для того, чтобы услышать свое собственное мнение, отраженное в них. Консерваторы смотрят консервативные новостные каналы, в то время как либералы предпочитают либеральные новостные каналы. При этом сами СМИ искренне верят в то, что они предлагают “нейтральные” новости, но на самом деле журналистика в чистом виде уже давно не существует» [9]. Получается, что теперь человек обращается к СМИ для того, чтобы услышать подтверждение тому, что он сам думает по конкретному вопросу или ситуации. Если это так, то, значит, журналистика в настоящее время утратила две свои базовые функции: информирования аудитории и формирования общественного мнения или настроения. Их у нее отобрал Интернет (соцсети, видеохостинги, блоги). В связи с этим, на наш взгляд, необходим качественный рост аналитической журналистики, которая будет не потакать массовой аудитории и транслировать удобную для нее точку зрения на определенную проблему или ситуацию, а предлагать ей как можно больше разных позиций. В идеале массмедиа должны отражать взгляды различных социальных аудиторных групп, не признанных судами в качестве экстремистских. Мы полагаем, что данная ситуация вряд ли возможна в рамках современной российской политической системы, когда многие СМИ в той или иной степени связаны с государством и вынуждены развиваться в основном за счет диктующих свои условия рекламодателей.

Однако на уровень доверия россиян, например, передачам центральных телеканалов, судя по результатам проведенного весной 2016 г. опроса ВЦИОМ, сложившаяся практика информирования не влияет: им доверяет три четверти жителей нашей страны (75 %). Региональному телевидению доверяют меньше (65 % респондентов). Абсолютным аутсайдером в этом рейтинге является продукция зарубежных массмедиа, индекс доверия к которым, как указано в пресс-выпуске ВЦИОМ, «лежит глубоко в области отрицательных значений (минус 42 пункта из ста возможных)» [16].

Как отмечают социологи, «...высокий уровень доверия к телевидению подтверждается еще и тем фактом, что в случае наличия противоречивой информации

о каком-либо событии в различных СМИ, именно телевизионному сюжету поверит больше половины граждан (53 %) — однако в последние несколько лет наблюдается снижение этой доли (с 60 % в 2013 г.). Предпочтение сайтам и блогам в этом вопросе отдадут 22 % опрошенных. В то же время таким традиционным средствам массовой информации, как радио (3 %), газеты (2 %) и журналы (менее 1 %), респонденты готовы довериться не столько охотно, как «сарафанному радио» (7 %)» [16].

Эти данные свидетельствуют о том, что несмотря на серьезное укрепление позиций интернет-ресурсов как источника получения информации, для значительной доли россиян основным источником получения информации о том, что происходит в стране и мире, остается телевидение. В 2016 г. таковым его назвали 57 % опрошенных (в 2015-м — 62 %). При этом нынешние новостные телепередачи, по словам каждого пятого респондента ВЦИОМ, уже не такие интересные, как несколько лет назад [Там же]. Исследователями Фонда «Общественное мнение» было установлено, что в феврале 2017 г. практически каждый день смотрели телевизор 67 % опрошенных, 3–5 раз в неделю — всего 12 %, 1–2 раза в неделю — 11 %, и 5 % респондентов ответили, что не смотрят телевизионные программы. На вопрос «Какие передачи вы смотрите чаще всего?» 57 % респондентов ответили, что «Новости» (информационные выпуски уже как минимум пять лет на первой позиции среди зрительских предпочтений), 53 % — художественные фильмы (тоже долгое время кинопоказ в лидерах у аудитории), 29 % — развлекательные программы [6].

В то же время, по данным исследования компании GfK, аудитория интернет-пользователей в России в возрасте от 16 лет и старше осталась на уровне 2015 г. — 70,4 %, т. е. порядка 84 млн человек [7]. Если учесть, что население современной России составляет около 145 млн человек, то почти 60 млн россиян до сих пор не пользуются Всемирной сетью и используют в качестве «окна» в мир традиционные СМИ: телевидение, радио и печать.

Указанные данные позволяют нам сделать вывод об актуальности и необходимости критического анализа сложившихся тенденций функционирования федеральных и региональных СМИ. Мощный современный информационный поток оказывает значительное воздействие на сознание, поведение и «повестку дня» человека. Информации становится все больше, все труднее отличить правду от вымысла, фактические ошибки тиражируются, потому что корреспондентам зачастую некогда проверять поступающие к ним сведения (считаем это первым шагом к профнепригодности) — надо постоянно что-то искать, собирать, публиковать, желательно эксклюзив. В настоящее время чтобы выявить полезную для себя, своей семьи и близких информацию, человеку приходится расширять круг своих медийных источников, не ограничиваясь одним или двумя каналами. Ему нужно научиться не верить всему, о чем говорят даже крупнейшие СМИ, пытаться самостоятельно анализировать поступающие сведения и находить на это время. Вот только готова ли массовая аудитория к такой дополнительной нагрузке?

Мы уверены: примитивное восприятие окружающего мира не способствует формированию у гражданина навыков критического осмысления существующей

«повестки дня» СМИ. Думается, что настало время, когда каждому человеку необходимо не бездумно потреблять информацию, а фильтровать и отсеивать ненужную и даже вредную для него и его семьи. Способствовать этому может медийная критика — относительно новое направление в отечественной журналистике, которое, как считает А. П. Короченский, «...призвано помочь обществу в познании новых реалий и тенденций в деятельности СМИ. Она является одновременно и своеобразным способом рефлексии, самопознания современной печатной и электронной прессы, и общественным зеркалом, которое призвано отражать “блеск и нищету” средств массовой информации, оказавшихся в рыночной среде» [8].

Для проведения исследования нами были выбраны десять федеральных общественно-политических газет («Аргументы и факты», «Известия», «Коммерсант», «Комсомольская правда», «Литературная газета», «Московский комсомолец», «Независимая газета», «Новая газета», «Российская газета», «Труд»), номера журнала «Журналист» (рубрика «Телерадиоэфир»), блоги и личные страницы в социальной сети «Facebook» нескольких телевизионных критиков (Ю. Богомолова, А. Гусятинского, А. Качкаевой, К. Ковалева-Случевского, В. Львовой, А. Мельмана, И. Петровской). Исследованию также подверглись публикации телекритиков, размещенные на сайтах тех изданий, с которыми они сотрудничают. Нас при этом интересовало: изменялись ли каким-то образом статьи при переносе их с печатной на мультимедийную платформу, и если это происходило, то что и каким образом трансформировалось в текстах? Возможно, авторы готовили два разных материала: оперативный анализ для сайта и обзорение для газеты.

Хронологический период исследования составил четыре года и четыре месяца: 2007, 2012 и 2015–2017 гг. По нашим наблюдениям, за минувшее десятилетие редакции указанных печатных СМИ значительно укрепили свое присутствие в Интернете: неоднократно обновляли первоначальные версии сайтов, сформировали ряд интерактивных сервисов, позволяющих аудитории не только комментировать предложенные журналистами публикации, но и принимать активное участие в формировании их «повестки дня». Помимо этого редакции переориентировали свою работу в пользу первоначального информационного наполнения сайта, а в печатный номер стали отбирать самые актуальные, интересные аналитические работы. Также журналистами и внештатными корреспондентами и обозревателями были «освоены» различные социальные сети, в которых были созданы группы, страницы редакции, личные блоги корреспондентов и колумнистов. Трансформировались форма, композиция и жанровая палитра медиатекстов.

В ходе исследования мы применяли следующие методы:

— *структурно-композиционный анализ* публикаций телевизионных критиков в печати и их выступлений в радионных эфирах, а также их авторские блоги и личные страницы в социальной сети «Facebook». С помощью данного метода мы установили структурные особенности публикаций телевизионных критиков как в периодической печати, так и на сайтах СМИ, а также сообщений, размещенных на личных страницах в социальной сети «Facebook»;

— *содержательный анализ* статей в СМИ и постов телевизионных критиков. Мы выявили, например, наличие разных видов заголовков или лидов в творчестве медиакритиков, определили круг проблем и/или тенденций современного телевидения, о которых они писали, установили, кто из журналистов или ведущих телепередач был героем их публикаций в разные годы, составившие хронологический период нашего исследования. Выявили, подвергались ли критике новые передачи и новые телевизионные имена или аналитики уделяли внимание только завоевавшим популярность у аудитории телепроектам;

— *сравнительно-сопоставительный анализ*, с помощью которого мы, во-первых, смогли выяснить, в чем заключались преобразования в структуре публикаций при освоении телекритиками интернет-платформы, и были ли эти изменения (для сравнения использовались творческие приемы каждого из авторов СМИ, составившие эмпирическую базу исследования). Во-вторых, мы смогли сравнить активность каждого из современных медиакритиков при наполнении содержанием личных страниц в «Facebook» и организации диалога с аудиторией на этой коммуникативной площадке. Помимо этого мы определили, какие современные способы взаимодействия с аудиторией используют в своей практике медийные критики для того, чтобы донести свою информацию до аудитории и быть адекватно понятым ею, а также постараться реализовать медиаобразовательный потенциал медийной критики, объясняя читателям суть используемых с определенными целями в современной практике СМИ манипулятивных приемов воздействия на сознание человека.

Процессы преобразования не могли не затронуть и медийную критику, которой за хронологический период исследования в изучаемой прессе было довольно много. Если каждую неделю в радиоэфир выходило всего три-четыре передачи на двух радиостанциях, то в печати помещалось 8–12 публикаций, содержащих оценку качества современного телевизионного эфира. За четыре года было опубликовано около полутора тысяч таких работ. Региональный телеэфир, а также практика деятельности других видов медиа очень часто находились вне поля зрения критиков.

Медийная критика в федеральной прессе 1990-х, а также 2000-х гг. была и до сих пор представлена в основном критикой телевизионной. Эпизодически в «Литературной газете» анализу подвергались некоторые передачи разговорных радиостанций. Как показало одно из наших предыдущих исследований [2], до 2006–2007 гг. медиакритика отдельно в Интернете почти не появлялась, а была представлена в виде дублей опубликованных в печатных номерах текстов на сайтах редакций. В середине первого десятилетия нового века критика СМИ появилась в «повестке дня» электронных изданий (например, в «Газете.ру»). Несмотря на то, что после прочтения каждой публикации любому посетителю сайта предоставлялось право ее прокомментировать или выразить собственное мнение по освещаемой проблеме, далеко не везде аудитория этим правом пользовалась. Возможно, так было потому, что у потребителей информации еще не сформировалось привычки высказываться по поводу обсуждаемых проблем, у многих людей не имелось постоянного доступа к Всемирной сети. Комментарии, конечно,

присутствовали, но в основном к публикациям, в которых освещались этические нарушения в телепередачах или в практике конкретного тележурналиста. Однако прямого диалога между критиком и его аудиторией не получалось: возможно, авторы статей и пытались отвечать, но под псевдонимами, не обостряя общий тон обсуждений. Таким образом, мы полагаем, что диалог между критиком и его аудиторией в то время чаще всего был заочным и опосредованным: читатель, размышляя о написанном, мог согласиться/не согласиться с автором публикации, заочно полемизируя с ним, выдвигая какие-либо аргументы в пользу своей точки зрения.

Дальнейшее развитие информационно-коммуникативных технологий потребовало от авторов медиатекстов поиска новых форм представления информации аудитории и эффективного взаимодействия с ней в виртуальном пространстве. Сейчас, когда модель коммуникации в большинстве своем изменилась с традиционной вертикальной (принцип действия: от вещателя к аудитории) на горизонтальную (общение на равных: от вещателя к аудитории, и наоборот), от каждого, кто обладает доступом к медийным ресурсам, требуется уникальность распространяемого контента, иначе он как автор не будет интересен аудитории. Наше исследование показало, что несмотря на то, что почти все из телекритиков, творчество которых было изучено, в 2008–2010 гг. «завели» персональные сетевые дневники [3, 4] и аккаунты в соцсетях [10, 11], их медиаресурсы в первые годы существования часто дублировали опубликованные в печати тексты. Тексты размещались в блогах, как правило, через несколько часов после их публикации на сайте издания или в печатном номере газеты. Если учесть, что данные работы готовились заранее, значит, осмыслению в них подвергались телепередачи, вышедшие в федеральный телеэфир несколько дней назад. Мы полагаем, что такая неоперативная практика анализа телепроектов вряд ли могла привлечь дополнительную (если не брать читателей печатных СМИ) аудиторию, ведь телезрители ко времени встречи с медиакритическими онлайн-текстами могли забыть передачу, кинофильм или сериал. Конечно, авторы большинства изученных статей в той или иной мере пересказывали обсуждаемые передачи, иногда подменяя этим их анализ, но реальность столь быстро изменялась, что не все смотревшие передачу потребители информации даже в этом случае могли вспомнить ее сюжет. Насколько была эффективной такая практика критики?

Также происходит девальвация элитарности критики как вида творческой деятельности. Если в предыдущие десятилетия, чтобы пробиться на газетно-журнальную полосу, внештатный автор должен был ждать длительное время, в течение которого его текст подвергался редактуре и даже переработке, то в настоящее время нет преград для того, чтобы любой текст нашел свою аудиторию. Сейчас каждый человек, имеющий доступ к Интернету, имеет право считать себя медиакритиком, ведь у него могут быть персональные сайт, блог или страницы в социальных сетях — ресурсы для распространения собственной точки зрения по поводу содержания СМИ или тенденций функционирования медиаконструкций. Эти выступления могут оказывать манипулятивное воздействие на реципиентов (например, можно их убедить смотреть или не смотреть конкретную передачу

или сериал, рекомендовать что-то другое). Но в данном случае, чтобы мнение не затерялось в постоянно обновляющейся ленте новостей соцсетей и с ним познакомилось большое количество людей, автору публикации (поста) необходимо целенаправленно работать над продвижением своего «я» в медийном пространстве. На это требуется время.

На основании проведенного нами исследования мы выделили следующие характеристики современной российской медийной критики:

1. С 2012–2013 гг. эта область журналистики постепенно переходит в Интернет, как правило, пока сохраняя еженедельные авторские тематические рубрики в ведущих федеральных газетах и отраслевых журналах. Возможно, это делается для аудитории, не имеющей постоянного доступа к Всемирной сети. В 2016 г. многие из публикаций сократили объем примерно на четверть, трансформировавшись в рубрику «Мнение». Лидером по количеству ежегодных публикаций с оценкой телепередач и тенденций российского телевидения уже третье десятилетие является «Литературная газета»: в каждом номере для обсуждения проблем качества телеэфира отводится одна полоса (иногда даже полторы, в зависимости от важности темы разговора).

2. Медийные критики находятся в поиске новых коммуникативных площадок для личного самовыражения и общения с аудиторией без посредников. При публикации текста на печатной странице или сайте конкретного издания между обозревателем и его читателями всегда есть третья, административная, сторона: например, редактор, который может поправить или «причесать» текст так, что там останется минимум от мыслей критика, или модератор сайта, в силу разных причин не публикующий некоторые реплики читателей в комментариях под статьями.

Мы считаем, что персональные страницы медиакритиков в социальных сетях, а также их сетевые дневники-блоги нужно рассматривать как попытку организации дискуссии «один на один» с телезрителем, но с телезрителем думающим, имеющим свое мнение по тому или иному факту или поводу, не принимающим современные методы формирования журналистами и пропагандистами картины мира в сознании широких народных масс. В связи с этим возрастает ответственность автора перед своей аудиторией за качество контента, от критика требуется умение подать информацию, оперативно включиться и вести разговор или полемику на равных с другими комментаторами. Владение словом в Сети не менее важно, чем в газете.

Содержательный анализ страниц критиков в соцсетях позволяет нам говорить о том, что: а) этот ресурс является еще одной формой продвижения своих опубликованных в периодической печати еженедельных рецензий и обзоров (тексты репостятся авторами себе на стену, после чего их могут видеть, обсуждать и распространять многочисленные друзья и подписчики критиков); б) критика СМИ становится еще более оперативной. Обозреватели постепенно переходят на работу в онлайн-режиме, публикуя свои текущие наблюдения и размышления о работе ведущего, качестве конкретной передачи или поведении приглашенных в студию гостей непосредственно во время выхода передачи в эфир или сразу после него,

а не через несколько дней — в газете, как было в предыдущие годы. В соцсетях есть возможность получения оперативной реакции на тексты. Вот несколько свежих сообщений с личных страниц телекритиков в «Facebook» по состоянию на середину апреля 2017 г.:

«Возрожденное “Вокруг смеха” — пример телевизионного рейдерства. Не первый. Первый — “Ирония судьбы. Продолжение”. В телевизионном доме то и дело пахнет воровством. То по мелочи, то по крупному. Крадут в одних случаях форматы, в других — идеи, в третьих — бренды. Иногда то и другое, и третье. Как в случае с программой “Вокруг смеха”. Но, как сказано у Булгакова: “Украсть не трудно, положить на место — вот в чем вся штука”» (Ю. Богомолов) [12].

«Работа репортера в кадре. Стендап в движении (дорога к храму), стендап в повороте в движении (на фоне церкви), стендап — фронтальное движение на камеру (проход между ожидающими освящения куличей), стендап на среднем и крупном плане (с корзинкой яиц), финальный стендап (адресный). Текст пасхальный, интонация — пасхально-умилительная. Только что сюжет в новостях... Тихая суббота» (А. Качкаева) [13].

«Смотрю “Поединок”. Удивляюсь выдержке Александра Архангельского. Соловьев весь искривлялся (он, видимо, считает это артистизмом). Мне кажется, что если бы меня когда-нибудь занесло к нему в эфир, я бы при всей своей миролюбивости ударила его микрофоном по голове и даже, возможно, была бы впоследствии оправдана» (И. Петровская) [14].

Каждое из цитируемых сообщений к 14.30 16 апреля 2017 г. набрало несколько сотен «лайков» и несколько десятков репостов и комментариев. Как видно из содержания данных реплик, оперативная реакция на увиденное требует от критиков точности формулировок, четких и эмоциональных фраз без лишних подробностей. Это — сиюминутные ощущения телезрителя, он обращает внимание на детали происходящего в студии и стремится сразу поделиться первыми впечатлениями от увиденного. Но одновременно это и повод задуматься насчет описываемой ситуации, возможность быстрого привлечения внимания общественности к конкретной проблеме и экспресс-форма общественной экспертизы медиапроекта на его качество.

3. Современный медийный критик уже не может оставаться обычным обозревателем и интерпретатором журналистских произведений, он должен уметь управлять информационным потоком, который сам же и создает, и стараться привлечь внимание общественности к своей деятельности. Мы считаем, что в настоящее время необходима популяризация деятельности критиков СМИ среди широкой аудитории. Именно персональные информационные ресурсы каждого критика, а не газетные полосы или официальные сайты изданий следует рассматривать в качестве дискуссионных медиаплощадок. Да, там у каждого есть возможность изложить свои «мысли по поводу» в комментариях к статьям, но содержательный анализ этих реплик показал, что интерес к текстам критиков сохранялся в течение нескольких дней после их публикации, критики в дискуссию с читателями за редчайшими исключениями не вступали, люди имели площадку для распространения своего мнения, получали свои несколько минут «славы» и все.

Иную картину мы наблюдаем в личных сетевых дневниках (блогах) критиков и (в большей степени) на их страницах в соцсетях (главным образом в «Facebook»). Здесь обозреватели — один на один со своей аудиторией. Наш мониторинг аккаунтов показал, что в основном у критиков в статусе «друзья» находятся около полутора-двух тысяч человек, а подписчиков в несколько раз больше. Это — дополнительная аудитория для критиков, и чтобы быть ей интересными, им необходимо постоянно находиться «на работе», выявлять достоинства и недостатки в практике современного телеэфира, регулярно привлекая и удерживая внимание друзей и подписчиков. Соответственно, увеличивается занятость обозревателей: если некоторое время назад у критиков был свой трудовой график, то теперь они вне графика: пропустить эфир важной передачи или остаться в стороне от какого-либо околотелевизионного конфликта они не имеют права — аудитория ждет их оригинального взгляда на ситуацию, версий причин случившегося, субъективного отношения к фактам. Мы считаем, что с помощью творчества в соцсетях происходит трансформация социального статуса профессиональных медиакритиков от «друга-журналиста» до «друга-эксперта», т. е. человека, чье мнение вызывает общественный интерес. Этого же статуса в соцсетях могут добиться и обычные люди, если их позиция будет оригинальной и не похожей на мнение других авторов. Однако до настоящего времени в российской медийной критике таких примеров нами не выявлено: попытки были, но не постоянные, аудитория могла забыть их.

А вот в персональных блогах медиакритиков активности становится все меньше. Мы можем объяснить данную тенденцию нежеланием большинства авторов, что называется, расплытаться одновременно на несколько ресурсов. Выполненный нами анализ содержания личных сетевых дневников показал, что в основном там публиковалась и размещалась вторичная информация: выявлено, что при владении аккаунтом в соцсети и ресурсом в блогосфере приоритет всегда отдавался социальным сетям, а в блогах информация или рассуждения дублировались. Исключением, пожалуй, пока являются блоги Ю. Богомолова и А. Мельмана на сайте радио «Эхо Москвы». Опубликовав там свои субъективные взгляды на проблемную ситуацию, авторы получают потенциальную аудиторию, значительно превосходящую по размерам их подписчиков в социальных сетях. Активность контента сетевых дневников других обозревателей СМИ, как мы заметили, снижается — теперь для них функцию блога стала выполнять информационная лента сети «Facebook».

4. В условиях оперативности выступлений в соцсетях от каждого критика-эксперта требуется владение современными приемами привлечения внимания аудитории, техниками аргументирования, ведения дискуссии, знание профессиональной этики журналиста. Думается, что всем авторам необходимо четко понимать цель своих выступлений и осознавать уровень своей ответственности за сказанное или написанное. Среди их аудитории могут быть и объекты критики — создатели передач и других медиатекстов, которые могут оперативно отреагировать на замечания в свой адрес. Если еще 6,5 лет назад продюсеру А. Цекало нужны были три недели на то, чтобы «дать сдачи» телекритикам [1], то в апреле 2017 г. ведущему «Первого канала» А. Шейнину на ответ в соцсети обозревателю «Новой газеты» И. Петровской хватило и суток [15]. Интернет значительно сократил расстояние между критиком

и создателем, а также время между обменом взаимными репликами с их стороны. Таких случаев выявляется все больше, и медийным критикам необходимо быть к этому готовым. Мы считаем, что умение достойно и аргументированно отвечать на замечания или выпады оппонентов в настоящее время становится частью профессиональной деятельности критиков. Сегодня мало интересно и хорошо писать и выступать, надо еще уметь дискутировать, сохраняя свое профессиональное лицо.

5. Изучение реплик медийных критиков в социальных сетях показало, что постепенно расширяются объект и предмет критики. Эпизодически нами выявлялись посты, в которых говорилось о качестве радиопередач разговорного формата, еще реже в постах обсуждались газетные публикации. Несмотря на немногочисленность текстов, в которых речь шла не о телеконтенте, есть надежда, что постепенно в поле зрения критики окажутся и другие виды массмедиа.

Таким образом, в результате проведенного исследования можно констатировать, что современная медийная критика по-прежнему находится в поиске новых форм и платформ для их эффективной реализации. Данное направление журналистики в настоящее время постепенно формируется на разных интернет-ресурсах, составляя, на наш взгляд, достойную альтернативу еженедельным или даже ежемесячным тематическим колонкам или рубрикам в периодической печати. Работа не только на аудиторию традиционных СМИ, но и на сетевую аудиторию требует от медиакритиков постоянной собранности, оперативности в оценках и оригинальности взгляда, умения работать, что называется, в онлайн-режиме, т. е. обсуждать медиатекст уже во время его эфира. В этих условиях профессиональная критика регулярно конкурирует с массовой и все чаще уступает ей в эмоциональности восприятия медиатекстов, простоте изложения и обобщения информации.

Однако, как показал содержательный анализ публикаций, в интернет-пространстве далеко не всегда требуются серьезные авторские рассуждения, существует тенденция к упрощению и усилению эмоциональности повествования. Мы считаем, что тем самым затрудняется работа по формированию критического мышления аудитории.

1. Александр Цекало написал открытое письмо-роман телекритикам [Электронный ресурс] // Комсомольская правда. 2009. 14 дек. URL: <http://www.kazan.kp.ru/daily/24410.5/584330/> (дата обращения: 19.04.2017).

2. *Баканов Р. П.* Картографирование системы медиакритики в общероссийской печати последнего десятилетия XX века // Тонус : науч. и учеб.-метод. альманах фак. журналистики и социологии КГУ (Казань). 2006. № 13. С. 5–48.

3. Блог Юрия Богомолова. URL: <http://bogomol37.livejournal.com/> (дата обращения: 19.04.2017).

4. Блог Александра Мельмана: [сайт радиостанции «Эхо Москвы»]. URL: http://echo.msk.ru/blog/melman_a/ (дата обращения: 19.04.2017).

5. *Егорова Л. Г., Туманов Д. В., Баканов Р. П.* Конгруэнтность медиаобразования современным медиапроцессам // Медиаобразование. 2017. № 1. С. 176–212.

6. Зачем люди смотрят телевизор? Тематические и жанровые телепредпочтения россиян [Электронный ресурс] // Фонд «Общественное мнение». 2017. 1 марта. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13216> (дата обращения: 19.04.2017).

7. Исследование GfK: тенденции развития интернет-аудитории в России [Электронный ресурс] // GfK. 2017. 26. янв. URL: <http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-tendencii-razvitiya-internet-auditorii-v-rossii/> (дата обращения: 19.04.2017).
8. Короченский А. П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. Ростов н/Д, 2002 [Электронный ресурс]. URL: <http://old.kpfu.ru/f13/rbakanov/index.php?id=5&idm=0&num=23> (дата обращения: 19.04.2017).
9. Майк Рэгсдейл, 30A.com: «Пришло время позитивных новостей и чистого журнализма» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gipp.ru/openarticle.php?id=62961> (дата обращения: 19.04.2017).
10. Персональная страница Константина Ковалева-Случевского : [Facebook]. URL: <https://www.facebook.com/kovalevsluchevsky?fref=ts> (дата обращения: 19.04.2017).
11. Персональная страница Сусанны Альпериной : [Facebook]. URL: <https://www.facebook.com/susanna.alperina?fref=ts> (дата обращения: 19.04.2017).
12. Персональная страница Юрия Богомолова. Сообщение от 15.04.2017 : [Facebook]. URL: <https://www.facebook.com/konbog?fref=ts> (дата обращения: 19.04.2017).
13. Персональная страница Анны Качкаевой. Сообщение от 15.04.2017 : [Facebook]. URL: <https://www.facebook.com/kachkaeva?fref=ts> (дата обращения: 19.04.2017).
14. Персональная страница Ирины Петровской. Сообщение от 7.04.2017. : [Facebook]. URL: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100002119047956&fref=ts> (дата обращения: 19.04.2017).
15. Персональная страница Ирины Петровской. Сообщение от 15.04.2017 : [Facebook]. URL: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100002119047956&fref=ts> (дата обращения: 19.04.2017).
16. ТВ, Интернет, газеты, радио: доверяй, но проверяй? [Электронный ресурс] // Пресс-выпуск ВЦИОМ. № 3098. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115679> (дата обращения: 19.04.2017).

Статья поступила в редакцию 19.04.2017 г.

РОДОВЫЕ И ВИДОВЫЕ КАТЕГОРИИ СОВРЕМЕННОЙ КОНВЕРГЕНТНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ КАК ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ РЕВОЛЮЦИИ

В статье дано описание сущностных характеристик цифровой революции в контексте проблематики взаимовлияния современных массмедиа. Тенденции перманентного совершенствования их технологических и диалоговых возможностей по созданию и трансляции контента представляются автору в методологическом плане предельно широкими, поэтому он предлагает как один из локальных исследовательских подходов — анализ медийной практики с точки зрения родовых и видовых категорий конвергентной журналистики. Делается вывод, что с развитием мультимедийных возможностей СМИ речь может идти в целом об изменении их коммуникативных стратегий.

К л ю ч е в ы е с л о в а: массмедиа; СМИ; конвергентная журналистика; родовые категории; контент; диалог; профессиональная культура; Глобальная сеть; мультимедийность.

Описание сущностных характеристик цифровой революции как объективного явления, а также проблематики взаимовлияния современных массмедиа как тенденции перманентного совершенствования их технологических и диалоговых возможностей по созданию и трансляции контента представляется в исследовательско-методологическом плане предельно широкими. Вместе с тем любая систематизация факторов влияния на объективное развитие медийной практики предполагает поиск главного признака как основания для последующего выделения. До сих пор таковым нередко является типологическое деление СМИ. Но учитывая стремительное изменение журналистики в русле конвергенции, их деление на печатные, электронные или сетевые, на наш взгляд, в ряде случаев не будет показательным.

Ведь сегодня практически у каждого массмедиа есть несколько вариантов представления разноформатных текстов. Для нас в данной статье их родовые категории — *вербальные, аудиальные, визуальные* — будут как бы преломлены призмой технологий, используемых для сбора информации, создания/формирования того или иного контента и его трансляции. На каждом из данных этапов творческой деятельности уровень и характер коммуникативных свойств текстов, как мы постараемся доказать, во многом определяется субъективной составляющей их автора. То есть уровнем профессионализма того, кто выполняет конкретные обязанности в массмедиа и в конечном итоге способствует реализации концепции конвергентной журналистики.

Традиция родового деления массива текстов, как известно, была заложена еще Платоном и Аристотелем, которые в качестве «различителей» родов поэзии

ОЛЕШКО Евгений Владимирович — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета (e-mail: fury_rebel@mail.ru, pps2424@mail.ru).

© Олешко Е. В., 2017

использовали такие эмоционально окрашенные параметры, как лирика, драма и эпос. Они, впрочем, и сегодня рассматриваются как типы отношения высказывающегося («носителя речи») к художественному целому. В философском контексте данный подход получил развитие в трудах Гегеля, который вслед за Аристотелем развил идею о трех «способах подражания», характеризующих, по его мнению, три типа отношений между человеком и миром: «мир во мне», «мир между мной и другими субъектами жизни», «мир вне меня».

Теория Гегеля практически до XX в. определяла взгляд на родовое членение литературы, хотя «...к условиям русской литературы она была адаптирована В. Г. Белинским в статье “Разделение поэзии на роды и виды”, где философско-эстетические принципы Гегеля были переформулированы в более привычную для литературоведа и критика терминологию. В русском литературоведении XIX века и в советской науке именно гегелевский подход (в интерпретации Белинского) был, безусловно, доминирующим» [18, 24].

Данные три типа отношений между человеком и миром получили в различных гуманитарных науках, и, конечно, прежде всего в филологии, философии, социологии и коммуникативистике, многочисленные векторы развития, иллюстрирующие конкретные социальные практики. И если в литературоведении они находили воплощение в понятиях, чаще всего «отражающих» этот мир, — лирика (лирическое переживание), драма (драматическое действие) и эпос (эпическое событие), то представители других научных дисциплин пытались акцентировать внимание на том, что способствовало, по их мнению, «формированию» мира личности или мира тех, кто входит в тот или иной социум. Назовем лишь представителей так называемого «диалогического направления». Так, М. М. Бахтин наглядно показал, что *диалог* может происходить не только между различными социальными субъектами, но и внутри каждого из них, в том числе в сознании отдельного человека (см. об этом подробнее в [1] и [16]). При этом все виды творчества Бахтин рассматривал как «поступок... который ответственен не только за себя, но еще и за “другого”» [9]. Отметим, что и зарубежный исследователь Юрген Хабермас, автор одной из самых известных современных теорий — концепции публичной сферы, неискаженную коммуникацию считал одним из важнейших факторов, утверждающих «этнос служения обществу» [24, 8].

А еще один наш соотечественник — Г. Д. Гачев при посредстве термина *со-бытие* (где приставка «со» характеризует степень общей вовлеченности) рассматривал несколько типов отношений между человеком и миром, реализуемых в том числе, конечно, и в творчестве. Первый тип — отношение на уровнях «личное — безличное», когда в различных формах фиксируется степень выраженности (по терминологии ученого — «изложение мыслей») субъекта какого-то вида деятельности или автора. При этом данный тип, по мнению философа, можно соотнести с лирическим началом. Второй тип отношений был представлен им как «внешнее — внутреннее», вместе с тем он выявлял и всегда объективно существующую дистанцию между субъектом и объектом. Поскольку это одновременно и подражание действием, и «отстранение» от него, то, следовательно, соответствует, драматическому методу познания действительности. И третий

тип отношений по Гачеву — это формулирование сообщения субъекта об объекте, «изложение событий», т. е. эпический способ постижения действительности (см. об этом подробнее в [6]).

Профессор В. В. Прозоров применил сходный прием к определению трех основных средств массовой коммуникации. Каждое из них, обладающее разными коммуникативными характеристиками, он связал с тремя антропологическими доминантами, соответствующими определенным еще Аристотелем классическим родам литературы. Радио — с лирикой, телевидение — с драмой, периодическую печать — с эпосом. В качестве вывода было отмечено: «Эпическая, лирическая и драматическая составляющие миропознания и мироотношения — по сути дела три мощнейших взаимодополняющих друг друга информационных канала» [21, 119]. Но при этом о каждом из них, по мнению филолога, мы можем говорить как «о трех антропологических доминантах, которые в сложной совокупности своей способствуют конструированию, формированию и развитию человеческих субъектно-объектных связей и отношений в нашем мире» [Там же].

Сложнее с описанием диалоговых возможностей Глобальной сети, которую можно назвать своего рода медиумом XXI в., поскольку дискурс Интернета, как доказывают филологические исследования [10], отражает практически все, что окружает человека в реальной жизни. Е. В. Горина при этом выделяет пять конституирующих признаков — внешних и внутренних — модели дискурса Глобальной сети, каждый из которых оказывает влияние на пользователя Мировой паутины. «Внутренние признаки вскрывают глубинные процессы, которые формируют сам Интернет — это... когнитивность, вариативность, интерактивность. Внешние признаки показывают связь Глобальной сети с внешним миром, в который Интернет включен как элемент действительности» [7, 150]. К внешним признакам исследователь относит психологичность и социологичность. В целом соглашаясь с подобного рода систематизацией сущностных характеристик, в том числе и медиатекстов, мы вместе с тем убеждены, что именно технологические возможности СМИ, соотносенные с профессионализмом субъектов информационной деятельности, определяют эффективность востребованной обществом работы в этом направлении. Остановимся на технологическом аспекте развития современных массмедиа более подробно.

XX в. явил обществу несколько революций в сфере развития способов и новейших в тот или иной период технологий трансляции информации. Это и внедрение в начале века телефона и телеграфа как прямых помощников журналистов в передаче самого оперативного пласта сообщений в редакции. И совершенствование полиграфической базы выпуска газет и журналов: от ручного набора — к линотипам, от плоской печати — к ротации и офсету, не говоря уже об электронном наборе, современных принципах верстки и удаленной передачи текстов. Свою революцию пережили формы, а также способы фиксирования действительности с помощью фото- и видеотехники. Этапными были, безусловно, трансформации представлений общества о радио — от восприятия его лишь как канала информации и пропаганды до понимания его мультимедийного характера. Особо следует выделить этапы развития в тот период телевидения как контентообразующего

объекта и наиболее влиятельного СМИ. Переход от черно-белого к цветному вещанию, а далее от эфирного — к цифровому, по темпам роста и охвата аудитории, по степени влияния на нее можно сравнить лишь с чуть более поздним повсеместным развитием Интернета.

На рубеже XX–XXI вв. в условиях смены технологических укладов в производстве и технологий предоставления продукции и услуг, изменения принципов управления этими и другими процессами, т. е. на этапе перехода к информационному обществу, СМИ оказались в достаточно трудном положении. Как отмечает В. Л. Иваницкий, в тот период «права и свободы, дарованные российским СМИ, были очень быстро поглощены практикой работы фирмы, которая убедительно продемонстрировала журналистам, что для элементарного биологического выживания простого провозглашения либеральных ценностей недостаточно» [11, 22]. В условиях, когда развитие массмедиа практически полностью определялось рыночными отношениями, а кризисные явления в экономике ставили общество на грань элементарного выживания, наиболее дальновидные СМИ или просто имеющие возможности (к примеру, солидных спонсоров или потенциальных акционеров) стали активно «укрупняться», прежде всего развивать холдинговую систему экономической организации своей деятельности. Свою роль в этом процессе сыграл и фактор борьбы за рекламодателей, которых все больше стал привлекать Интернет как сравнительно недорогой канал «точечной» доставки не только коммерческой, но и политической рекламы. Противостоять этому можно было, только давая возможность размещать ее на разных, принадлежащих СМИ или его коммерческим партнерам носителях.

Особо следует выделить и значимость генезиса социальных сетей, а также активного формирования конкурентной среды со стороны контента, транслируемого с помощью Глобальной сети непрофессионалами, прежде всего гражданскими журналистами. Эра перехода к так называемой *журналистике 3.0*, как свидетельствует современная практика, характеризуется наличием огромного количества неавторизованных поставщиков новостей, мультимедийностью и возможностью мгновенно сообщать информацию с места событий.

Таким образом, можно сделать вывод, что *идея конвергенции СМИ как слияния технологий создания и трансляции мультимедиа текстов, сближения/объединения медиарынков и различных массмедиа, функционирующих на принципах координации, взаимодействия и системной работы с реальной и потенциальной аудиторией, имела объективные предпосылки не только технологического, экономического, но и социально обусловленного характера*. И если в 70–80-е гг. XX в., т. е. на первых этапах развития данных процессов, речь шла о координации, как мы сейчас понимаем, идеологически обусловленных действий разнополярных по технологическим интенциям печатных и электронных СМИ, то в настоящее время связующим звеном между разнородными каналами передачи чаще всего является один и тот же контент, который форматируется с помощью различных технологий и предназначен в качестве информации мультимедийного характера удовлетворять насущные интересы и потребности самых различных субъектов массовой аудитории.

В научной литературе по журналистике отмечено, что сегодня под мультимедийностью понимают возможности «представления информации с помощью различных медийных платформ — вербального текста, фото, аудио, видео, графики, анимации и других производных от них форм» [4]. При этом еще полтора десятилетия назад внимание акцентировалось прежде всего на том, что цифровой вид содержания помогает преодолевать «традиционные “ограничители” старых СМИ» [3, 39]. А один из самых авторитетных социальных мыслителей и исследователей современного мира Мануэль Кастельс, анализируя данные тенденции, отмечал, что пришествие мультимедиа равносильно не только концу разделения между аудиовизуальными и печатными средствами массовой коммуникации, но и «...между общедоступной и высокой культурой, развлечениями и информацией, образованием и пропагандой. Все проявления культуры — от самых элитных до самых популярных — соединяются в этой цифровой вселенной» [13, 346].

Необходимо отметить и тот факт, что в сложившейся ситуации одной из главных фаз координации деятельности и развития медиапредприятий (по В. Л. Иваницкому, фирм массмедиа) становится *content management*, поскольку эффективное управление данным процессом, по сути, определяет направления их экономической стратегии и социальной политики. Контент в качестве основной категории, характеризующей творческую продукцию современных массмедиа, при этом определяется в теории журналистики как «технично-технологическая и гуманитарная медиалингвистическая технология для создания современного языка СМИ и высокотехнологичных электронных услуг» [14, 204]. Можно согласиться с автором данной формулировки Е. Н. Коротковой, что одной из самых существенных качественных характеристик контента является его гипертекстуальность. Но, на наш взгляд, нельзя фактор «синергии печатных и аудиовизуальных текстов» [Там же] относить исключительно к мультимедийным их представлениям, как бы абсолютизируя при этом лишь дигитильную составляющую. Диалоговые возможности сугубо *вербального контента* традиционных печатных СМИ, как свидетельствует новейшая практика, также далеко не исчерпаны.

При этом следует выделить аксиологическую значимость чтения, причем не только как индивидуального социально-психологического процесса, но и общегуманитарного, который рядом авторов выделяется даже в качестве конкретной демократической ценности. В частности, отмечается, что «...чтение как подсистема культуры представляет собой социокультурную коммуникативную систему, в которой главной задачей на протяжении тысячелетий являются передача, сохранение и интерпретация социокультурной информации. Чтение как социально-коммуникативная подсистема обеспечивает устойчивое существование всей системы культуры» [8, 6]. Нельзя отрицать и тот факт, что «...новейшие технологии постепенно оттесняют на второй план чтение как процесс воспитания личности. А ведь ценность чтения заключается не только в способе получения знаний и новой информации, проведения досуга. Одним из главных достоинств данного процесса является фактор саморазвития личности. <...> Ведь читая полноформатные тексты в газете или журнале, не говоря о книгах, мы включены только в этот процесс и прилагаем большие умственные усилия, поскольку при

этом задействованы все виды памяти, а сознание человека совершает в данном случае огромное количество других мыслительных операций» [19, 76–77].

Отметим при этом, что проведенные в последние годы исследования также неоднократно подтверждали выдвинутую социологами массмедиа гипотезу о том, что у печатных и электронных версий традиционных СМИ разные аудиторные группы. Авторитетный измеритель аудиторий российских медиа компания TNS засвидетельствовала, к примеру, тот факт, что бумажные и интернет-версии одних и тех же СМИ читают совершенно разные люди. По ее данным, «пересечение аудиторий бумажных и сетевых “Ведомостей” было 1 %, “Коммерсанта” — 2 %, Forbes — 13 %, журнала “Домашний очаг” — 0,2 %, Cosmopolitan — 6 %, Glamour — 2 %, и т. д.» [2]. Опрос ВЦИОМ, в ходе которого социологи в декабре 2014 г. определяли, как часто россияне читают печатные и электронные СМИ, где предпочитают прочесть интересную статью и готовы ли совсем отказаться от бумажной прессы в пользу онлайн-версий, также представил показательную информацию, иллюстрирующую данную тенденцию. «Выяснилось, что 73 % опрошенных до сих пор не готовы отказаться от чтения печатной периодики. С той или иной периодичностью печатную прессу просматривают 77 %. В том числе 12 % — ежедневно, 31 % — два-три дня в неделю, 26 % — пару раз в месяц, 8 % — хотя бы несколько раз в год. Примечательно, что интернет-версии печатных СМИ пользуются меньшей популярностью — к ним обращаются чуть более 5 % опрошенных. Согласно этому опросу, только 17 % россиян смогут полностью перейти на чтение электронных версий изданий в Интернете» [12].

Для сохранения печатных изданий как типологической группы прежде всего необходимо технологическое перевооружение и изменение организационных условий их функционирования. Б. Я. Мисонжников пишет по этому поводу: «Вследствие интеграции полиграфической базы печати с мощными мультимедийными комплексами, — а этот процесс неизбежен и будет протекать с возрастающей активностью, — необходимого эффекта удастся добиться только в рамках современных и хорошо оснащенных медиахолдингов. Именно их потенциал позволит решить задачу создания базы для производства и размещения медиатекстов, в том числе и журналистских, и дальнейшего их транслирования аудитории в привлекательной форме и без содержательных искажений» [17].

Но вместе с тем текстовое наполнение современных периодических изданий, конечно же, претерпело в последние годы значительные трансформации. Прежде всего, следует отметить, что подавляющее большинство представителей данного сегмента СМИ включены в той или иной форме в процессы медиаконвергенции. Так, социологическое исследование, проведенное учеными МГУ [23, 52–73], зафиксировало тот факт, что подавляющее большинство газет даже средних и малых городов России «выкладывают контент на платформе Интернет», а «около 70 % журналистов так или иначе готовят контент для Интернета или других платформ» [Там же, 67]. Для печатных СМИ областного, регионального и федерального уровня, как свидетельствуют результаты новейших исследований [19], данный процент включенности в процесс медиаконвергенции равен почти абсолютному максимуму. То есть это стало нормой организации профессиональной деятельности.

Генеральный директор Sanoma Independent Media Жан-Эммануэль де Витт на встрече с представителями ряда крупнейших издательств России — «АиФ», «Комсомольская правда», «Коммерсант», Hearst Shkulev Media, а также с рекламодателями и аналитиками рынка, говоря о будущем печати, отметил: «Сейчас наш контент путешествует по всем платформам. Есть, конечно, вопрос дистрибуции в киосках, но он не первоочередный <...> Ведь контент представлен и на планшете, плюс наши статьи попадают в агрегаторы, такие как Rambler. Раньше у нас был всего один канал дистрибуции — теперь их сразу несколько» [5]. А руководитель медиахолдинга «АлтаПресс» Юрий Пургин, на авторитетное в среде профессионалов мнение которого часто ссылаются исследователи, убежден при этом, что сейчас в корне меняется и сам подход к контенту традиционных СМИ: «Перед написанием каждого текста нужно ответить на два вопроса: распространит ли его читатель в соцсетях. А второй вопрос — захочет ли читатель дополнить ваш материал своим комментарием» [22].

Следовательно, технологический аспект представления различных форм вербального контента массмедиа на различных платформах оказывается едва ли не определяющим с точки зрения решения задачи продуктивности массмедийной деятельности. Вместе с тем подчеркнем: многоканальность как эффективный способ восприятия и интериоризации информации, т. е. способность коммуниканта получать и усваивать для принятия тех или иных решений сведения об окружающей тебя реальности с помощью пяти различных рецепторов, в классической психологии описана довольно давно. Более того, ученые задолго до технологической революции в сфере массмедиа установили важную с прагматической точки зрения закономерность: «...чем больше сигналов (зрительных, слуховых, осязательных и т. д.) поступает извне и чем больше органов чувств вовлечено в прием информации сообщения и обратной связи, тем быстрее и точнее восприятие» [20, 93]. Данное обстоятельство широко использовалось в разнообразных социальных практиках, но лишь конвергентные основы развития массмедиа позволили исследователям в работах новейшего времени ввести в научный оборот термин «полифония действительности», который, по их мнению, находит прямое отражение в творческой деятельности разнообразных субъектов. И это обусловлено в первую очередь тем, что «...мультимедийные продукты направлены на всестороннее воздействие на органы чувств человека. Они способны создавать эффект мультисенсорного “переживания” <...> Поэтому правомерно говорить, с одной стороны, о таком явлении, как “полифония действительности”, а с другой — о такой особенности человека, как многоканальность восприятия им разнообразной информации о действительности» [15, 17].

Поскольку свойство объективного мира, обозначенное таким образом, характеризуется особенностью одновременной передачи информации по всем каналам восприятия с помощью различных сигналов, то оно, безусловно, может характеризовать и интенции субъектов информационной деятельности, стремящихся сообщить аналогичные свойства тем или иным своим текстам. С этой точки зрения, на наш взгляд, можно типологизировать основные из них. Причем в данном случае мы акцентируем внимание в целом на условиях развития конвергентных

моделей современных массмедиа. Ведь для современных исследователей коммуникационной сферы зачастую не имеет значения сам факт — опубликован ли тот или иной текст на страницах газет и журналов, в сетевых изданиях или на сайтах телекомпаний, радиостанций или нет.

Таким образом, можно сделать вывод, что родовые и видовые категории современной конвергентной журналистики необходимо описывать в филологической науке с учетом как объективных условий — перманентного развития орудий труда субъектов информационной деятельности и, следовательно, способов работы с информацией и форм ее трансляции, так и обстоятельств субъективного характера, включающих прежде всего так называемый человеческий фактор, т. е. стремление и способность данных субъектов к профессиональному самосовершенствованию и творческому развитию. Последнее мы концептуально формулируем как формирование и развитие профессиональной культуры журналистов.

Современные массмедиа все больше уходят от того, чтобы быть только монологовым каналом коммуникации. Причем это направление движения осуществляется не только в сторону достаточно подробно уже описанной в теории журналистики диалогости. Все чаще можно обнаружить в информационной деятельности так называемое синтетическое начало, когда, наряду с сугубо информационными интенциями акторов, интерактивностью как способом выстраивать диалоговые отношения с аудиторией, реализуются и свойственные ранее лишь художественному творчеству форматы и характеристики текстов — повествовательность, многоаспектное изображение и многообразие качественных креолизованных текстов, показ действия или истории в развитии и т. д. Следовательно, речь может идти в целом об изменении коммуникативных стратегий массмедиа в условиях развития мультимедийных возможностей журналистики и реализации парадигмы конвергентности. И эта проблематика в контексте системного анализа последствий современной цифровой революции требует дальнейших исследований с привлечением новейшего эмпирического материала.

-
1. *Бахтин М. М.* Проблемы поэтики Достоевского // Собр. соч. : в 7 т. М., 2002. Т. 6.
 2. *Бершидский Л.* Есть ли у «Ведомостей» и «Коммерсанта» лояльная аудитория [Электронный ресурс]. URL: http://slon.ru/economics/est_li_u_vedomostey_i_kommersanta_loyalnaya_auditoriya-1024035.xhtml свободный (дата обращения: 11.01.2016).
 3. *Вартанова Е. Л.* Конвергенция как неизбежность // От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже тысячелетия / отв. ред. Я. Н. Засурский и Е. Л. Вартанова. М., 2000. С. 39.
 4. *Вартанова Е. Л.* Профессиональная и гражданская журналистика. М., 2013 [Электронный ресурс]. URL: http://www.journ.msu.ru/downloads/2013/ОЖ_6.ppt свободный (дата обращения: 11.01.2016).
 5. *Воронков Д.* Доверие к «бумаге»: есть ли будущее у печатных медиа? [Электронный ресурс]. URL: <http://planetasmi.ru/blogi/comments/34116.html> свободный (дата обращения: 3.02.2016).
 6. *Гачев Г. Д.* Евразия — космос кочевника, земледельца и горца. М., 1999. 369 с.
 7. *Горина Е. В.* Дискурс Интернета в аспекте воздействия на пользователя // Полит. лингвистика. 2015. № 2 (52). С. 150.
 8. *Гудова М. Ю.* Чтение в эпоху постграмотности: культурологический анализ : дис. ... д-ра культурологии. Екатеринбург, 2015. С. 6.

9. *Гуревич П., Махлин В.* Век и судьба: К 100-летию со дня рождения Михаила Бахтина // Независимая газета. 1995. 11 нояб.
10. *Дедова О. В.* Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Рунете. М., 2008. 284 с.
11. *Иваницкий В. Л.* Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ : дис... д-ра филол. наук. М., 2011. С. 22.
12. Инициативный всероссийский опрос ВЦИОМ (проведен 20–21 дек. 2014 г., опрошено 1600 человек в 132 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России) [Электронный ресурс]. URL: <http://news.rambler.ru/28670425/> свободный (дата обращения: 31.01.2016).
13. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. С. 346.
14. *Короткова Е. Н.* Мультимедийные средства массовой коммуникации: контент и технологии // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. 2008. Вып. 70. С. 204.
15. *Кульчицкая Д.* Развитие идеи мультимедийности в культуре и журналистике // Медиа-Альманах : изд. фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. 2011. № 2. С. 17.
16. *Махлин В. Л.* Я и Другой: к истории диалогического принципа в философии XX века. М., 1997.
17. *Мисонжников Б.* Медиахолдинг пока вне закона [Электронный ресурс] // Петербургский публицист : газета журналистов, литераторов и философов. URL: <https://spbspeaks.ru> свободный (дата обращения: 18.12.2016).
18. *Николаев А. И.* Основы литературоведения : учеб. пособие для студентов филол. специальностей. Иваново, 2011.
19. *Олешко В. Ф.* Чтение как демократическая ценность // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2015. № 2 (138). С. 76–83.
20. *Платонов К. К., Голубев Г. Г.* Психология. М., 1973.
21. *Прозоров В. В.* Власть и свобода журналистики : учеб. пособие. М., 2005.
22. *Пургин Ю. П.* Готовы ли воронежцы к введению платного контента в онлайн-СМИ? [Электронный ресурс]. URL: <http://geosnet.ru/events/8313> свободный (дата обращения: 23.12.2015).
23. *Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А., Шкондин М. В.* Газеты средних и малых городов России в 2010 г. // Вестн. МГУ. Сер. 10 : Журналистика. 2014. № 6. С. 52–73.
24. *Хабермас Ю.* Вовлечение другого: Очерки политической теории. М., 2001.

Статья поступила в редакцию 05.06.2017 г.

УДК 070.1:316.775 + 070.11 + 004.5 + 004.032.1

С. И. Бессонов

УПРАВЛЕНИЕ КРЕАТИВНОСТЬЮ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО МАССМЕДИА В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

В данной статье доказывается релевантность творчества в деятельности журналистов региональных массмедиа. Автор делает вывод о том, что в цифровую эпоху творческий компонент как важная часть профессиональной культуры журналиста наиболее востребован в таком сегменте медиаменеджмента, как управление креативностью.

К л ю ч е в ы е с л о в а: управление креативностью; креативность; креативный менеджмент; профессиональная культура журналиста.

В условиях мультимедийности, все большей универсализации содержания практик субъектов и интересубъектов информационной деятельности и высокой конкуренции на региональных рынках массмедиа набор так называемых *soft skills* современного сотрудника СМИ в последние годы претерпел существенные изменения.

В соответствии с актуальными запросами медиаменеджеров, рейтинг компонентов внутри праксиологического уровня профессиональной культуры журналиста (как интегральной системы качеств работника СМИ) на сегодняшний день возглавляют отнюдь не традиционные знания, умения и навыки, которые обычно составляют основу любой профессиограммы. Содержание ожиданий руководителей печатных и электронных изданий теперь сопряжено с глубоким пониманием сотрудником основ редакционного менеджмента (на уровне структурной организации, эффективного бизнес-планирования, маркетинга, управления интегральной корпоративной информационной системой, обеспечивающей бесперебойную работу всех без исключения звеньев логистической цепи, и т. д.); инструментов математического просчитывания аудитории агрегируемого контента и экономического потенциала отдельно взятого продукта; принципов работы в интегрированной компании, где сотрудник занимается не только созданием и многократным переупаковыванием информации, но и ее продвижением, в том числе благодаря системному оперированию данными веб-аналитики.

В указанной компетентностной сетке все меньше места отводится индивидуальному творчеству в расширительном значении, в целом — творческому потенциалу группы подчиненных, который с самых ранних этапов развития отечественной журналистики всегда считался витальной составляющей профессии. Сейчас, в эпоху мультимедийности, коммерциализации и конвейерного производства массмедийной продукции, зачастую апологизируемого за счет слишком дословного воспроизведения законов процессного менеджмента, обозначенный

БЕССОНОВ Станислав Игоревич — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета (e-mail: westas_of_lsa@mail.ru).

© Бессонов С. И., 2017

критерий профессионализма многим руководителям региональных СМИ кажется рудиментом.

В связи с этим показательно и то, что опрос, проведенный нами среди студентов старших курсов бакалавриата (всех форм обучения) и магистратуры департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета им. Б. Н. Ельцина, выявил важную деталь: порядка 80 % ответивших заявили о девальвации творческой компоненты индивидуально-личностных факторов журналистского мастерства. Настоящий вывод был сделан ими уже после прохождения первой производственной практики как в разноформатных офлайн-изданиях, так и в электронных ресурсах.

Среди тех немногих, кто все же оставил определенное место творчеству как на ментальном, так и на праксиологическом уровнях профессиональной культуры журналиста, понимание этой творческой составляющей разнится. В числе самых часто встречающихся ответов студентов стоит назвать следующие: «способность находить информацию нетривиальными способами», «склонность к ассоциативному мышлению», «наличие у журналиста особой лингвистической культуры, индивидуального стиля», «гибкость, способность меняться самому и менять профессию», «умение использовать условия кроссмедийности для повышения оригинальности контента», «способность актуализировать любую тему» («создавать материал из ничего...»), «инновационность мышления» и т. д. Тем не менее данные компетенции не были отнесены учащимися к группе показателей, определяющих базовое наполнение журналистской практики в региональных СМИ.

Ряд исследователей массмедиа считают, что такого рода перетасовка внутри-профессиональных ориентиров приобрела большие масштабы и в ближайшей перспективе будет иметь негативные последствия не только на микроуровне — она способна выйти далеко за рамки локальной кухни по производству и логистике новостей и аналитического контента. Как, например, подчеркивает Д. Р. Михайлова, в конечном итоге «утрата творческого компонента журналистики способна привести к деградации профессии как одного из самых значимых и влиятельных социальных институтов» [6, 226]. Ведь творчество — это не только акт самореализации, но и определенная ответственность за выдвигаемые идеи и произведенные медиапродукты.

Однако вопрос о том, действительно ли в настоящее время содержание деятельности журналиста искусственно сводится лишь к определенному набору прогнозируемых и легко оцениваемых рутин и технологий, видится нам дискуссионным.

Обозначенный тренд можно проблематизировать в различных аспектах. Но, на наш взгляд, исходной точкой для дальнейшего разговора должно стать разделение понятий «творчество» и «креативность», последнее из которых наиболее релевантно для современных управленческих практик, в том числе и в медиабизнесе.

Именно креативность как инновация и «процесс создания нового в прикладном, социальном аспекте» [4, 46], продукт которого овеществлен, во многом подменила творческий элемент профессиональной культуры журналиста. При этом терминологизация креатива, по нашему мнению, не исключает того факта,

что творческая — это своего рода генетический предшественник креативности в ее прагматичном понимании. Принципиальное отличие в том, что второму показателю, который является условием высоких конкурентных преимуществ и «служит ресурсом стратегической важности для медиакомпании» [3, 5], задается определенный вектор воплощения согласно действующей стратегии управления в той или иной редакции.

Эту ориентированность можно в наиболее общем виде обозначить как эксплуатацию интеллектуальной собственности в прагматичных целях, создание своеобразного внутриредакционного рынка идей. Как раз по этой причине принято также считать, что «креативность технологична» [1, 23], следовательно, она легко поддается манипуляциям со стороны руководителя СМИ и его подчиненных.

Нельзя не согласиться, что формирование концепции управления креативным потенциалом массмедийной компании (а если взглянуть с позиции *down — top*, то и методик креативного редакционного менеджмента как такового) позволяет обеспечивать прогрессивное развитие конкретной компании, делать его относительно прогнозируемым и системным. Этот эффект крайне важен для оптимизации ключевых процессов по выпуску информационного продукта для разных технологических платформ и смягчению рисков, сопровождающих медиапредприятие на всех его жизненных циклах. Не случайно, что креативность также дефинируют как «способность противостоять современным “вызовам”» [7, 32] с помощью принятия инновационных решений.

Однако если представленные теоретико-методологические взгляды абсолютизировать и попытаться в чистом виде использовать модель управления креативным потенциалом кадров, без учета специфики журналистской деятельности, то результатом реинжиниринга и контроллинга в той или иной организационной среде станет не только желаемая технологизация производства продукта массмедиа, но и закономерная утрата индивидуальности контента. В условиях кастомизированной структуры медиапотребления, которая к настоящему времени «возродила оригинальность и культурное самовыражение» [2, 1], это постепенно приведет к оттоку аудитории СМИ и поставит под сомнение будущее проекта.

В связи с этим мы убеждены, что управление креативностью или менеджмент креативности, являясь неотъемлемым фактором развития региональных массмедиа, может успешно решать актуальные стратегические задачи массмедийного предприятия, а именно повышать эффективность труда журналиста и всего коллектива редакции, только при обязательном сохранении упомянутого выше генетического родства с творческой природой профессии.

Формирование креативности сотрудников СМИ в условиях цифровой эпохи должно базироваться на так называемой гуманистической концепции управления персоналом. Она предполагает, в частности, создание благоприятной рабочей среды для плодотворной работы талантливых сотрудников, предприимчивость которых ставится во главу угла; обеспечение условий для постоянного самосовершенствования журналистов (путем оказания помощи в повышении квалификации и т. д.) и при необходимости обновления креативных кадров за счет собственных «инкубаторов» (к примеру, в виде учебных центров при редакциях, введения

института кураторства для активного привлечения студентов-практикантов, внештатных авторов и т. д.).

Вместе с тем выполнение всех этих требований должно носить комплексный характер, а потому мультиплицирование идей креативности невозможно без изменений парадигмы, в соответствии с которой действует и непосредственно сам руководитель издания. Если использовать формулировку О. Г. Макаренко и В. Н. Лазарева, то речь идет о становлении менеджера «креативного типа», который «обладает творческим складом ума, сосредотачивает внимание на новизне» [5, 49], а также имеет стратегический тип мышления.

Первостепенная задача такого редактора регионального СМИ — управление креативностью исключительно благодаря системному координированию ресурсов (сюда мы относим материальный, человеческий, организационный капитал), которые служат источниками реализации творческого потенциала журналистов.

Среди одних из самых действенных инструментов, как мы полагаем, стоит назвать следующие:

- выработка, верификация и последующее принятие корпоративной матрицы, опосредующей содержание понятия креативности по отношению к информационной деятельности того или иного массмедиа. При этом крайне важно, чтобы данная матрица оставалась подвижной и восприимчивой к меняющимся условиям ведения медиабизнеса;

- систематическое проведение должностного анализа, направленного на оценку индивидуальных профессиональных (в данном случае — креативных) показателей субъектов труда для дальнейшей корректировки управленческих практик управления креативностью каждого отдельного сотрудника массмедиа, а также интерсубъектов информационной деятельности;

- делегирование редакционному коллективу и отдельно взятым журналистам преимущественно долгосрочных задач с правом самостоятельного выбора частных тактик, нестандартных вариантов выполнения поручений (в этом случае активизируется как раз творческий компонент);

- создание максимально благоприятной (творческой) атмосферы в коллективе за счет поддержания внутриредакционной конкуренции идей, предлагаемых журналистами, а также открытого формата их рассмотрения и реализации;

- поиск креативного потенциала при распоряжении теми ресурсами СМИ, которые несут в себе задействованные на различных этапах медиапроизводства современные информационно-коммуникационные цифровые технологии;

- моделирование такой институции, как прозрачная система оценки результатов труда, предполагающей принятие журналистами и руководителями подразделений нестандартных решений на разных этапах выполнения профессиональных задач: чисто творческих и производственных;

- генерация эффективных механизмов (в частности, в виде создания системы материальных и нематериальных вознаграждений), поддерживающих внутреннюю мотивацию сотрудников массмедиа на постоянный поиск как творческих, так и креативных решений, критическую оценку идей и самостоятельный выбор наиболее оптимальных вариантов их воплощения;

- формирование условий для перспективного привлечения сотрудников, а также внештатных авторов, компетентностные характеристики которых удовлетворяют принятым в конкретном СМИ показателям креативности;
- принятие стратегии и программ перспективных мероприятий по использованию синергичного эффекта от творческого потенциала журналистов для реализации оптимальных управленческих практик в русле креативного менеджмента, который также должен сохранять открытость к инновациям.

-
1. *Азарова Н. М.* Креативность как слово и как концепт // Критика и семиотика. 2014. № 2. С. 21–30.
 2. *Вартанова Е. Л.* СМИ оказались сегодня в сердцевине креативных индустрий // Медиа-тренды. 2010. № 2 (7). С. 1.
 3. *Вырковский А. В.* Индустриальные и креативные элементы в управлении работой редакции // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2016. № 2 (150). С. 5–13.
 4. *Зельдович Б. З., Белова А. Ю.* Управление креативностью и построение системы менеджмента в медиаорганизации // Вестн. Моск. гос. ун-та печати. 2015. № 3. С. 46–50.
 5. *Макаренко О. Г., Лазарев В. Н.* Креативный менеджмент : учеб. пособие. Ульяновск, 2011.
 6. *Михайлова Д. Р.* Особенности профессиональной культуры журналиста в контексте развития современных СМИ: к проблеме утраты значимости творческого компонента // Вестн. Нижегород. гос. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2013. № 4 (2). С. 224–228.
 7. *Худякова О. А.* Креативность в контексте современных управленческих практик // Вестн. НГТУ им. Р. Е. Алексеева. Сер. : Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. 2012. № 3. С. 31–36.

Статья поступила в редакцию 16.05.2017 г.

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ С АУДИТОРИЕЙ В СМИ НА РУБЕЖЕ XIX–XX вв.

Рассматривается состояние печатного дела в России в конце XIX — начале XX в. и обосновывается необходимость целенаправленной работы по повышению рентабельности и конкурентоспособности СМИ. Предметом исследования является политика продвижения периодических изданий, которая строилась по нескольким направлениям: организация обратной связи с читателем, использование форм организационно-массовой работы и методов активизации читательского интереса в период подписной кампании.

К л ю ч е в ы е с л о в а: капитализация печатного дела; самореклама СМИ; политика продвижения изданий; организационно-массовая работа с читателями; подписная кампания; методы активизации читательского интереса.

Капитализация печатного дела, затронувшая те сферы, которые имели прямое отношение к журналистике (издательское дело, полиграфия, бумажное производство), появление нового, массового читателя, открытие рекламно-информационных агентств, использование новых способов распространения изданий, а также по-настоящему революционные преобразования материально-технической базы печати на рубеже XIX—XX вв. способствовали развитию отечественной журналистики. В конце XIX в. наблюдается быстрый количественный рост периодической печати за счет изданий разного целевого назначения, адресованных самой широкой аудитории, дифференцированной по возрастным сегментам и читательским запросам.

Но новые условия производства газет и журналов и резко возросшая конкуренция на печатном рынке негативно сказались на рентабельности СМИ. Конкурентная борьба заставляла редакции снижать стоимость изданий, а затраты на изготовление печатной продукции все возрастали. Количество расходов увеличилось в связи с затратами на переоборудование типографий, на электрификацию рабочих площадей, на оплату услуг почтамта, информационных агентств и посреднических контор, предлагавших свою помощь в проведении подписки. По свидетельству современника С. Н. Кривенко, больших комиссионных скидок требовали книготорговцы (вместо 20-процентной — до 40 % и выше), повышенных гонораров — «бойкие перья», т. е. журналисты, «которые создают успех газетам» [2, 143]. К неизбежным финансовым потерям приводили штрафы и более значимые последствия других административных наказаний — запретов на розничную продажу или публикацию рекламы.

«Современная газета, — отмечалось в «Неделе», — требует громадных расходов. Конкуренция понизила стоимость газеты до минимума <...>. Чтобы

ИВАНОВА Любовь Дмитриевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета (e-mail: ivanovald@mail.ru).

газета окупалась, необходимо, чтобы она расходилась в громадном количестве экземпляров, а это достижимо только при громадных затратах на ведение дела и на средства распространения» [4].

В этих условиях рентабельными могли быть только те периодические издания, которые имели постоянную финансовую поддержку и выверенную стратегию по удержанию уже имеющихся читателей и по привлечению внимания потенциальных подписчиков.

Как показывает издательская практика рубежа XIX–XX вв., политика продвижения изданий осуществлялась по нескольким направлениям:

- выстраивание обратной связи с читателем;
- использование организационно-массовой работы;
- привлечение внимания к изданию в период подписной кампании.

Выстраивание обратной связи с читателем. Редакции газет и журналов формировали информационную политику издания таким образом, чтобы максимально удовлетворять запросы определенной читательской аудитории — в зависимости от пола, возраста, социального статуса, профессиональных, культурных, эстетических интересов, а если необходимо — и от политической ориентации. С этой же целью в структуру издания вводятся специальные отделы с весьма говорящими названиями — «Почтовый ящик», «Письма читателей» (или просто — «Письма»), «Нам пишут», «Ответы редакции» и т. п. Эта тенденция характерна для всех типов СМИ — массовых и более качественных, общероссийских и губернских. Характер корреспонденции и состав авторов писем как нельзя лучше характеризуют само издание и помогают определить степень его востребованности у аудитории. Среди корреспондентов общероссийской массовой газеты можно встретить представителей самых разных сословий и профессий: письма подписаны юристами, священниками, купцами, артистами, учителями, врачами, нищими, военными, попечителями реальных училищ, волостными писарями и др. В последние десятилетия XIX в. на страницах СМИ появляются время от времени даже письма от грамотных крестьян — иногда самого неожиданного содержания. Так, например, государственный крестьянин Н. П. Жилин, живущий в Ставропольской губернии, просит «известить его, посредством напечатания в “Сыне Отечества”, здравствует ли еще почитаемый им генерал-адъютант И. В. Гурко» [7]. Редакции газет публикуют благодарственные письма в адрес правительства, отдельных государственных деятелей или даже самой редакции, если ей удастся отстоять интересы граждан. Среди писем встречалось немало опровержений или высказываний в защиту того или иного лица или проекта. Деловые корпоративные СМИ время от времени печатали письма мастеров, рабочих-рационализаторов, в которых авторы делились своими наблюдениями за рабочим процессом, рассказывали о преимуществах (и недочетах!) нового оборудования, давали советы по ремонту или рассказывали о способах усовершенствования старых станков. Это был бесценный опыт, который способствовал экономическому прогрессу, росту производительности труда и повышению безопасности на производстве.

Вопросы, с которыми читатели обращались в редакции журналов и газет, как правило, отражали интересы той читательской аудитории, на которую

ориентировались СМИ, тематически были связаны с содержанием и характером информации, составляющей основной контент изданий, и отражали особенности эпохи.

Редакции, как могли, пытались удовлетворить интерес своих читателей; письма печатались либо пересказывались в специальных обзорах; для ответов на вопросы приглашались известные модистки, священники, врачи, юристы. По просьбе читателей вводились новые рубрики или отделы. Для того чтобы подогреть интерес к изданию, на его страницах устраивалась полемика по значимым проблемам современности (таким, например, как школьный вопрос или реформа местного и центрального управления). Читателя призывали к участию в дискуссии по тем вопросам, которые не могли не вызвать интереса у публики («Как относится русское общественное мнение к насильственному расторжению брака короля Милана с королевой Наталией?» [8] или «Исчерпываются ли нынешними беллетристическими произведениями все характеры и типы, преобладающие в современном обществе? Кроется ли причина случайности и незначительности тем нынешних беллетристических произведений в критике, авторах или самом обществе?» [9]). Редакции обращались за помощью к читателям, если требовалось всестороннее освещение важнейших событий. Так, во время Первой мировой войны на страницах журнала «Огонек» неоднократно появлялось обращение к самодеятельным и профессиональным художникам и фотографам, живущим в провинции, с просьбой присылать, кроме обычных снимков «на злобу дня», фотографии, рисунки и эскизы местных событий, имеющих отношение к теме войны, — «иллюстрации работы в госпиталях и лазаретах, где лежат храбрые защитники Родины, картины эвакуации раненых, забот о них местного общества, снимки с работ общественной помощи жертвам войны, торжеств и манифестаций по поводу успехов русского оружия, фотографии быта военнопленных, портреты местных деятелей, выдающихся трудами на пользу беззаветных бойцов за Отечество» [10, 18]. Обращение заканчивалось указанием на то, на какой бумаге делать изображение, каким образом указывать авторство и пояснять суть события.

Использование форм организационно-массовой работы. На рубеже XIX–XX вв. еще не был накоплен достаточный опыт подобного общения между редакцией и подписчиками. Для установления более длительных взаимоотношений с читателями в основном использовались лишь такие формы стимулирования контактных отношений со СМИ, как конкурсы, благотворительные акции и участие в выставках печатной продукции.

Такой метод продвижения изданий, как конкурс, только начал зарождаться в дореволюционной России и не был широко распространен, тем не менее некоторые издания его уже практиковали — и весьма успешно. При этом целью была не только активизация читателя, но и усиление его приверженности именно этому органу печати. Иногда такая форма взаимодействия между аудиторией и средством массовой информации служила средством формирования имиджа издания, укрепления особой духовной связи читателя и СМИ.

Журнал «Русский начальный учитель», объявляя в конце каждого года конкурс «на составление чтений для народа», т. е. списков рекомендованной для простонародья литературы, тем самым подтверждал свое высокое предназначение, укреплял чувство профессиональной солидарности со своим читателем (учителями учебных заведений, гувернерами, воспитателями), сопричастности тому благородному делу, которым они занимались вместе, — просвещению народа. Журнал «Мир искусства» перед выходом в свет провел конкурс среди художников на лучшую обложку для своего издания (победитель получал премию — 100 руб.), и это стало одним из способов заявить о себе в художественной среде. Газета «Новое время» совместно с товариществом «Эйрека» в самом конце 1909 г. провела конкурс на лучшую концовку стихотворения: «По бурному морю на утлой ладье, / Отдавшись на волю всеильной судьбе, / С тобою, родная, несемся мы вдаль...» Согласно объявлению, которое печаталось в каждом номере газеты, редакция обещала 12 денежных премий по 100, 200 и 300 руб. и 300 премий ценностью по 5 руб. в виде роскошных коробок, содержащих по 25 листов бумаги и карточек с фотографиями выигравших. Условием участия в конкурсе было приобретение в товариществе «Эйрека» рублевого пакета «открытых писем» (открыток) по соответствующему запросу от читателя. Заманчивое предложение (300 руб. «за мысль!») и обещание опубликовать результаты конкурса в номере газеты во вторник 6 января 1909 г. наверняка сыграли роль приманки для старых и новых подписчиков издания, а смысл стихотворения заставил задуматься о взаимоотношениях с любимыми (а возможно — и о судьбе страны, что всегда актуализируется в конце старого — начале нового года).

Редакция журнала «Вестник знания» организовывала слеты любителей данного печатного органа, на которых «вырабатывалась просветительская политика издания, собиралась библиотека для сельских изб-читален, а затем осуществлялись выезды активистов журнала в провинцию» [3, 10].

Хорошим методом стимулирования читательской активности были и благотворительные акции, которые инициировали редакции изданий с самыми разнообразными целями. Объявлялся сбор средств в помощь пострадавшим от землетрясений, переселенцам, голодающим, погорельцам, для поддержки учебных заведений, ночлежных домов, приютов и т. д. Иногда это были единичные акции (на венок Тургеневу, на елку для бедных детей), но чаще всего — длительные по времени благотворительные сборы на постройку храмов, памятников известным литераторам, государственным деятелям. Редакция журнала «Огонек» всю вторую половину 1914 г. почти в каждом номере печатала обращение «К читательницам и читателям журнала “Огонек”, курящим и некурящим» с просьбой принять участие в сборе папирос и махорки для воинов, находящихся на передовых позициях. Они «сражаются за нас, — говорилось в обращении, — и нередко лишены табаку, ставшего для многих (неправда — ли?) так же необходимым, как хлеб и вода». Далее следовал призыв: «Жертвуйте все, кто сколько хочет! Быть может, этот привет ваш попадет к вашим же родным и знакомым, а во всяком случае к ратным товарищам близких Вам» [12, 18]. Табак, папиросы, махорку, все принадлежности для курения и деньги для покупки папирос и махорки редакция просила

присылать в контору «Огонька» в Петрограде (указывался адрес). В обращении сообщалось, что на всех посылках будет обозначено «От читателей “Огонька”», и давалось обещание, что грузы будут отправляться на передовые позиции «без всякого промедления, через отделение склада Ея Величества Государыни Императрицы Александры Федоровны при доме Военного Министра». Упоминание императрицы и военного министра, вероятно, было гарантией того, что обещание будет непременно выполнено.

Что характерно, редакции изданий, отчитываясь перед читателем, подробно освещали процесс сбора средств, указывая даже незначительные суммы и называя имена всех благотворителей, в том числе и анонимных. К примеру, вот что напечатано о результатах одного из благотворительных сборов в № 49 газеты «Неделя» за 1900 г.: «М. О. Меньшиковым (это журналист — инициатор благотворительной акции. — *Л. И.*) и конторю “Недели” получены следующие пожертвования в пользу семьи погибшего народного учителя: от учителя С. Горобца 2 р.; — учительницы Е. Шелеметьевой 3 р.; — М. 5 р.; — Веры 3 р.; — Ольги 2 р.; — Нади 50 к.; — Анюты 50 к.; — Гемена 50 к.; — Я. Хубьякова 1 р.; — М. Рахлика 1 р. ... студентов Лесного Института 6 р. 50 к.; — подписчика “Недели” из Вильны 7 р. Итого 58 р. 87 к., а с прежними 342 р. 42 к.».

Удачный способ привлечения внимания к собственному изданию использовала редакция журнала «Нива», приняв участие в Первой Всероссийской выставке печатного дела в Санкт-Петербурге, которая продолжалась несколько месяцев — с февраля по июнь 1895 г. Как свидетельствуют отзывы посетителей, особое внимание привлекала ротационная машина, на которой безостановочно, день и ночь, печатался один из самых популярных в России журналов, выпускавшийся на базе издательства Адольфа Маркса. Даже когда выставка закрывалась, ночью, журнал продолжал печататься. В час машина выдавала 3 тыс. оттисков, а весь тираж — 170 тыс. экземпляров — изготавливался в течение шести дней. Обозреватель выставки, скрывшийся под псевдонимом Номо повус, писал: «...быть на ней и не видеть ротационной машины г. Маркса — это все равно, что не заметить слона. Огромное чудовище, с множеством цилиндров, колес и валиков внушает к себе невольное уважение» [1, 76–77]. На посетителей производил впечатление и сам процесс изготовления конкретного печатного СМИ.

Привлечение внимания к изданию в период подписной кампании. Работа с аудиторией особенно активизировалась осенью, когда объявлялась подписка на газету или журнал на следующий год. Издательства, редакции СМИ использовали как традиционные, так и весьма оригинальные для того времени методы привлечения и удержания внимания подписчиков. Тексты рекламных объявлений о начале и продолжении подписки на то или иное издание появлялись в российской периодике уже в конце октября (а некоторые издания предпринимали атаку на читателя с начала осени). Они публиковались не только на страницах изданий, нуждающихся в саморекламе, но и в СМИ близкой ориентации. Часто использовались листы-вкладыши из плотной бумаги с информацией об издании, условиях подписки, а также характерными для того времени приемами воздействия

и обязательными линиями среза, отделяющими текст сообщения и отрезной купон с адресом редакции или конторы по сбору подписки. Подписчику достаточно было лишь указать свой адрес, фамилию и отправить купон по почте.

Некоторые издания непосредственно на своих страницах размещали подписные бланки, сопровождая их разъяснительным текстом. Вот, например, каким образом инструктировала своих подписчиков редакция журнала «Нива» во время подписной кампании в конце 1908 г.: «По примеру прошлых лет, к этому номеру прилагается... подписной бланк (в двух экземплярах) для заблаговременного возобновления подписки на “Ниву” 1909 г. Причем для удобства гг. подписчиков бланки отпечатаны на почтовых переводах установленного образца, которыми можно воспользоваться для перевода подписных денег. Второй экземпляр подписного бланка, предназначенный для новых подписчиков, может быть передан тем лицам, которые со своей стороны пожелали бы подписаться на “Ниву” 1909» [5, 741].

Информацию о том, где можно оформить подписку, размещали в своих рекламных сообщениях все редакции, указывая, как правило, несколько адресов (собственных пунктов подписки, а также посреднических контор, с которыми заключался договор). Самой же главной частью саморекламы издания являлся текст, подробно описывающий все преимущества, что получит читатель, пожелавший выписывать именно эту газету или журнал.

Чтобы поддержать интерес читателей к изданию, им обещали в новом году большое количество бесплатных приложений (еженедельных, ежемесячных, ежеквартальных или годовых), в качестве которых могли служить собрания сочинений известных российских и зарубежных авторов, литературные сборники, дополнительные газеты и иллюстрированные журналы, настенные календари и др.

Многие СМИ выпускали приложения, дополняющие содержание основного издания: деловые газеты бесплатно высылали сборники статей по экономическим вопросам, различные справочные или рекламные выпуски; в качестве приложений к женским журналам предлагались альбомы модной одежды со всего мира, модели детской одежды, листы узоров для вышивки и вязания, выкройки. Как свидетельствует рекламный лист-вкладыш, в 1901 г. журнал «Хозяин» в качестве приложений предлагал читателю следующие книги на сельскохозяйственные темы: «Земство как орган сельскохозяйственной жизни», «Культура масличных и волокнистых растений», «Выращивание скота и уход за ним», «Применение искусственных удобрений», «Сельскохозяйственные постройки», «Сельскохозяйственное пчеловодство».

Поскольку приложения высылались только годовым подписчикам, читатели были заинтересованы в долговременных взаимоотношениях с редакцией.

Помимо приложений, редакции иногда рассылали своим подписчикам премии — различные подарки от издателя: наборы гравюр или лубочных картинок, портреты венценосных особ, коленкоровые переплеты для хранения СМИ и др. «Русский архив» в 1881 г. подарил своим подписчикам гравюру с изображением Екатерины Великой, журнал «Музыка для всех» в 1908 г. предложил читателям, выславшим целиком всю подписную сумму, две премии: «1-ая: по выбору одну из пяти опер, пяти оперетт или двух альбомов; 2-ая: роскошная папка коллектор»

(Нива. 1908. № 49. С. 866), а журнал «Сельский хозяин» в 1901 г. в качестве премии использовал сельскохозяйственные семена.

Постоянным подписчикам предлагали прибавления к газете или журналу в виде листов меньшего формата, выходящие с важными сообщениями или заменяющие издания в праздничные дни; их пытались удержать тематическими и юбилейными номерами, выполненными, как правило, с особым тщанием, на хорошей бумаге, с использованием нескольких цветов. Широко распространенным методом продвижения изданий был выпуск юбилейных номеров, посвященных крупным событиям из жизни печатного органа: день рождения издания, день его первого выхода без предварительной цензуры или день выхода в свет первой публикации ведущего сотрудника. Юбилейные номера позволяли редакциям ближе познакомиться читателя со своим изданием, рассказать его историю и представить сотрудников.

Подписчика убеждали выписывать газеты и журналы в рассрочку, привлекали скидками на публикацию рекламных объявлений или даже обещанием 50 % скидки на всю книжную продукцию издательства, на базе которого издавалось СМИ. Практиковалась даже бесплатная рассылка газет с целью познакомить читателя с изданием, заинтересовать его и попытаться создать привычку к чтению именно этого издания.

Общепотребительным приемом привлечения внимания к газете или журналу было перечисление всех имен сотрудников СМИ. Иногда треть текста занимали фамилии писателей, журналистов, священников, государственных деятелей, художников, имеющих хоть какое-то отношение к газете или журналу. Читателю самому предоставлялась возможность вычленивать (изыскивать) в этом списке имена наиболее известных лиц и определять степень их привлекательности для себя лично.

Более профессионально поступали те редакции, которые делали акцент на наиболее значимых сотрудниках, авторитетных в читательской среде или оказывающихся наиболее востребованными благодаря своей журналистской специализации в определенный момент времени. Вот, например, как умело использовала авторитет известного журналиста-баталиста Василия Немировича-Данченко редакция газеты «Русское слово» во время подписки на 1905 г. — второй год Русско-японской войны. Начинается рекламная листовка-вкладыш с уверения в том, что редакция газеты «не останавливается и не остановится ни перед какими расходами для того, чтобы дать полную картину войны». Гарантом этого, как может понять читатель из текста листовки, является самоотверженная работа целого штата собственных корреспондентов под руководством В. Немировича-Данченко, находящихся непосредственно на местах сражений. «Военные корреспонденты “Русского слова”, — сообщает газета, — ежедневно подробнейшими и экстренными телеграммами сообщают о всем, что происходит на театре военных действий, на море, на суше». Особое место отводится характеристике самого Немировича-Данченко, участника пяти войн, друга легендарного генерала Скобелева: «Было бы излишне говорить о том значении, которое имеют в настоящую войну телеграммы и корреспонденции нашего глубокоуважаемого писателя. Всегда впереди, всегда сам под огнем, всегда на позициях. Вас. Немирович-Данченко является правдивым и беспристрастным летописцем войны не только для

русского общества, но и для зарубежной печати. Его сообщения для “Русского слова” телеграммами передаются заграничными агентствами во все уголки земного шара. Этот колоссальный успех — успех мужества и правды». Завершается эта весьма лестная для журналиста характеристика указанием на то, что до конца войны он останется специальным корреспондентом исключительно «Русского слова» — при этом слово «исключительно» было набрано крупными литерами. Такое умелое обыгрывание самого факта сотрудничества с изданием известного лица не могло не привлечь внимания широкого круга читателей, заинтересованных в получении объективной, разнообразной и интересно поданной информации о военных действиях, к которым было приковано внимание всей страны.

Некоторые редакции могли бесплатно предоставить для ознакомления своим потенциальным подписчикам подробную программу издания, о чем непременно сообщалось в рекламных текстах. Подобные программы, например, высылали журналы «Пчеловодная жизнь» и «Знание», а «Русский паломник» мог отправить всем желающим пробный номер своего журнала.

Как видим, журналистика рубежа веков имела в своем арсенале множество приемов по привлечению внимания подписчиков и удержанию их интереса в течение нескольких лет, а иногда и десятилетий. Благодаря постоянно нарабатываемому опыту в продвижении изданий редакциям газет и журналов удавалось завоевывать все более широкую читательскую аудиторию, вовлекая в свои сети новых любителей периодики. Большие тиражи не могли не сказываться благотворно на рентабельности изданий, их взаимоотношениях с рекламодателями, банкирами, выдающими кредит или учитывающими векселя редакций, потенциальными пайщиками изданий в период организации паевых товариществ. Это позволяло добиваться коммерческого успеха в печатном деле, увеличивало спрос на издательскую продукцию в целом и тем самым позволяло усиливать просветительское воздействие на широкие массы, способствовало дальнейшей демократизации слоя читателей, а следовательно — и самой журналистики.

1. Глинттерник Э. Реклама в России XVIII — первой половины XX века : опыт иллюстрированных очерков. СПб., 2007.

2. Кривенко С. Н. Газетное дело и газетные люди // Избранные страницы русской журналистики начала XX века. М., 2001.

3. Макашина Л. П. Русская реклама: Отечественная практика (1703–1918). Екатеринбург, 1995.

4. Неделя. 1887. № 49. 6 дек.

5. Нива. 1908. № 40.

6. Нива. 1908. № 49.

7. Новости. 1880. № 207. 6 авг.

8. Новости. 1888. № 284. 14 окт.

9. Новости. 1888. № 295. 25 окт.

10. Огонек. 1914. № 36.

11. Огонек. 1914. № 5.

12. Огонек. 1914. № 45.

Статья поступила в редакцию 15.05.2017 г.

К ВОПРОСУ О КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИКАХ МОДЕЛИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИЯН В СМИ*

Когнитивно-дискурсивные практики моделирования национально-гражданской идентичности россиян представлены в статье с двух позиций: с позиции адресанта и с позиции адресата медиатекста. В ходе анализа когнитивно-дискурсивных практик адресанта построена фреймово-слотовая модель доминантного текстового концепта «Русские» и представлено ее дискурсивное преобразование. Когнитивно-дискурсивные практики адресата описаны с помощью ряда социологических и психолингвистических методов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: идентичность; национально-гражданская идентичность; идентифицирующие признаки; когнитивно-дискурсивные практики; медиатекст; фреймово-слотовая модель; текстовый концепт; дискурсивный концепт; опрос; восприятие.

Словарь русского языка определяет идентичность как «свойство по знач. прил. идентичный», «идентичный», в свою очередь, характеризуется как «полностью совпадающий или точно соответствующий чему-л.; тождественный» [9, 30]. Идентичность устанавливается в процессе идентификации — «действия по знач. глаг. идентифицировать», идентифицировать — «установить (устанавливать) полное совпадение, соответствие одного предмета, явления и т. д. другому» [Там же].

Идентичность структурируется в дискурсе. Под дискурсом мы понимаем практику текстопостроения и текстовосприятия, процесс операций со смыслами (концептами), анализ которого позволяет проследить динамику становления смысла в широком социокультурном контексте. Дискурсивная идентичность, по мнению Л. В. Ениной, — это «дискурсивный концепт, организованный по сетевому принципу, то есть это нецентрированный комплекс идентификаций, он связан тематически, может иметь разные смысловые конфигурации на основе отношений подобия, различия, смежности и др. и способен трансформироваться за счет добавления новых идентификаций и изменения смысловых отношений между ними. Анализ идентичности может касаться как исследования структуры концепта в рамках определенного дискурса, так и рассмотрения дискурсивных практик ее конструирования» [5, 164]. Одной из сфер конструирования идентичностей является медиапространство. Рассмотрим когнитивно-дискурсивные практики моделирования идентичности в СМИ на примере анализа формирования национально-гражданской идентичности россиян.

По мнению Л. М. Дробижевой, понятие «государственно-гражданская» или «национально-гражданская идентичность» включает в себя отождествление

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект «Национально-гражданская идентичность россиян в дискурсе СМИ: концепт “информационная война” как мобилизационный фактор идентификации» № 16-04-00460.

с гражданами страны, представление об этом сообществе, ответственность за него, понимание интересов, а также переживаемые в связи с этим чувства (гордость, обиды, разочарование или энтузиазм и готовность к рефлексии) [4, 49]. Подобное отождествление осуществляется в ходе когнитивно-дискурсивных практик идентификации.

Когнитивно-дискурсивную практику (далее — КД-практику) мы определяем как познавательно-речевую / познавательно-текстовую деятельность, иначе говоря, речевую / текстовую деятельность как акт познания, как акт трансляции и получения знания, включающий процессы категоризации и концептуализации. В аспекте дискурсивной деятельности СМИ КД-практика — это организация структур знания в медиатексте (построение концептосферы текста) адресантом и их выявление и интерпретация адресатом [1, 26–27]. КД-практики идентификации состоят в соотношении объектов, в приписывании признаков идентифицируемым предметам и явлениям. Автор в ходе формирования текстовой концептосферы моделирует идентичность описываемого объекта, читателя, формируя дискурсивную концептосферу в ходе восприятия медиатекста, строит свою модель идентичности представленного объекта, которая может в той или иной степени совпадать с авторской.

Анализ КД-практик может быть осуществлен с помощью комплекса методов: оценка практик *построения* текста (КД-практик адресанта) осуществляется с помощью анализа смысловой структуры и выразительных ресурсов публикации [2, 7, 8], позволяющего построить текстовую концептосферу (выявить ведущие и второстепенные текстовые концепты) и оценить использованные автором приемы, обеспечивающие воздействующий потенциал сообщения. Оценка практик *восприятия* публикации (КД-практик адресата) осуществляется с помощью социологических и психолингвистических методов, таких как анкетирование и айтрекинг. В ходе анкетирования респонденты фиксируют свое понимание основной идеи публикации, отмечают испытанные эмоции и выделяют наиболее значимые смысловые и эмоциогенные элементы текста. Айтрекинг позволяет определить зоны публикации, на которых происходила максимальная фокусировка реципиентов в процессе чтения.

Приведем в качестве примера анализ публикации Д. Соколова-Митрича «Вы тут чё, самые умные?» [10], представляющей собой дискретный вербально-центрический креолизованный текст. В вербальной части рассказывается о прошедшем в Санкт-Петербурге чемпионате по спортивному программированию, визуальная часть (фотография) представляет фрагмент соревнований.

Оценка КД-практик адресанта

По результатам анализа смысловой структуры текста доминантным текстовым концептом является концепт «Русские» (предмет речи — часть главной мысли текста «Русские опять стали чемпионами мира по спортивному программированию»). При этом предметом речи являются не русские вообще, не русские как нация, а российские программисты, восьмой раз победившие в чемпионате ICPC

(заметим, что слово «русский» автор использует как синоним слова «российский»). Сочетание слов «опять стали чемпионами» расширяет объем предмета речи, включая в его состав не только команду победителей этого года, но и других российских «топовых кодеров». Тематическое морально-ценностное направление идентификации [6] «Русских» связано с участие студентов Университета ИТМО (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики) в чемпионате мира по программированию и представляет собой раскрытие профессиональных и личностных качеств указанных студентов и других представителей данной профессии, описание востребованности и полезности их труда.

Номинационная цепь обозначения предмета речи в тексте, состоящая из базовых (собственные имена победителей) и вторичных (субституты и референтно тождественные обозначения) номинаций, демонстрирует круг лексических репрезентантов доминантного текстового концепта «Русские»: «наши», «программисты», «студенты ИТМО», «топовые кодеры», «чемпионы мира», «кадры», «команда», «эти люди», «талантливые ребята», «эти русские», «одаренные студенты», «победители» и др. — и содержит некоторые признаки, приписанные идентифицируемому объекту в процессе моделирования идентичности: «чемпионы», «талантливые», «одаренные», «победители» и т. д.

На базе анализа смысловой структуры медиатекста была построена фреймово-слововая модель доминантного текстового концепта (ТК) «Русские» (о текстовых и дискурсивных концептах см.: [2]), включающая вербальные и невербальные репрезентанты когнитивных признаков, относящихся к его слогам (табл. 1). Выявленные когнитивные признаки лежат в основе идентификации русских программистов с позиции автора, т. е. являются идентифицирующими признаками.

Таким образом, идентифицирующие признаки русских (российских) программистов, смоделированные адресантом, следующие: «многократные победители чемпионатов», «высокоинтеллектуальные», «талантливые», «сдержанные (не разговорчивые)», «востребованные специалисты», «обеспеченные (с высоким уровнем зарплаты)», «проживают на родине (не уезжают из страны)», «имеют возможность трудиться на благо родины». В ходе анализа КД-практик адресата мы рассмотрим, как указанные идентифицирующие признаки воспринимаются аудиторией.

Оценка КД-практик адресата

В исследовании приняло участие 29 респондентов в возрасте от 18 до 22 лет: 15 студентов департамента «Факультет журналистики» УрФУ и 14 студентов департамента психологии УрФУ (репрезентативная кластерная форма выборки, позволяющая выявить специфику восприятия информации лицами с разной профессиональной ориентацией).

Одним из методов, позволяющих оценить особенности восприятия медиатекста, является метод *айтрекинга*. В работе использовалась система

Таблица 1

**Когнитивные признаки ТК «Русские»,
выделенные на базе элементов смысловой структуры текста**

Фрейм «Русские»	
Слот 1. «Студенты-программисты ИТМО»	Слот 2. «Другие программисты России»
<i>Вербальные репрезентанты когнитивных признаков ТК</i>	
1. Чемпионы мира: «чемпионы мира по спортивному программированию»; «благодаря им ИТМО стал пятикратным чемпионом мира». Обогнали Америку: «американцы не попали даже в первую десятку» 2. Талантливые: «одаренные студенты» 3. Неразговорчивые: «да... нет... не знаю... наверное... почему бы и нет» 4. Их труд может принести пользу родине: «успехами наших программистов заинтересовался глава Министерства обороны Сергей Шойгу и предложил соглашение о сотрудничестве»	1. Чемпионы мира: «наши команды становились лучшими программистами мира 8 раз». Обогнали Америку: «американцы последний раз поднимались на первое место в 1997 году» 2. Высокий уровень интеллекта: «соперники жалуются: эти русские слишком умные, с ними неинтересно» 3. Высокий уровень зарплаты: «зарплаты разработчиков и программистов в России фактически сравнялись с уровнем Кремниевой долины» 4. Востребованность программистов (нехватка кадров): «За этими людьми идет настоящая охота» 5. Талантливые программисты сегодня не уезжают из страны: «И что ему в этой Америке? Деньги те же плюс скука смертная»
<i>Визуальные репрезентанты когнитивных признаков ТК</i>	
На фотографии представлены команды в момент выполнения заданий олимпиады (создается образ программиста за работой).	

высокоскоростного удаленного бинокулярного трекинга глаз SMIREД 500. Анализ видеозаписи айтрекинга позволяет проследить стратегии восприятия текста, дающие представление о специфике когнитивной деятельности человека. Так, восприятие публикации характеризуется такими параметрами, как степень полноты охвата текста при чтении, последовательность восприятия, внимание к сильным позициям текста (фотографии, заголовочному комплексу, начальным и финальным фрагментам). Характер саккад (движений глаз между точками фиксации) дает возможность выделить два типа структурно-композиционных стратегий восприятия вербального текста:

1) *стратегии линейного восприятия* — предполагают соблюдение вербальной последовательности при чтении, которое осуществляется по вербальной оси от слова к слову;

2) *стратегии нелинейного восприятия* — допускают скачкообразность, отступление от вербальной последовательности при чтении. Для подобных стратегий характерно увеличение амплитуды саккад и их разнонаправленность.

Представим количественные показатели, характеризующие стратегии восприятия медиатекста, актуальные для указанной выборки респондентов (табл. 2).

Таблица 2

**Количественные показатели
восприятия вербального элемента креолизованного медиатекста**

Параметры восприятия	Процент респондентов		
	психологи (14 чел.)	журналисты (15 чел.)	всего (29 чел.)
Степень полноты охвата вербального текста при чтении			
1. Текст прочитан полностью	92, 8	86, 6	89, 6
2. Текст прочитан фрагментарно	7, 2	13, 4	10, 4
Восприятие сильных позиций текста			
1. Восприятие фотографии:			
а) детальное восприятие фото (несколько фиксации);	42, 8	73, 3	58, 6
б) ознакомительное восприятие фото (одна-две фиксации);	35, 7	20, 0	27, 6
в) игнорирование фотографий (отсутствие фиксации)	21, 5	6, 7	13, 8
2. Восприятие финального фрагмента публикации:			
а) полное, подробное;	78, 5	86, 6	82, 8
б) беглое, с лакунами	21, 5	13, 4	17, 2
Последовательность восприятия			
1. Линейное восприятие.	21, 5	80, 0	51, 7
2. Нелинейное восприятие:			
а) всего медиатекста;	21, 5	0, 0	10, 4
б) части медиатекста	57, 0	20, 0	37, 9

Комментарии к таблице. Два респондента полностью или частично выпустили в процессе чтения по два абзаца, один — ознакомился только с половиной текста. Остальные респонденты прочитали вербальный текст полностью. Заголовочному комплексу и начальным фрагментам публикации уделили внимание все респонденты, в то время как восприятие фотографии и финальных фрагментов медиатекста в указанных группах испытуемых было различным. Имели место случаи беглого, просмотрового чтения некоторых абзацев (чаще всего — предпоследнего и последнего) и ознакомительного просмотра фотографии (с незначительным числом фиксации). Четыре респондента упустили фотографию из виду (фиксации на фото отсутствуют). Изменение последовательности восприятия наблюдалось чаще в середине вербальной части текста (4, 5 и 6-й абзацы).

Сочетание технологии отслеживания движения глаз с *анкетированием* дает возможность проследить как непосредственный процесс восприятия текста, так и его результат. Данные анкетирования продемонстрировали характер восприятия текстовой концептосферы, способствовали выявлению когнитивных идентифицирующих признаков дискурсивного концепта «Русские». Анкета включала прямые, открытые дефинитивные и обосновывающие вопросы о мнениях: респондентам предлагалось определить главную мысль публикации, назвать ключевые, наиболее

значимые для выражения смысла элементы публикации, отметить возникновение эмоций при ознакомлении с текстом и определить их характер, а также назвать элементы публикации, которые вызвали эмоции.

Согласно данным опроса, 18 респондентов (62 %) определили главную мысль креолизованного текста в ключе «В Санкт-Петербурге (в России) прошли соревнования по спортивному программированию», 14 человек (48,2 %) предложили вариант «Русские программисты стали чемпионами мира», 9 человек (31 %) — вариант «В России развиваются IT-технологии» (заметим, что часть респондентов давала несколько формулировок главной мысли, каждая из которых была учтена отдельно). В целом 21 человек (72,4 %) включил лексику «Россия», «русские», «россияне» в состав главной мысли текста. Различия в ответах студентов-психологов и студентов-журналистов на данный вопрос были минимальны.

Несмотря на дискретный вербально-центрический характер креолизации публикации (о типах креолизации см.: [3]), одним из ключевых, наиболее значимых для респондентов двух групп смысловых элементов медиатекста стала фотография, которую выделили в таком качестве 16 человек (55,1 %), указав, что она «создает атмосферу», «создает образ», «видны эмоции, задумчивость участников соревнований» и т. д. (напомним, что, согласно данным айтрекинга, 58,6 % респондентов детально рассматривали визуальную часть публикации). Наиболее значимыми вербальными элементами для общей выборки респондентов стали: 1) слово «русские» в сочетании с характеризующими предикатами или без них («русские — лидеры в области программирования», «русские — самые умные», «русские стали победителями», «русские впереди» и т. д.) — его выделили 14 человек (48,2 %); 2) слова «чемпионат» и «зарплата (программистов)» / «120 тысяч долларов» — по 12 человек (41,3 %); 3) заголовок — 8 человек (27,5 %). Зафиксированные различия в ответах студентов-психологов и студентов-журналистов отражены в табл. 3.

Таблица 3

Наиболее значимые для респондентов элементы текста

Психологи		Журналисты	
элемент текста	количество респондентов, %	элемент текста	количество респондентов, %
1. «Зарплата»	57,1	1. «Русские (лидеры/победители и др.)»	80,0
2. «Фотография»	42,8	2. «Фотография»	66,7
3. «Чемпионат»	35,7	3. «Чемпионат»	46,7
4. «Договор»	28,5	4. «Заголовок»,	33,3
5. «Чемпионы»	28,5	5. «Воздушные шарик»	33,3
6. «Заголовок»	21,4	6. «Зарплата программистов»	26,6
		7. «Востребованность программистов»	26,6

Заметим, что студенты-журналисты давали более развернутые ответы на данный вопрос, старались пояснить свой выбор. Кроме того, респонденты данной группы оценили качество вербальной части текста, выделили следующие важные для них детали: «абзацы скомпонованы так, что не устаешь читать», «неформальный стиль использования слова “чѐ”», «красный цвет подзаголовка сразу бросается в глаза», отметили «средства лексической выразительности», в том числе «сравнение программистов с боксерами», «иронические, насмешливые замечания», и указали, что Дм. Соколов-Митрич — «любимый журналист».

Отвечая на третий вопрос анкеты, 10 человек (34,4 % от общего числа опрошенных) написали, что текст не вызвал у них эмоции, в то время как 19 человек (65,6 %) ответили, что испытали эмоции в момент ознакомления с публикацией. Из них 17 человек (58,6 %) отметили возникновение положительных эмоций («интерес», «удивление», «патриотизм», «радость» др.), 4 человека (13,7 %) упомянули отрицательные эмоции («недовольство», «скука», «недоверие» и др.), при этом эмоции 2 респондентов были двойственными: «несколько раз улыбнулась, удивилась, где-то заскучала и пропустила пару предложений», «заголовок вызвал недовольство, как будто на меня “наехали”, соглашение о сотрудничестве — радость». Различия в эмоциях студентов-психологов и студентов-журналистов представлены в табл. 4 (число эмоциональных реакций в ответах респондентов варьировалось).

Таблица 4

Количество и характер эмоциональных реакций респондентов

Психологи*		Журналисты**	
эмоция	количество респондентов, чел/%	эмоция	количество респондентов, чел/%
1. Интерес	4/28,5	1. Патриотизм	6/40
2. Радость	2/14,2	2. Радость	4/26,7
3. Удивление	2/14,2	3. Удивление	2/13,3
4. Патриотизм	1/7,1	4. Скука	2/13,3
5. Недовольство	1/7,1	5. Интерес	1/6,6
		6. Недоверие	1/6,6
Всего	10 реакций	Всего	16 реакций

*Испытали эмоции — 50 %, отметили отсутствие эмоций — 50 %.

**Испытали эмоции — 80 %, отметили отсутствие эмоций — 20 %.

Таким образом, текст произвел большее впечатление на студентов-журналистов, в ответах которых преобладали эстетические и нравственные эмоции. Студенты-психологи реагировали более сдержанно, в их ответах преобладали интеллектуальные эмоции.

В качестве наиболее эмоциогенных элементов медиатекста были названы детали повествования, представленные в табл. 5.

Таблица 5

Эмоциогенные элементы публикации, выделенные респондентами

Психологи		Журналисты	
элемент	количество респондентов, %	элемент	количество респондентов, %
1. «Высокая заработная плата программистов»	28, 5	1. «Стиль Дм. Соколова-Митрича» («журналист правильно подобрал эпитеты», понравились «комментарии автора», «ирония и шутки Дм. Соколова-Митрича», в качестве недостатка упомянуты «огромные предложения, термины»)	33, 3
2. «Количество рабочих мест для программистов»	14, 2	2. «Победа русских»	26, 6
3. Единичные упоминания:		3. «Высокая заработная плата программистов»	26, 6
а) «заголовок вызвал недовольство»;	7, 1	4. «Фотография»	20
б) «любопытно, как проходит олимпиада, каково состояние IT-отрасли в России»;	7, 1	5. Единичные упоминания:	
в) «радостно, что будет подписан договор»;	7, 1	а) недоверие к тому, что «программистам скучно в Америке»;	6, 6
г) «наши соотечественники — лучшие»;	7, 1	б) «факты»	6, 6
д) «пять раз победили»	7, 1		

Данные анкетирования позволили выявить когнитивные признаки дискурсивного концепта «Русские», лежащие в основе идентификации русских (российских) программистов с позиции адресата (табл. 6).

Таблица 6

**Когнитивные признаки дискурсивного концепта «Русские»
(с указанием их значимости для читателей), выделенные на базе опроса респондентов**

Фрейм «Русские»			
Слот 1. «Студенты-программисты ИТМО»	Количество респондентов, %	Слот 2. «Другие программисты России»	Количество респондентов, %
1. Трудятся на благо родины (соглашение с МО)	20,6	1. Много зарабатывают	41,3
2. Неразговорчивые	6,8	2. Востребованные специалисты	24,1
		3. Не уезжают из страны	6,8
Русские программисты в целом — специалисты с высоким уровнем интеллекта, чемпионы («победители», «лидеры», «лучшие», «самые умные» и т. д.)			48,2
Американцы уступают россиянам			13,7

Таким образом, все смоделированные автором идентифицирующие признаки русских программистов были упомянуты респондентами, но привлекли внимание последних в разной степени. Как можно заметить, наиболее важной для респондентов оказалась «качественная» оценка русских программистов, почти столь же значимой стала величина их зарплаты. То есть основными идентифицирующими признаками русских программистов для большей части аудитории стали признаки «многократные победители чемпионатов», «высокоинтеллектуальные», «талантливые» и «обеспеченные (с высоким уровнем заработной платы)». По замечанию авторов *Философского энциклопедического словаря*, «условием всякой идентификации является то, что сущность вещи, лица и т. д. резко выражена и живо схватывается» [11, 169–170]. Акцент на указанных выше признаках, сделанный автором с помощью использования значительного количества позитивно окрашенной оценочной лексики («чемпион», «победитель», «талантливый», «умный», «одаренный», «успех» и др.) и повтора предложения о высоких зарплатах программистов, выделенного, кроме того, красным шрифтом, может служить одной из возможных причин их значимости для респондентов.

Вместе с тем некоторые когнитивные идентифицирующие признаки ТК «Русские» выпали из поля зрения части аудитории. Так, признаки «трудятся на благо родины» и «востребованные специалисты» привлекают внимание меньшего числа респондентов, отходят на второй план. Признаки «сдержанные (неразговорчивые)» и «проживают на родине (не уезжают из страны)» практически не привлекли внимание читателей, подавляющее большинство респондентов не сочло их важными. Низкое число упоминаний данных признаков может быть связано в том числе с характерными для части респондентов скачкообразным восприятием центральных абзацев и беглым, просмотровым чтением финальной части публикации.

Итак, на наиболее важных идентифицирующих признаках ТК автор делает акцент: а) с помощью повтора элементов текста (отдельные лексемы, тезисы смысловой структуры текста и др.), репрезентирующих данные признаки; б) с помощью постановки их в сильную (выделенную) текстовую позицию (заголовок, подзаголовок, лид, врезка и др.); в) путем особой организации эмоционально-оценочной стороны текста. Подобная смоделированная автором «выраженность» признака способствует лучшему восприятию и запоминанию последнего. В данном случае такими выраженными идентифицирующими признаками, актуальными для читателей, оказались качественная оценка русских (российских) программистов и их обеспеченность.

Одновременный анализ КД-практик автора и адресанта медийного сообщения позволяет учесть динамический и двунаправленный характер становления смысла в дискурсе, выявить дискурсивные идентифицирующие признаки объектов с позиций разных участников коммуникативного процесса.

1. Булатова Э. В. Когнитивно-дискурсивные практики автора и адресата креолизованного медиатекста // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2016. Т. 22, № 4 (156). С. 25–35.

2. Булатова Э. В. Текстовый концепт «война» и его дискурсивная реализация // Лингвокультура и концептуальное пространство языка : сб. ст. СПб., 2016. Вып. 10. С. 295–302.
3. Булатова Э. В., Ефимова Т. Ю. Смысловая структура креолизованных текстов малоформатных жанров СМИ // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 4 (119). С. 28–36.
4. Дробизева Л. М. Идентичность и этнические установки русских в своей и иноэтнической среде // Социол. исслед. 2010. № 12. С. 49–58.
5. Енина Л. В. Идентичность как дискурсивный концепт и механизмы дискурсивной идентификации // Полит. лингвистика / гл. ред. А. П. Чудинов (Екатеринбург). 2016. Вып. 6 (60). С. 159–167.
6. Калганова С. О. Россия как дискурсивный объект СМИ: тематические направления идентификации // Информационное поле современной России: практики и эффекты : сб. ст. XIII Междунар. науч.-практ. конф. (20–22 окт. 2016 г.) / под ред. Р. П. Баканова. Казань, 2016. С. 193–202.
7. Майданова Л. М. Очерки по практической стилистике : для студентов-журналистов. Свердловск, 1987. 184 с.
8. Майданова Л. М. Практикум по современному русскому литературному языку. Екатеринбург, 2007. 528 с.
9. Словарь русского языка : в 4 т. М., 1981. Т. 1 : А–Й. 698 с.
10. Соколов-Митрич Д. Вы тут чё, самые умные? [Электронный ресурс] // Рус. репортер. 2013. 9 июля. URL: <http://www.rusrep.ru/article/2013/07/09/umnye/> (дата обращения: 15.01.2017).
11. Философский энциклопедический словарь. М., 1998. 576 с.

Статья поступила в редакцию 19.04.2017 г.

УДК 070.22 + 070.41 + 316.35

М. Ф. Попова

СПЕЦПРОЕКТЫ В МАЛОЙ ПРЕССЕ КАК ГЛАВНОЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Статья посвящена обобщению опыта малой прессы, под которой мы понимаем районные и городские газеты, имеющие относительно невысокий тираж и работающие на локальную аудиторию. В нынешней ситуации выживания многие издания делают ставку на специальные проекты и акции. Тщательно спланированные и организованные, они становятся действительно серьезным конкурентным преимуществом — помогают создавать актуальный контент и способствуют формированию устойчивых доверительных отношений редакции и читателя.

К л ю ч е в ы е с л о в а: малая пресса; аудитория; контент; конкурентные преимущества; социум; результативность; социальный проект; информационный проект.

Журналистика проективна по определению. И как профессионально-творческая деятельность в том числе. Корреспондент не только анализирует ситуацию, дает ей оценку, но предлагает некие варианты решения проблемы. Реальная модель

ПОПОВА Мария Федоровна — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета (e-mail: maria.f.popova@gmail.com).

© Попова М. Ф., 2017

действий для достижения желаемого результата — в этом и есть суть проекта. За ней стоит четкое знание положения дел «здесь и сейчас» и более-менее четкое представление о том, как должно быть. Чем лучше автор знает ситуацию, возможности и условия ее развития, тем конкретнее и конструктивнее получается программа. Затевать какой-либо проект — «конструирование индивидом, группой или организацией действия, направленного на достижение социально значимой цели и локализованного по месту, времени и ресурсам» [3, 9] — вынуждают редакцию, как правило, проблемные обстоятельства социальной действительности. Причем это касается не только социальных, но и информационных, и маркетинговых проектов. «Жизнь заставляет» — так можно резюмировать ответы журналистов-практиков на вопрос «Что побуждает редакцию к проектной деятельности?»¹.

Собственно, газета — это тоже проект, информационный, социальный и коммерческий одновременно. У нее есть константные элементы: учредитель, аудитория, концепция, цель, задачи, алгоритм их реализации, но периодически назревает необходимость серьезных реформ. Перефразируя расхожий афоризм: все начинается как ересь, а заканчивается общим местом, скажем: СМИ выходит на медиарынок как уникальный проект, но становится со временем повседневностью, обыденным делом. И тогда начинается поиск идей для свежих проектов (субпроектов), как то: использование новых информационных технологий, освоение дополнительных коммуникативных ресурсов и площадок, разработка социально значимых кампаний, создание особых информационных продуктов для актуальных аудиторных групп. В типичном случае это спецвыпуски, приложения, страницы: детские, молодежные, для пенсионеров, для сельских жителей, литературные, досуговые («Кукарямба», «Муравейник», «Ежкин кот», «Для Соленки и Солешки», «Детвора», «Молодежь Лысьвы», «Флешка», «Сам такой», «Проселки», «Народная газета»...). Проект — это инициатива, уход от банальности, и как всякая инновация, она предполагает преобразование реальности. Устойчивая модель и стабильно доверительные отношения с аудиторией становятся надежной «подушкой безопасности» для экспериментов и новаций: читатель поддержит, учредитель поймет, бизнес поможет (если мотивированно обратиться). Для любого СМИ такие перемены схожи с джазовой импровизацией: звучит совершенно по-новому, но основная мелодия не просто сохраняется, а становится при этом ярче и выразительнее.

В повседневной редакционной практике понятия «акция» и «проект» часто используются в качестве синонимов. Подмена понятий приводит к неверному выбору технологий их реализации и в итоге — к низкой результативности. В газете «Искра Прикамья» (с. Елово) 25 января 2017 г. под рубрикой «акция» опубликовали результаты опроса молодых земляков «Планы после учебы в городе». Редакция подготовила несколько лаконичных актуальных комментариев. Этим все и закончилось. Собственно, и акции здесь не было, ибо дальше констатации

¹ Основу данной статьи составили мнения участников открытого жюри по номинации «Социальные проекты» областного фестиваля журналистов Прикамья «Журналистская весна» 2015 г. (г. Добрянка), материалы семинаров по означенной теме в двух клубах журналистского мастерства — «Золотое перо», «Слово и дело» — Пермского края в 2016 и 2017 гг., результаты мониторинга 22 газет (более 300 номеров), анализ текстов медиасопровождения проектов в этих изданиях.

факта журналисты не продвинулись. Опрос и последующее обсуждение его результатов могли бы стать начальным этапом долгосрочного социально значимого регионального проекта о молодых специалистах, в которых остро нуждается район.

Акция — *действие* единовременное, часто спонтанно возникшее с целью привлечь внимание или решить одну или несколько локальных задач. Это, по сути, порыв: сбор денег на лечение ребенка или теплых вещей для детских домов и домов престарелых, помощь погорельцам или решение неотложной экологической проблемы («Не один в беде», «Помогите спасти жизнь», «Добрая посылка от доброго сердца», «Батарейки, сдавайтесь!» «Накорми птаху», «Птичье новоселье»). Акции могут быть и традиционными, ежегодными: снаряжаем детей в школу, становимся Дедами Морозами для социально незащищенных детей и взрослых, собираем открытки и подарки ко дню пожилого человека, организуем донорские дни. Сделали — и можно забыть до следующего года. Но иногда акция перерастает в проект или становится одним из его этапов. Акции не просто решают локальную проблему, участие в них помогает человеку почувствовать себя гражданином. Читатель может включиться в обсуждение проблемы, выразить собственное мнение — это и есть общественная активность. Он может быть вовлечен в реальные дела: надевает брезентовые рукавицы и выходит с экологическим десантом чистить берег реки, запасается игрушками и идет в детский дом, отказывает себе в бутылке пива и переводит 100 руб. в помощь больному.

Газета «Зори плюс» (г. Добрянка) вот уже 6 лет ежегодно проводит акцию «Благотворительный календарь». В календаре печатаются фотографии, которые публиковались на страницах газеты в течение года в рамках каких-либо конкурсов. Средства от продажи календаря передаются на лечение детей и иные благотворительные цели.

Спецпроект в отличие от акции — управляемая система организационных и информационных событий, направленная на решение серьезной социальной проблемы. Он, как правило, имеет четкие временные границы, проработанную подробную программу действий, где прописаны концепция, цели, задачи проекта, бюджет мероприятий, этапы реализации и возможные партнеры-участники. Обычно такой документ называют целевой комплексной программой. (Надо сказать, что программно-целевой метод — не ноу-хау. Он успешно применялся и в советских газетах, обеспечивая высокую результативность организационно-массовых инициатив редакции.)

Аудитория газеты видит проект как цикл продуманных журналистских публикаций, системно выстроенных в виде регулярно выходящих подборок или тематических полос. Они часто имеют особое дизайнерское решение, уже визуально, графически выделены из общего контента: клишированной рубрикой, сквозной нумерацией полос или публикаций. Наличие нескольких проектов разного уровня и направлений в значительной мере определяет контент-стратегию издания, «в которой акцентируются содержательные компоненты: направленность, информационно-смысловое наполнение, средства и способы воздействия на аудиторию» [6, 123].

Проект сам по себе может быть и благим, и продуманным, а результат — нулевым, если его внешняя — вне редакционная часть отсутствует или слабо работает.

В проектной деятельности, особенно на этапе реализации программы, уже недостаточно только публиковать качественные журналистские тексты. Главный фактор результативности — соучастие всех заинтересованных сторон, а газета становится организующим и информационным центром. Современные редакции обычно выходят на дополнительные коммуникационные платформы — на сайты, в социальные сети. Практика, в том числе малой прессы, показывает, что в сфере благотворительности, особенно когда нужны срочные меры, Интернет уверенно занимает место главного агрегатора контента. В социальных сетях активно формируются добровольческие движения, быстрее и эффективнее проходят сбор пожертвований, организация массовых мероприятий, флешмобов. Это лучше работает на молодую и социально мобильную аудиторию.

Продуманный и грамотно анонсированный проект помогает преодолеть разобщенность, объединить усилия всех слоев и групп населения. На разных этапах его реализации привлекаются и заинтересованные участники, и спонсоры. Причем если это действительно актуально для территории, вполне возможно получить для осуществления проекта региональный или отраслевой грант — приличные живые деньги. Над подобными программами ежегодно работает редакция газеты «Осинское Прикамье» (г. Оса). 17 лет организует конкурс «Человек года» редакция газеты «Искра» (г. Лысьва). Это мероприятие стало в районе одним из самых значительных и знаковых. Если в первые годы действия проекта редакция прилагала немало усилий, чтобы найти спонсоров, то сегодня, по словам редактора Е. И. Орловой, конкурс еще не объявлен, а самые разные организации района уже заявляют, что именно они будут награждать победителей в той или иной номинации.

Значимым фактором результативности проекта являются его необычность, креативные технологии исполнения. В районных и городских изданиях проекты и акции, что называется, «по силам»: не глобальные, не масштабные, часто без особой оригинальности решения, однотипно повторяющиеся в разных изданиях. Проблемы в глубинке часто одни и те же и возможности редакций схожи. Хотя и в местных медиа случаются и реализуются уникальные идеи, которые становятся брендом газеты: «Парнасские забавы» («Искра», г. Лысьва), «Бронзовое весло», «Кунгурский гамбит» и «Дармарка» («Искра», г. Кунгур), «Вести из Незлюкино» («Зори плюс», г. Добрянка), «Нашла говорья» («Верный путь», с. Орда)...

Все выявленные на страницах рассмотренных изданий проекты (и акции) по степени участия журналистов в их разработке и осуществлении могут быть определены как (1) **собственные**, где редакция — инициатор и основной исполнитель всех программных мероприятий. Таких примеров немало (о части из них сказано выше). Однако, как показал мониторинг, в большинстве случаев мы видим (2) **соучастие** — совместные проекты с общественными организациями и предприятиями, с государственными структурами и НКО. Самым показательным примером подобного соучастия может служить федеральный проект «Бессмертный полк». Он давно уже покинул столицы и выходит 9 Мая на улицы сельских поселений. И неважно теперь, сами ли внуки-правнуки распечатали портреты ушедших из жизни ветеранов или спонсоры, но в очень многих семьях в этот день говорят: «Ну вот, сводили дедушку на парад Победы». И нет, наверное, в нашей

стране газеты, которая не участвовала бы в организации этого мероприятия и не рассказала бы о нем в праздничных репортажах.

Еще чаще встречаются варианты (3) **информационной поддержки** чьих-либо инициатив. Впрочем, в ходе обсуждения участники семинаров пришли к мнению, что это, собственно, и есть профессиональные обязанности журналистов. Соучаствовать — значит не только рассказать об инициативе, анонсировать мероприятия, сообщать о промежуточных этапах и итогах проекта, но и осуществлять активную деятельность в процессе реализации этих проектов: опросы, конкурсы, рейды, мониторинг, персоналии, публикация мнений участников и «наблюдателей», организация широкого обсуждения проблемы и динамики ее развития. Газета «Рассвет» (с. Барда) в течение 2016 г. активно участвовала в ярком проекте «К 130-летию со дня рождения великого татарского поэта Габдуллы Тукая». На счету газеты «Верный путь» (с. Орда) в 2016 г. даже два долгосрочных региональных проекта: «85-летию района — 85 мгновений жизни» и «Орда. Преображение: Люди». Локальные медиа становились партнерами разных проектов: культурных («Год литературы», «Тотальный диктант»), спортивных («Лыжня России», «Майская прогулка»), благотворительных («Соберем ребенка в школу», «Ребенок ищет семью», «Каждый может стать Дедом Морозом»), социальных («Бросай курить и выиграй», «Ищу работу», «Подари мне жизнь», «Безопасное движение»), экологических («Батарейки, сдавайтесь!», «Фоторапорт “Я помогаю природе”»), краеведческих («Мой район от “А” до “Я”», «Добрянские улицы», «Старый альбом», «Сегодня, 70 лет назад», «85-летию района — 85 мгновений жизни»). Кстати, краеведческая тема в малой прессе сегодня особо популярна и актуальна. По мнению журналистов, люди, принадлежащие к среднему поколению, не говоря уж о молодом, совершенно не знают свой район, не бывали даже в соседних поселениях. Вместе с газетой читатели путешествуют по родному краю. Такой проект в ряде случаев завершается изданием книги, фотоальбома, как минимум, их электронной версией.

Зачем участвовать в чужих проектах? — Чтобы они грамотно осуществлялись. Так, на семинаре активно обсуждалась ситуация, о которой писали журналисты в ревдинской газете «Городские вести». Это была инициатива граждан: «Мы не хотим быть участниками аварийного движения». Не дожидаясь властей, люди засыпали щебнем опасные ямы на четырех улицах. Реакция властей последовала незамедлительно: «Там уже на прошлой неделе велись проектные работы. А граждане все сделали неправильно. Будем переделывать». Участники семинара в ходе обсуждения пришли к мнению, что если бы коллеги-журналисты не ограничились информированием, а стали соучастниками этого проекта, такого бы не случилось. Они, как минимум, изучили бы ситуацию и позиции всех заинтересованных сторон. «Главные функции СМИ в местном сообществе — обеспечение прозрачности и подотчетности органов местного самоуправления и организация общественного участия в решении местных проблем» [4, 6].

По целевой установке проекты принято делить на информационные, коммерческие и социальные. [2, 51]. Цель **информационных** проектов — дать людям новые знания, углубить и расширить представления читателя в какой-либо сфере. «Искра» (г. Кунгур) каждый год начинает информационный марафон

под рубрикой «Проверено на себе». Журналисты газеты строили собственный дом («Уроки кума Тыквы»), в наступившем году «разводят кроликов» («Братец кролик»). «Искра Прикамья» (с. Елово) начала календарный 2017 г. рубрикой «Еловчанка ведет семейный бюджет под запись». Потребность в информационных кампаниях высока. Без нее не обойтись в преддверии памятных дат, региональных знаменательных событий и юбилеев.

Цель **социальных** проектов в районных и городских газетах — «организовать земляков для позитивных изменений в жизни местного сообщества» [5, 30]. Подавляющее большинство рассмотренных газетных кампаний подходят под это определение. Проект, особенно функционально завершенный: спасли человека, отстояли школу или ФАП (фельдшерско-акушерский пункт), не допустив их закрытия, пустили автобус до дальней деревни — это подтверждение авторитета газеты и доверия к журналистам. В таких случаях реакция всех субъектов информационного процесса оперативна и почти закономерна. Газета «Родник» (с. Уинское), борясь за чистоту в райцентре и округе, публикует фотофакты неблагополучия: вот свалка, а вот виновник — магазин «Пятерочка». Ответ официального представителя компании тут же появляется на сайте и напечатан уже в следующем номере. Другой случай в этой же газете: редакция публикует письмо о несправедливом распределении лесничеством древесины для молодых и многодетных семей. Редактор пишет под письмом: «Поделился этой информацией с прокуратурой. Следите за публикациями в газете». Реакция на сайте: «Слежу. Приветствую».

Коммерческий проект, поскольку мы говорим о работе редакции, — это действия, направленные на продвижение издания, увеличение продаж и подписного тиража газеты, например, «Подписка как целевая комплексная программа». Однако системный подход — чтобы в каждом номере работал хотя бы один какой-то элемент маркетинга — ни в одном издании не выявлен. В типичном случае дважды в год, в рамках подписной кампании, активизируются промоакции. Самые частотные варианты — конкурсы: фотографий («Я и газета») и частушек («За задорную частушку вам газета дарит кружку»; «Эх, газета “Верный путь”, / Как тебя не упрекнуть! / Раз в неделю получаем / И поэтому скучаем»). Популярны спортивные эстафеты, «Дни газеты» на предприятиях, «Выездные редакции» в села района с последующей публикацией развернутых отчетов. Например, «Наша газета» (п. Октябрьский) 26 января 2017 г. посвятила весь номер рассказу о поездке своих сотрудников в село Богородск — «По тракту, по широкому тракту». В ряде редакций отмечены попытки создать совместные проекты с рекламодателями, соединить свои и их интересы (С пользой для читателя // Наша газета. 2017. 16 февр.).

Самопрезентация — одно из самых слабых мест в редакционной маркетинговой политике. Отсутствие самопрезентации объясняется обычно тем, что «лучшая реклама для газеты — ее содержание». Тираж газете делает, конечно, контент. Но информационная составляющая (сопровождение) проектов, в том числе коммерческих, может его наполнить, актуализировать. Это востребованный публикой материал. В чем убеждают и результаты социологических исследований: в предпочтениях читателей на четвертом месте, после новостей, аналитики и инфографики, — спецпроекты [1, 47].

Профессионально реализованный проект — серьезное конкурентное преимущество. Он работает на имидж газеты, увеличивает количество, качество и эффективность контактов с читателями всех уровней (граждане, чиновники, власти, общественники, эксперты), способствует доверительным отношениям редакции и аудитории, что влияет на продвижение издания и на его коммерческий успех.

-
1. *Вырковский А. В.* Какой контент предпочитает аудитория? // Журналист. 2016. № 5. С. 46–49.
 2. *Дзялошинский И. М.* Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезным людям. М., 2006. 104 с.
 3. *Луков В. А.* Социальное проектирование. М., 2007. 240 с.
 4. Местная газета — инициатор общественного диалога / под ред. В. Юкечева. Новосибирск, 2009. 180 с.
 5. Проектный подход как знаковая инновация // Журналистика и медиарынок. 2016. № 5. С. 27–43.
 6. *Фролова Т. И.* Контент-стратегии СМИ: к определению понятия // Творчество, профессия, индустрия : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. М., 2017.

Статья поступила в редакцию 17.05.2017 г.

УДК 070.3 + 070.1 + 81'33 + 316.774

Р. Л. Исхаков

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ НАУЧНОГО ПОЗНАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ПРАКТИКИ

В статье представлены результаты библиометрического исследования 1106 диссертаций, принятых к защите в 2000–2013 гг. по специальности 10.01.10 «Журналистика». Журналистика как объект диссертационных исследований рассматривается в качестве факта научной деятельности. Анализируются онтологические и гносеологические аспекты научного исследования журналистских практик народов России. Автор определяет этническую журналистику как прикладную филологию.

К л ю ч е в ы е с л о в а : журнализм; дисциплинарный образ науки; отношение «факт действительности — факт знания»; репрезентант; референтная концепция факта; знание о «незнании»; Национальная ассоциация исследователей массмедиа (НАММИ); прикладная филология.

Главная задача современной науки о журналистике — развитие возможностей управления творчеством. Профессиональное образование и наука идут рука об руку. Теоретическое знание о журналистике отдельные исследователи,

ИСХАКОВ Рафаиль Лутфуллович — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета, член-корреспондент Академии энциклопедических наук (e-mail: rafa-iskhakov@yandex.ru).

© Исхаков Р. Л., 2017

в частности Е. И. Ахмадуллин, Ю. В. Лучинский, Л. Г. Свитич, называют *журнализмом*.

В 2016 г. нами было завершено библиометрическое исследование сплошной выборки из 1106 диссертаций по специальности 10.01.10 «Журналистика», принятых к защите в 2000–2013 гг. [8] (табл. 1).

Таблица 1

Динамика защиты диссертационных исследований (2000–2013 гг.)

Год	Число диссертаций	% от общего числа диссертаций
2000	36	3,3
2001	47	4,2
2002	53	4,8
2003	62	5,6
2004	82	7,4
2005	86	7,8
2006	127	11,5
2007	107	9,7
2008	86	7,8
2009	114	10,3
2010	107	9,7
2011	105	9,5
2012	41	3,7
2013	53	4,8
Итого	1106	100,0

Диссертационное дело (часть научной практики) мы воспринимаем как единство *опредмечивания* и *распредмечивания*. Эти термины, которыми определяются характерные особенности предметной деятельности человека, использованы в философии Гегеля [15].

Опредмечивание и распредмечивание суть те противоположности, конкретное тождество которых и есть предметная деятельность. Определенное — это переход совершаемого субъектом процесса в объект, превращение действующей способности в форму предмета. Распредмечивание — это обратный переход предметности в живой процесс, в действующую способность: оно есть творческое начало освоения субъектом предметных форм культуры, а посредством их — также и природы.

Рассматривая определеномечивание и распредмечивание в единстве, Маркс раскрывает место труда в жизни человека, показывает, что своим трудом человек активно преобразует, очеловечивает объективный мир, создавая свою особую «человеческую действительность», мир культуры (в результате определеномечивания, которое выражает активную сторону труда).

Таким образом, опредмечивание — процесс преобразования и воплощения душевных человеческих сил и способностей из умственной формы, образа в свойства предмета (в нашем случае — диссертационного исследования).

Журналистика как объект диссертационных исследований: библиометрический анализ. В 2000–2013 гг. к защите в диссертационные советы страны были представлены 987 кандидатских (89,2 %) и 119 докторских (10,8 %) диссертаций по филологическим (86,4 %) и политическим (13,6 %) наукам (табл. 2).

Таблица 2

Распределение кандидатских и докторских диссертаций по отраслям науки

Искомая степень	Отрасль науки				В целом	%
	филологические науки	%	политические науки	%		
Кандидат наук	853	89,9	134	85,3	987	89,2
Доктор наук	103	10,1	16	14,7	119	10,8
Итого	956	100,0	150	100,0	1106	100,0

Совершенно очевидно, считает А. Е. Богдаевский, что «многие тенденции развития медиа в XXI в. невозможно описать терминами, относящимися к предыдущему этапу научной парадигмы» [1]. О необходимости развития теории медиа пишут В. М. Горохов и М. Г. Шилина. Более того, по мнению Д. Дунас, возникла даже необходимость классификации существующих теорий СМИ [6, 27–41].

Исследование показало, что в теоретическом знании о журналистике — журнализме — формируется и развивается то, что известный отечественный философ, культуролог и науковед доктор философских наук А. П. Огурцов называет «дисциплинарным образом науки» [21]. Под ним понимается подход к науке, который рассматривает ее с позиции лиц, включенных в акты обучения, с позиций «учителя» и «ученика». Решающей характеристикой для определения статуса и структуры научного знания, по его мнению, оказывается иерархически-дистанцированное отношение между учителем и учеником, способы бытия знания в актах коммуникации между лицами, выполняющими различные социальные роли в системе образования — учителя и ученика.

Научная дисциплина понимается как определенная форма систематизации научного знания, связанная с его институализацией, с осознанием общих норм и идеалов научного исследования, с формированием научного сообщества, специфического типа научной литературы, с определенными формами коммуникации между учеными, с созданием функционально автономных организаций, ответственных за образование и подготовку кадров.

К примеру, в соответствии с установками уральской школы журналистики для обучающегося знание предстает как дисциплина [11, 12, 29], для обучающего — как

доктрина [3, 9, 10, 13, 22, 23, 28, 31]. С точки зрения людей, ведущих обучение, весь корпус знания оказывается совокупностью доктрин¹.

Наше исследование показало, что защиты диссертаций проводились в 54 диссертационных советах научных учреждений (Институт русской литературы (Пушкинский дом) Российской академии наук) и высших учебных заведениях страны². В 16 диссертационных советах принято к защите по 10 и более докторских и кандидатских диссертаций.

Как показал анализ, территориально места защиты диссертаций распределяются практически по всей стране. Лидирующие десять мест занимают такие высшие учебные заведения, как МГУ, СПбГУ, Российский университет дружбы народов (РУДН), Академия медиаиндустрии (бывший ИПК работников ТВ и РВ), Российская академия государственной службы при Президенте РФ (РАГС), Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Воронежский, Кубанский, Ростовский, Казанский и Уральский университеты. В этих университетах (20,4 %) защищено 954 (86,3 %) диссертационные работы. Из числа созданных в 2010-е гг. федеральных университетов в списке значатся лишь Южный (Ростов-на-Дону), Приволжский (Казань), Уральский (Екатеринбург) университеты. Нет Арктического (Архангельск), Балтийского (Калининград), Восточно-Сибирского (Якутск), Сибирского (Красноярск) университетов (табл. 3).

Мы исходим из того, что теория журналистики представляет собой отражение исследователем журналистского творчества как объекта исследования через некий репрезентант [4]. В науке, так же как и в искусстве, мы видим не сам объект, а репрезентацию объекта. Создаваемые нами когнитивные артефакты — это модели, т. е. репрезентации для нас самих того, что мы делаем, чего хотим, на что надеемся.

В ноябре 1994 г. в Уральском университете Н. С. Рыбаков защитил диссертацию на соискание ученой степени доктора философских наук по специальности 09.00.01 «Диалектика и теория познания». В основу диссертации была положена монография автора «Факт. Бытие. Познание» [25].

В обыденном и научном сознании двойственность первичной интуиции факта отражается в понятиях «факт действительности» (то, что имеет место в действительности) и «факт знания» (то, что зафиксировано субъектом, вошло в сознание). Если на первый план выходит понятие «факт действительности», то используется концепция онтологизма в интерпретации природы факта. Если же отдается предпочтение понятию «факт знания», то применяется концепция гносеологизма. Отношение «факт действительности — факт знания», как показал Н. С. Рыбаков

¹ В такого рода организации научного знания, несомненно, обнаруживается книжный характер «римского» образования и «римской» науки. Римская наука в отличие от ряда греческих изысканий имела в основном прикладной характер. Характерной чертой было изложение научных вопросов в литературно-занимательной форме. Особенного расцвета достигли юриспруденция и сельскохозяйственные науки, большое число трудов было посвящено архитектуре и градостроительной и военной технике. Крупнейшими представителями естествознания были ученые-энциклопедисты.

² В базу данных DisserCat были включены и советские вузы до распада СССР — Белорусский, Вильнюсский, Казахский, Киевский, Кыргызский, Таджикский университеты. В современный список на основании договоров ВАК РФ с вузами стран — бывших союзных республик включены Абхазский университет, Курган-Тюбинский государственный университет, Кыргызско-Российский (славянский) университет, Российско-Таджикский (славянский) университет.

Таблица 3

Распределение диссертаций в зависимости от места защиты

Место защиты (научное учреждение)	Искомая степень				Итого	%
	кандидат наук	%	доктор наук	%		
МГУ	317	28,7	21	1,9	338	30,6
СПбГУ/ ЛГУ	136	12,3	38	3,4	174	15,7
РУДН	91	8,2	3	0,3	94	8,5
Академия медиаиндустрии / Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания	53	4,8	7	0,6	60	5,4
РАГС/ РАНХиГС	53	4,8	4	0,4	57	5,2
Воронежский государственный университет	50	4,5	5	0,5	55	5,0
Кубанский государственный университет	45	4,1	7	0,6	52	4,7
Ростовский государственный университет / Южный федеральный университет	31	2,8	3	0,3	34	3,1
РГГУ	28	2,5	4	0,4	32	2,9
Казанский государственный университет / Приволжский федеральный университет	29	2,6	0	0,0	29	2,6
УрГУ/ УрФУ	23	2,1	6	0,5	29	2,6
Таджикский национальный университет	20	1,8	5	0,5	25	2,3
Ставропольский государственный университет	11	1,0	2	0,2	13	1,2
Тверской государственный университет	12	1,1	1	0,1	13	1,2
Алтайский государственный университет	11	1,0	0	0,0	11	1,0
Российско-Таджикский (славянский) университет	7	0,6	3	0,3	10	0,9
Итого	917	89,2	109	10,8	1026	100,0

вслед за Л. С. Меерзон, есть снятие дилеммы [26, 17–20]. Л. С. Меерзон не раз подчеркивала, что «отношение “факт действительности — факт знания” есть важнейшее гносеологическое отношение, вне которого нельзя рассматривать сущность факта» [16–18]. Отношение $\Phi_1 - \Phi_2$ (Φ_1 — факт действительности;

Φ_2 — факт знания) выражает суть *референтной концепции факта*. Референтная концепция исходит из принципа отражения: факт действительности отражается в факте знания (Φ_2 есть образ Φ_1). В ней обнаруживаются две линии отношений: *онтологическая* (факт — вещь) и *гносеологическая* (факт — истина) [26, 17].

В библиографическом указателе «Журналистика» Л. Г. Фещенко (СПбГУ) впервые в России систематизировала информацию о 1244 кандидатских и докторских диссертациях по журналистике, выполненных в соответствии с шифром специальности 10.01.10 «Журналистика, филологические и политические науки» [31]. Области исследования описаны в паспорте специальности (<http://teacode.com/online/vak/p10-01-10.html>). Предметная определенность выявленных нами диссертаций показана в табл. 4.

Таблица 4

Сравнительная характеристика областей исследования в кандидатских и докторских диссертациях по журналистике

Область исследования	Число диссертаций	% от общего числа диссертаций
Периодика в целом	227	20,5
Совокупность СМИ	224	20,3
Телевидение	160	14,5
Не указано	155	14,0
Газета	95	8,6
Книжная публицистика	72	6,5
Журнал	53	4,8
Интернет	50	4,5
Радиовещание	47	4,2
Литературные издания. Критика	11	1,0
Мультимедийные СМИ	9	0,8
Фотожурналистика	8	0,7
Информационные агентства	8	0,7
Пресс-служба	4	0,4
Профессиональное образование	4	0,4
Гражданская журналистика	1	0,1
Плакат	1	0,1
Мобильная связь	1	0,1
Итого	1106	100,0

В составе журнализма, как и в любой другой науке, мы различаем:

- 1) накопленный в ходе развития данной науки фактический материал — результаты наблюдения и экспериментов;
- 2) результаты обобщения фактического материала, выраженные в соответствующих теориях, законах и принципах;
- 3) основанные на фактах научные предположения, гипотезы, нуждающиеся в дальнейшей проверке опытом;

4) общетеоретические, философские истолкования открытых наукой принципов, законов, мировоззренческой и методологической стороны научного познания [20].

Научно-исследовательская практика как опредмечивание и распредмечивание включает в себе три уровня:

- первый: познавательная деятельность вызывает в объекте или наследует от него такие изменения, которые аналогичны действию сил самой природы;
- второй: научное познание создает и воссоздает произведения культуры, наследует и творит ее ценности;
- третий: совершается опредмечивание и распредмечивание самого субъекта науки, его приобщение к другим субъектам, включение в межчеловеческие отношения, в историческую связь с обществом.

Знание о «незнании»: к вопросу об исследовательских проблемах. В ходе анализа нам удалось обнаружить исследовательские лакуны. В 2000–2013 гг. не было защищено ни одной диссертации по следующим 10 направлениям:

- особенности информационной парадигмы исследования;
- общее и частное в алгоритмах создания служебных и журналистских аналитических текстов;
- критерии эффективности массовой коммуникации;
- реализация образовательных, эвристических, культурно-рекреативных функций новейших СМИ;
- международное регулирование в сфере новейших СМИ;
- определение понятия «информационные процессы» с точки зрения синтеза информатиологии, психологии, социологии, медиалогии;
- проблемы формирования ответственности журналиста;
- зарубежный опыт организации хозяйственной деятельности средств массовой информации;
- виды, цели, задачи рекламы в средствах массовой информации; особенности развития рекламы в СМИ регионов России. Взаимосвязь коммерческих интересов инвесторов и средств массовой информации;
- журналист и государственная служба: позитивные и негативные стороны взаимодействия.

Обнаруженные лакуны позволяют нам сформулировать исследовательскую проблему как *знание о незнании* и рассматривать ее с двух сторон: с методологической и организационной.

Методологический аспект заставляет исследователей задуматься о соотношении знания и «незнания» о журналистике. Суть познания есть шаги по выделению «незнания». После того как объект (или какая-либо его сторона) выделен как непознанный, «перевести» его в знание — дело исследовательской технологии.

Для последующего анализа обозначим поля знания и «незнания»: область накопленного знания — V_1 и область выделенного на его основе «незнания» — V_2 . Соотношение знания (V_1) и «незнания» (V_2) можно представить как два вписанных круга. Очевидно, что $V_2 > V_1$, когда речь идет об объективных «фондах»

знания и «незнания», накопленных наукой, а не о субъективном их отражении в сознании конкретных исследователей³. Невозможность выделить в научном нарративе главное «незнание» (проблему) говорит о его ненаучности. Можно ли найти алгоритм поиска и вычленения незнания в текстах?

Оригинальные гипотезы и предположения, связанные с актуальными педагогическими проблемами воспитания и обучения, высказал в 1991 г. исследователь из Свердловского государственного педагогического института (СППИ), член Союза писателей России Б. Г. Матюнин, обосновывая «фундаментальную роль незнания в человеческой практике» [16].

Нас же интересуют выводы Б. Г. Матюнина, которые можно приложить к теории познания и которые позволят создать методологию получения «незнания».

Познание журналистики, как и любое гуманитарное познание, всегда есть огрубление действительности. Поэтому всякие попытки искусственно расширить объем знания за счет сужения объема «незнания» неизбежно ведут к недопустимому огрублению действительности и появлению ложных знаний: желаемое выдается за действительное.

В своих рассуждениях Б. Г. Матюнин видит отношение знания (V_1) и «незнания» (V_2) как некое постоянное отношение (const), и даже метафорически сводит его к «золотому сечению» — $5/8$ (в архитектуре, дизайне). Он использовал отношение $V_1/V_2 = 5/8 = \text{const} = \text{знание}/\text{«незнание»}$. Задача исследователя журналистики заключается в расширении «незнания» до объема, при котором достигается $\text{const} = V_1/V_2 = \text{const}$. Наше исследование показало, что результат «незнания» журналистики далек от const, далек от «золотого сечения»; он составляет $10/73$, или $1/7$.

По наблюдениям Б. Г. Матюнина, «объем знания постоянно накапливается дискретными порциями, а объем “незнания” расширяется скачками, которые получаются при контакте полученных знаний с имеющимся запасом знаний и опыта человека, а также при взаимодействии полученных знаний с окружающим миром, в результате чего и опредмечивается сфера незнания» [16, 17]. А для этого нужно время.

Можно сделать вывод, что для решения творческих задач вредно только накапливать знания (V_1), так как это уменьшает шансы достичь const, стагнирует познавательный механизм. Важно расширение эпистемологического поля «незнания» (V_2).

Организационный аспект анализа обнаруженных лакун в исследованиях позволяет нам говорить о современных теоретических исследованиях в области журналистики. На нынешнем этапе теоретического познания журналистики существуют различные типы рациональности — классический, неклассический и постнеклассический [27].

Как правило, исследования, за редким исключением, ведутся в парадигме классических исследований дисциплинарно организованной науки, когда

³ В образовательном процессе на факультетах журналистики результаты умственного развития можно измерять не по шкале знания, а по зеркальной шкале опредмеченного «незнания».

основным элементом выступает «физическая», предметная определенность журналистской практики.

Классическая наука имеет *фундаменталистский* характер: она исходит из идеи достоверного по своей природе научного знания. А потому все ее усилия направлены на построение финалистской системы знания, в рамках которой истина понимается как окончательное и завершенное знание⁴. В *гносеологическом аспекте* классической науке был присущ *объективизм*, означающий, что она осваивает предмет «сам по себе». Это приводит к элиминации из науки субъекта, игнорированию роли познавательных средств, их воздействия на объект познания.

Практическое отсутствие исследований в области методологии теоретического познания журналистики позволяет использовать резервы неклассического теоретического знания. В неклассической науке классическому объективизму противостоит *субъективизм*; это означает, что в «тело» знания «входит» *субъект*. Вторжение исследователя в конструирование объектов, по словам Бора, «напоминает старую истину: все мы являемся свидетелями и участниками великой картины бытия» [2].

Диссертации Л. Г. Свитич (Москва), В. В. Богуславской (Ростов-на-Дону) показывают, что рассмотрение журналистики в парадигме постнеклассических исследований только начинается. В современной постнеклассической науке объектами современных междисциплинарных исследований чаще становятся уникальные системы, характеризующиеся *открытостью* и *саморазвитием* [28]. Известные нам диссертационные работы философов В. Ф. Олешко (Екатеринбург), В. Д. Мансуровой (Барнаул) и В. С. Варакина (Архангельск) подготовлены в иных исследовательских полях, в частности, социальной философии, политической культуры и идеологии.

Новым этапом развития институциональных форм науки стало функционирование научных коллективов на междисциплинарной основе. В апреле 2011 г., обобщая накопленный отечественными исследователями опыт, декан факультета журналистики МГУ Е. Л. Вартанова выступила на международной конференции «Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения», озвучив предложение о создании Национальной ассоциации исследователей масс-медиа (НАММИ). «Мы прекрасно знаем, что такое петербургская, московская и уральская школа журналистики, — отметила она. — А можем ли мы ответить на вопрос, что такое российская школа исследователей журналистики? В последнее время российские коллеги начали активно выходить на международную арену. Некоторых из них я встречаю за рубежом гораздо чаще, чем в России. Сегодня с уверенностью можно говорить о том, что у российской школы медиаисследований есть свои собственные черты, которые отличают ее от американской или европейской школ. Голос, к которому прислушиваются в мировом сообществе» (<http://www.mediascope.ru/node/920>).

⁴ Образцом такой системы служит ньютоновская механика.

НАММИ объединяет ведущих исследователей из университетов Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Воронежа, Белгорода и других городов России. По замыслу авторов проекта, основной задачей ассоциации является «объединение интеллектуального потенциала исследователей и практиков в области средств массовой коммуникации, массмедиа и журналистики на федеральном и региональных уровнях» (<http://www.gipp.ru/viewer.php?id=36375>). Уже в 2012 г. была проведена I Всероссийская научная конференция НАММИ «Векторы развития медиаисследований в России».

Междисциплинарность размывает строгие границы между дисциплинами и обеспечивает появление новых открытий на стыках различных областей знания; утверждает установку на синтез знания в противоположность дисциплинарной установке на аналитичность. Междисциплинарность содержит в себе механизм «открывания» дисциплин друг для друга, их взаимодополнения и обогащения всего комплекса человеческих знаний.

Многоликая журналистика: проблемы познания этничности. На основании полученных в нашем исследовании результатов по 987 кандидатским и 119 докторским диссертациям мы составили матрицу, в которой по оси ординат расположены области исследования из паспорта специальности 10.01.10 «Журналистика» (75 критериев), по оси абсцисс — маркеры этничности (10 критериев). В матрицу двухмерного распределения нами были сведены 750 репрезентаций, полученных в ходе социологического исследования.

Руководствуясь методикой Меерзон — Рыбакова, мы рассматривали выявленные диссертации дихотомично:

- как объясняющие природу этничности, т. е. онтологично;
- как раскрывающие механизм познания этнической идентификации, т. е. гносеологично.

Разделяя выводы Б. Г. Матюнина о важности расширения эпистемологического поля «незнания», мы вовлекаем в это поле журналистские практики народов России и мира, так называемую этническую журналистику. Сам термин «этнические СМИ», а тем более «национальные СМИ», как считает известный исследователь этнической печати, ведущий научный сотрудник Института этнологии и антропологии РАН доктор исторических наук В. К. Малькова, не совсем корректен, хотя уже вошел в обращение и в научной литературе, и в журналистике [14]. Малькова выделила критерии этнической идентификации, на основе которых нами сформулированы маркеры исследования этнических СМИ.

Объяснить природу этничности можно, сопрягая сведения по таким переменным, как «область исследования» и «маркер этничности», и с помощью социологического метода двухмерного распределения выявляя специфическую информацию. Попытку дать структурные характеристики в 2011 г. предприняла А. А. Позина [24].

Маркер этничности заимствован нами из работы «Диагностика толерантности в средствах массовой информации» под редакцией В. К. Мальковой [5]. Этнически маркированные диссертации были ранжированы по рейтингу (табл. 5) [8, 224].

Таблица 5

Распределение диссертаций по этническому маркеру

Ранг	Этнический маркер	Количество диссертаций	
		всего	%
I	Страны и регионы	321	47,8
II	Лексемы	222	33,0
III	Этнический автор	160	23,8
IV	Этнические СМИ	98	14,6
V	Термины «национальные», «этнические», «глобальный»	30	4,5
VI	Национально-административные районы	29	4,3
VII	Язык	18	2,7
VIII	Этнические идеи	8	1,2
IX	Континенты	6	0,9
X	Этнонимы	4	0,6
XI	Национальные символы и ценности	1	0,1
	Итого	658	100,0

* П р и м е ч а н и е. Коэффициент Крамера [0, ... 1] — 0,581, вероятность ошибки — 0,10 %.

Научным изучением этнической журналистики занимаются лишь последние два десятилетия. Для российских исследователей барьером было то, что все издания выходили на национальных языках, и было практически невозможно комплексное изучение⁵. Среди работ этого времени следует отметить труды Ф. А. Аракелян, О. А. Богатовой, И. Н. Блохина, Н. А. Кондаковой, Ф. Т. Кузбекова, Ю. А. Мишанина, Р. П. Овсепяна, А. И. Станько, О. П. Сюгня, В. Д. Таказова, О. Д. Якимова. Близкими к данной тематике являются труды Н. Б. Кирилловой, В. К. Мальковой, Г. Г. Почепцова, В. А. Тишкова, Г. В. Кожевниковой, А. М. Верховского. Сложились и отдельные региональные центры исследований этнической журналистики (Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону, Казань, Саранск, Махачкала, Ханты-Мансийск, Якутск).

По нашему определению, этническая журналистика — это «превращенная форма этнической картины мира, в которой в иноязычных лингвистических нарративах находит выражение система ценностей и ценностных ориентаций этноса, его этнических стереотипов» [7, 10, 11]. В связи с таким пониманием мы считаем ее феноменом прикладной филологии. В 2013 г. на конференции «Вопросы развития филологии и литературы в России и мире. Современная литература и культурные традиции» в Институте филологии и искусств Казанского (Приволжского) федерального университета и в 2015 г. на VII Международной научно-практической конференции «Отечественная наука в эпоху изменений:

⁵ Очевидна трудность этой задачи. Создание шеститомной «Истории советской многонациональной литературы» (История советской многонациональной литературы: в 6 т. М., 1970) является первым опытом. «История...» освещает пути советской литературы в целом, с ее зарождения до начала 1970-х гг., отражает опыт более чем семидесяти лет. В издании дается характеристика общесоветского литературного процесса и содержится краткий анализ индивидуального пути каждой национальной литературы.

постулаты прошлого и теории нового времени» (Екатеринбург) мы представили этническую журналистику как прикладную филологию.

Прикладная филология — это новое направление в филологии, ориентированное на практическое применение филологических знаний во многих сферах современной жизни, и в первую очередь в журналистике. Умение строить эффективное общение и добиваться своей цели, используя полученные специальные филологические и коммуникативные знания, — вот сущность прикладной филологии.

1. *Богоявленский А. Е.* О термине I-медиа // Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. М., 2016. С. 5.

2. *Бор Н.* Теория атома и принципы описания природы // Бор Н. Избранные научные труды: в 2 т. М., 1971. Т. 2. С. 71.

3. *Быков А. Ю.* Современная зарубежная журналистика : конспект лекций. Екатеринбург, 2003. 118 с.

4. *Вартофский М.* Модели: репрезентация и научное понимание : пер с англ. / общ ред. и послесл. И. Б. Новика и В. Н. Садовского. М., 1988.

5. Диагностика толерантности в средствах массовой информации / под ред. В. К. Мальковой. М., 2002. 352 с.

6. *Дунас Д.* К вопросу о классификации теорий СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2011. № 4. С. 27–41.

7. *Исхаков Р. Л.* Эволюция тюркской печати в XX веке: от этничности к постэтнической идентификации (филологический анализ) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2009.

8. *Исхаков Р. Л.* Историко-теоретические основания изучения этнической журналистики. Екатеринбург, 2016. 228 с. [Препринт].

9. *Исхаков Р. Л.* Этническая журналистика : учеб.-метод. пособие. Екатеринбург, 2013. 190 с.

10. *Ковалева М. М.* Лекции по истории отечественной журналистики. Екатеринбург, 1996.

11. Курс и выг: о товарищах и о себе / отв. ред. Р. Л. Исхаков ; сост. Р. Л. Исхаков, Т. А. Меньщикова, Е. Г. Ушенин. Екатеринбург, 2011. 376 с.

12. Курс мой / сост. О. Балезин, М. Гущина, Р. Полянская (Бакшаева), С. Соловьев. Екатеринбург, 2006. 308 с.

13. *Лозовский Б. Н.* Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации : учеб. пособие. Екатеринбург, 2008. 212 с.

14. *Малькова В. К.* Этническая пресса современной России // Этносфера. 2011. № 1. С. 5.

15. *Маркс К., Энгельс Ф.* Собр. соч. 2-е изд. Т. 42. С. 121.

16. *Матюнин Б. Г.* Философско-педагогические проблемы незнания и нравственность. Свердловск, 1991. 32 с.

17. *Меерзон Л. С.* О некоторых спорных вопросах в освещении проблем факта науки // Филос. науки. 1971. № 2.

18. *Меерзон Л. С.* Проблема научного факта. Л., 1972.

19. *Меерзон Л. С.* Факт и закон // Философские и социологические исследования. Л., 1969. Т. 10.

20. Наука // Философская энциклопедия : 5 т. / гл. ред. Ф. В. Константинов. М., 1964. Т. 3. С. 565.

21. *Огурцов А. П.* Дисциплинарная структура науки, ее генезис и обоснование. М., 1988. 256 с.

22. *Олешко В. Ф.* Журналистика как творчество : учеб. пособие. Екатеринбург, 2002. 189 с.

23. *Олешко В. Ф.* Психология журналистики : учеб. пособие. Екатеринбург, 2006. 304 с.

24. *Позина А. А.* Этническая журналистика. Структурные характеристики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2011. № 3. С. 52–61.

25. *Рыбаков Н. С.* Факт. Бытие. Познание. Екатеринбург, 1994. 324 с.
26. *Рыбаков Н. С.* Факт. Бытие. Познание : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Екатеринбург, 1994.
27. *Стёпин В. С.* Классика, неклассика, постнеклассика: критерии различения // Постнеклассика: философия, наука, культура. СПб., 2009. С. 249–295.
28. *Стёпин В. С.* Саморазвивающиеся системы и постнеклассическая рациональность // Вопр. философии. 2003. № 8. С. 5–18.
29. *Стровский Д. Л.* История отечественной журналистики новейшего периода : лекции. Екатеринбург, 1998. 271 с.
30. Точка возврата / сост. О. Масленникова, Н. Новикова, Л. Машинова, В. Симагина, Г. Иванова. Екатеринбург, 2011. 336 с.
31. *Фещенко Л. Г.* Журналистика : библиогр. указ. дис. 1990–2010. Саарбрюккен, 2011. Ч. 1. 409 с.
32. *Фоминых В. Н.* Публицистический факт. Путь к оптимизации журналистского текста. Красноярск, 1987. 126 с.

Статья поступила в редакцию 15.03.2017 г.

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ИЗМЕНЕНИЯ ПРИНЦИПОВ ТРАДИЦИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

В эпоху цифровых технологий информационные ресурсы общества становятся определяющим фактором развития как в научно-техническом, так и социальном плане. Налицо и разнообразие источников получения информации, их новизна и информативность. Растет число интернет-сайтов, блогов, лонгридов, где содержательная составляющая подготовлена не журналистами, а обычными медиапользователями, чей медиаресурс становится выразителем общественного мнения. В итоге аудитория потребляет нужную ей информацию уже не только из традиционных, признанных СМИ, но и из ресурсов, составляющих альтернативу мнению медиасообщества. В статье рассматриваются подходы, обуславливающие возникший недавно профессиональный интерес к изучению альтернативных медиа, призванных скорректировать принципы традиционной журналистики.

Ключевые слова: альтернативные медиа; журналистика; принципы; объективность; условность; релевантность.

В первой трети XXI в. мы являемся свидетелями процессов эволюции информационного общества, становление которого активно изучалось различными исследователями на протяжении нескольких десятилетий [2, 3, 5]. Формообразование и разнообразие информационных связей привнесли в бытийность человека множество фундаментальных изменений: спрос на личностные и коллективные коммуникации постоянно возрастает, а сами источники информации быстро и эволюционно преобразуются благодаря новым технологиям и уже значительно отличаются от тех видов коммуницирования, которые использовались предыдущим поколением медиапотребителей.

ДМИТРИЕВ Олег Аркадьевич — кандидат филологических наук, профессор департамента медиа НИУ «Высшая школа экономики», советник Международного информационного агентства «Россия сегодня» (e-mail: dmitrievoa@gmail.com).

© Дмитриев О. А., 2017

Парадигма развития альтернативных медиа в теоретических и практических исследованиях

Дискуссия по альтернативным медиа в лингвистических, психологических и медийных исследованиях возникла уже на рубеже XX и XXI вв. Так, в частности, автор теории коммуникативного действия немецкий философ Юрген Хабермас, анализируя процессы становления информационного общества и принципы построения коммуникационных процессов, писал о том, что «изменить общество можно, меняя не производственные отношения, а структуру коммуникационных процессов» [10]. Ученый сформулировал два способа построения коммуникаций: «внешний», при котором инициатива исходит от структур, контролирующей деятельность общества, и идущий «изнутри», при котором повестка дня определяется согласно пожеланиям целевой аудитории. При этом механизме та или иная инициатива зарождается непосредственно в обществе, характеризуя представления индивидов о личностной и коллективной идентичности, их суждения о «картине мира», которые базируются на совокупности знаний об окружающей действительности. В свою очередь, «картина мира» обусловлена общим «фоном» любой ситуации в соответствии с мировоззрениями и устремлениями общества. В качестве примера можно привести освещение ситуации с допингом в российском спорте в 2016–2017 гг., когда большинству потребителей всемирных новостей представлялась картина виновности российских атлетов, в то время как журналистские расследования, доказывающие обратное, оставались «за бортом глобальных интересов» (см.: <http://truepublica.org.uk/contributor-news/rick-sterling-open-letter-world-anti-doping-agency-international-olympic-committee-regarding-mclaren-report-politicisation-doping-sports/>).

Сегодня медиапотребители сталкиваются с разницей в освещении событий крупными медиа и теми редакциями, которые выражают несколько иную точку зрения. В связи с этим в исследованиях применительно к крупным СМИ широко используется термин «мейнстримовские медиа» (англ. *mainstream media*), который объединяет все крупнейшие редакции, трактующие мировые события с использованием превалирующей точки зрения [15].

Так, в ходе проводимого нами исследования международных СМИ мы видим, что, например, освещение событий в Сирии в последнее время в мировых мейнстримовских медиа (BBC, CNN, FOX News) происходит в основном с помощью сообщений из одного источника, а также фотографий, подчеркивающих страдания мирных жителей. Альтернативные СМИ используют в дополнение к этому большое количество видеоматериалов, в которых журналисты и простые жители рассказывают о реальном положении дел. Все это оказывает влияние на формирование картины мира у аудитории разных медиа, где средства доставки контента, а также форма подачи материала играют не последнюю роль.

В этом плане интерес вызывает трактовка альтернативных медиа, предложенная Ульрихом Шмитцем, который провел многокомпонентный сравнительный анализ «старых» и «новых» средств массовой информации, рассматривая информационные связи с точки зрения их исторического развития и становления [21].

Исследователь различает три типа коммуникативно-информационных связей, которые располагаются друг за другом в исторической последовательности:

— «первичная коммуникация», основанная на устном контакте между людьми (речь, жестикуляция, мимика);

— «вторичная коммуникация», базирующаяся на технике письма и печати, без применения специальных технических средств со стороны адресата (письмо, книга, газета);

— «третичная коммуникация», связанная с обязательным применением технических средств не только для производства и передачи, но также и для приема соответствующих знаков (телефон, телетайп, кино, пластинка, радио, телевидение и т. д.).

Именно «третичная коммуникация», если пользоваться терминологией исследователя, и определяет механизм действия альтернативных медиа, которые используют не только другую точку зрения на события, но и разнообразные носители информации, которыми мейнстримовские медиа просто не пользуются в силу технологических, редакционных и других причин. Этот фактор особо выделяет и теоретик французского постмодерна Жан Бодрийяр, который считает, что стиль жизни человека может служить сюжетом для СМИ, а любая информация должна быть связана с событиями и в результате сама становится захватывающим событием [1]. В итоге при рассмотрении информации как «захватывающего события» можно подходить к анализу признанных СМИ и новых — альтернативных — медиа как инструменту, формирующему социально-информационную систему нового типа. Такой подход позволяет терминологически обосновать и возникновение структуры функционирования альтернативных медиа как таковых.

Однако определение понятия «альтернативные медиа» часто вызывало полемику среди исследователей [18]. Конечно, в медийной науке предпринимались попытки системно структурировать отдельные определения, превратив их в целостное терминологическое обоснование, но к позитивному результату эти попытки не привели [14], так как принципиально различались критерии и исследовательские подходы к изучаемому определению.

В частности, британскому исследователю субкультур Крису Эттону удалось создать типологию теорий альтернативных медиа, основанную на четырех направлениях [13]. *Первое* связано с технологиями создания многочисленных сообществ и их участием в производстве контента посредством обратной связи. *Второе* описывает дихотомию между «мейнстримовскими» и альтернативными медиа по следующим критериям: размер аудитории, степень политической ангажированности, система формирования редакционной политики. Исследователями *третьего* направления альтернативные медиа рассматривались как механизм построения гражданского общества. *Четвертый* подход выстраивался на исследованиях технологии трактовки представления информации на современных медиаплатформах.

Данные подходы находят отражение в различных определениях альтернативных медиа. Тем не менее наиболее удачной, как представляется, является точка зрения английского медиаэксперта Криса Эттона. Под термином «альтернативные СМИ» он понимает «разнообразие медиапроектов, которым присущи отличные

от традиционных формы развития и функционирования» [14]. Кроме этого исследователь обозначает ряд ведущих характеристик данного явления. Среди них:

- нетипичное, альтернативное традиционному содержание материалов;
- уникальная эстетическая форма, которая несколько ломает традиционное представление о дизайне;
- использование инновационных технологий и новых медиа в создании медиапродукта;
- изменение социальных отношений внутри авторского коллектива, депрофессионализация творческого подхода;
- развитие медиасообщества вокруг одного мультимедийного ресурса.

В свою очередь, канадские исследователи Патрик Андерссон и Джудит Стивман определяют альтернативные СМИ через их местоположение в медиасистеме. Они характеризуют этот тип СМИ как «медиа, занимающие нишу между андеграундными персональными проектами и массовым медиарынком, которые объединяют в себе элементы художественных, музыкальных и молодежных СМИ и способны рассказывать о простых вещах в необычной форме» [11].

Несколько иную позицию в этом вопросе занимает выдающийся лингвист современности, родоначальник теории «порождающей грамматики» Ноам Хомский [16]. По его мнению, альтернативные СМИ — это медиаструктуры, которые не отражают точку зрения корпораций и государственных структур по различным вопросам. Хомский предлагает свои критерии для определения степени альтернативности того или иного СМИ. Среди них прежде всего фигурируют форма собственности медиа, источники финансирования, источники информации, идеология.

Видимо, в первую очередь Хомский имел в виду такие формы медиакommunikации, как самиздат в СССР, а также «пиратские» радиостанции в США и Европе. Однако в последние годы этот исследователь и общественный деятель стал признавать наличие альтернативных элементов и в интернет-изданиях, например, BuzzFeed и Huffington Post, а также в работе круглосуточных международных телеканалов и интернет-порталов — RT, Aljazeera и др., которые предоставляют своей аудитории альтернативную информацию, идущую вразрез с мнениями и редакционной политикой таких «мейнстримовских» телеканалов, как ВВС, CNN, Deutsche Welle, даже несмотря на то, что финансирование их деятельности осуществляется Российской Федерацией и Катаром соответственно. Именно Хомский высоко оценил потенциал тех альтернативных каналов, чья позиция не совпадает с редакционной политикой ведущих американских СМИ, отражающих позицию американской администрации. Доказательством основательности и значимости данного постулата может служить изменение в предпочтениях избирателей во время выборов президента США 2016 г., победу в ходе которых одержал Дональд Трамп.

Приведенные обоснования позволяют говорить о появлении так называемой альтернативной журналистики [17], которая представляет собой совокупность медиапродуктов, идущих вразрез с семантикой содержания корпоративных и мейнстримовских средств массовой информации. В данном случае «мейнстрим»

определяется как совокупность основных направлений и господствующих тенденций в мировых и региональных СМИ.

В связи с этим целесообразно обратить внимание на модели интерпретации, предложенные Стюартом Холлом [19]. По данным этого исследователя, интерпретация контента является критической в том случае, если при его потреблении возникает мотивация к рефлексии, потребность оспорить привычные идеи, что провоцирует развитие альтернативного способа мышления.

Суммируя все приведенные показатели, можно утверждать, что альтернативность медиа выражается на нескольких уровнях:

- несогласие части общества с официальными заявлениями и комментариями;
- нахождение своего угла подачи, отсутствующего в мейнстримовских СМИ;
- выражение точки зрения, отличной от международных мейнстримовских медиа со стороны СМИ ряда государств. В эту категорию, помимо Aljazeera из Катара и российского международного телеканала RT, попадают такие медиа, как турецкий TRT International, иранский Press TV, японский NHK International и т. п.

Подытоживая, следует отметить, что развитие альтернативных медиа предполагает более свободное, разноформатное изложение материала. В каждом альтернативном издании можно определить и параметры своей особой картины мира, сформулированной редакцией и являющейся неотъемлемым компонентом изложенных в таком СМИ историй. Зачастую журналистская история выглядит как материал с эмоционально окрашенной авторской позицией. Поэтому важно проследить развитие, а также трансформацию традиционных принципов новых медиа на современном этапе.

Трансформация традиционных принципов информации в эпоху альтернативных медиа

Принципы новостей в традиционных СМИ сформулированы, как известно, в монографиях и учебных пособиях для журналистов [4, 6, 7, 20]. В определенном смысле их логическим продолжением являются вполне объемные этические кодексы или корпоративные справочники редакций информационных агентств, онлайн-порталов, телевизионных каналов, которые существуют в каждом СМИ. Это позволяет вычленить ключевые принципы организации информации в СМИ, оказывающие влияние на осуществление массовой коммуникации как таковой, а также проследить процесс изменения данных принципов в эпоху развития альтернативных медиа.

Очевидно, что принцип *новизны* является ключевым в построении новостей. Его суть в том, что новость должна носить информативный характер, т. е. представлять собой сообщение о некоем новом событии либо явлении, достоверность которого подтверждается набором фактов и данных.

Событие применительно к медиа преимущественно определяется как «точно фиксированный в пространстве и времени (т. е. с ясным началом и завершением) шаг в общественном процессе» [9].

К событиям относят некое изменение состояния, например, пожар, безусловно, является новостью, так как характеризует неожиданное изменение жизни людей, находящихся в том или другом месте либо по соседству. Но следует ли считать новостью очередное заседание местного парламента или очередную рабочую поездку главы местной администрации? Об этом нередко ведутся споры в отраслевой прессе. Представляется, что особой новизны здесь нет: чиновники постоянно кому-то наносят визиты, а парламента создан для проведения заседаний. Однако мейнстримовские медиа в России и в США до сих пор продолжают освещение именно протокольных мероприятий глав государств. Хотя нередко — даже в таких случаях — результатом того или иного заседания может стать принятие судьбоносного для страны закона либо подписание важного национального или международного соглашения [7].

Активные члены Комитета заинтересованных журналистов, авторы нескольких монографий по теории и практике современной журналистики Билл Ковач и Том Розентил отмечают, что универсального понятия новизны не существует. То, что будет являться новостью для одного сообщества, может не быть таковой для тех групп, которые не разделят эту точку зрения [20]. Следовательно, принцип новизны применим исключительно к определенной аудитории, на которую СМИ ориентируются. Однако в последние пять лет в альтернативных медиа наметился свой подход к определению принципа новизны в информации. Так как большинство альтернативных медиа не обладают большими бюджетами для раскрутки и добычи собственной информации, новизна создается за счет новых, сенсационных комментариев экспертов, которые не рассматривают новость в целом, а анализируют лишь ее часть. Например, при освещении катастрофы самолета «Боинг 777» Малайзийских авиалиний под Донецком в июле 2014 г. английская служба радиостанции Voice of Russia (ныне — Radio Sputnik) получила от летчиков-испытателей, которые в свое время испытывали самолет этой марки, новые данные, связанные с проблемой безопасности. Это позволило иначе интерпретировать информацию, которая была политически окрашена мейнстримовскими медиа из-за событий на Украине. В итоге новой темой для информационных дискуссий стала проблема безопасности полетов в зонах вооруженных конфликтов.

Принцип новизны в альтернативных медиа предполагает, кроме того, наличие информации от источника, который традиционно не используется в «мейнстриме». В период с 2010 по 2012 г. телеканалы RT и Aljazeera при освещении событий на Ближнем Востоке нередко прибегали к мнению эксперта Роберта Фиска, автора ряда монографий о проблемах политического урегулирования на Ближнем Востоке. В частности, его суждения стали обоснованием поведения ряда арабских стран (Ливан, Сирия, Египет) и в конфликте с Израилем, и в спорах с мировым сообществом вокруг событий Арабской весны 2010–2011 гг. Высказываемая этим экспертом точка зрения была абсолютно неприемлема для традиционных медиа, и Роберт Фиск перестал получать приглашения к участию в программах CNN, BBC, других ведущих мировых СМИ. Данный пример только подчеркивает, что новизна в альтернативных медиа зачастую реализуется благодаря критическому подходу к «мейнстримовской информации».

Еще один важный информационный компонент — принцип *релевантности* — предполагает, что приоритетность размещения новостей в выпуске новостей на телевидении, на газетной полосе или странице интернет-сайта зависит от значимости этих новостей для аудитории [4]. Релевантность отражается и на текстах новостей: менее значимая информация может быть размещена ближе к концу материала, а более значимые детали того или иного события — в начале. Как правило, принцип релевантности используется для того, чтобы медиапотребитель мог не только дочитать новость, но и составить свое собственное представление о событии. Таким образом, расположение новостей в порядке их значимости позволяет СМИ формировать оригинальную «повестку дня», придавая событиям дополнительную ценность и формируя к ним определенное отношение в обществе.

В отличие от мейнстрима альтернативные медиа также ориентируются на потребности целевой аудитории при определении информационных приоритетов. В этом случае позиция целевой аудитории канала по тому или иному вопросу является ключевой при его освещении. Например, при обсуждении израильско-палестинского конфликта телеканал Aljazeera ставил во главу угла позицию арабских стран по этому вопросу. Еще один пример — предоставление слова представителям «хакерских» движений и «пиратских партий» со стороны международных СМИ Российской Федерации. Цель такого освещения — попытка доказать голословность «мейнстримовских» обвинений западных стран в отношении якобы имевших место хакерских атак со стороны России, целью которых было воздействие на избирательный процесс в США летом 2016 г.

Принцип *условности*, являющийся наиболее дискуссионным из всех принципов, состоит в том, что в силу ограниченности формата, объема или хронометража новости средства массовой информации не могут передать все нюансы реальной информации и прибегают к условностям при изложении, схематичности и клишированности. Это создавало определенные трудности в коммуникации с аудиторией. Альтернативные медиа решили сократить влияние принципа условности, увеличив временной диапазон освещения событий при прямой трансляции. Причем Aljazeera и телеканал RT делают это не только в эфире и на официальных страницах телеканала в сети Интернет, но и на других онлайн-платформах, а также в социальных сетях.

Ярчайший пример этого — освещение протестов против мирового финансового истеблишмента в Нью-Йорке Occupy World Street летом и осенью 2012 г. В этом случае информация о значимых событиях предоставляется потребителю без каких-либо сокращений.

Из принципа условности вытекает и принцип *технологической зависимости*, суть которого сводится к тому, что в зависимости от средства доставки информационного контента СМИ используют определенные технологии для освещения события. Например, количество деловых новостей агентства Reuters на мобильных платформах сократилось за 2016 г. примерно на одну четверть. В связи с этим можно предположить, что основанием для отсева темы или придания ей меньшего значения может быть несоответствие информационного повода тем выразительным средствам, которыми располагает данный вид СМИ. И опять

же определенные виды СМИ вынуждены идти на некоторые условности с тем, чтобы проиллюстрировать тот или иной информационный повод при помощи выразительных средств.

Альтернативные медиа постоянно совершенствуют свои интерактивные технологии, которые позволяют активнее развернуть перед целевой аудиторией значимость проблемы. Например, в феврале 2017 г. сайт BuzzFeed предложил своей аудитории информацию о стоимости жилья в разных районах Лондона. Но чтобы человек нашел именно свой район, ему предлагается ввести свой индекс непосредственно в «тело» статьи (см.: https://www.buzzfeed.com/hannahjewell/give-up-on-the-homeowning-dream-you-have-a-space-dream-now?utm_term=.om8bJkEoZ#.xdV4W1jvM).

Принцип **объективности** не предполагает абсолютную объективность, но выстраивается на постоянном дополнении обсуждаемой публично темы новыми деталями, что приводит к дальнейшим публикациями, поиску полярных и неординарных экспертных и общественных мнений. Как отмечают упоминавшиеся выше Билл Ковач и Том Розенстил, журналистика традиционных новостей представляет собой «перманентное движение к поиску правды», где каждый последующий материал предоставляет читателю возможность иначе взглянуть на проблему и продвинуться на пути к истине [6]. Традиционные новости в журналистике и принципы их создания не предполагают, что отдельный репортаж или отдельная заметка должны быть объективными, но указывают на то, что каждый из них должен вносить свой вклад в разностороннее отражение действительности.

В связи с этим принцип объективности нередко обосновывается как принцип **беспристрастности** (англ. *impartiality*), понимаемый как отсутствие у автора журналистского материала склонности встать на ту или иную сторону при отражении действительности. В отечественной науке получил распространение схожий термин — принцип нейтралитета, согласно которому редакции мейнстримовских каналов могут добиться преимущества над конкурентами в силу сбалансированного освещения событий с разных точек зрения [8]. Однако в последнее время как в «мейнстриме», так и среди некоторых представителей альтернативных медиа бытует мнение, что быть объективным в полной мере журналисту мешают формат и технологические ограничения, налагаемые тем СМИ, где выходит подготовленный материал. Это усиливает мнение некоторых исследователей о повышении роли субъективного начала в современных медиа [9]. В условиях определенного временного прессинга, а также ограничений редакционной политики журналист вынужден упрощать, сокращать спектр возможных мнений. Принципиальными здесь становятся скорее беспристрастность и нейтралитет, нежели недостижимая и идеализированная объективность.

Помимо этого ключевым фактором для развития альтернативных медиа является интерактивность. Еще в начале 1990-х информационные интернет-сайты, как и традиционные СМИ, не предоставляли обратной связи для читателя или зрителя. В середине 1990-х появляются услуги голосования через мобильный телефон, чаты со зрителями; переписке с читателями и зрителями стали уделять особое внимание

и т. д. Мультимедийные сайты становятся в том числе и способом организации обратной связи. Наиболее современная тенденция — не просто интерактивный контент (контент, который можно «организовывать под себя»), а размещение на сайтах традиционных СМИ площадок для общения, дискуссионных клубов сотрудников редакции с читателями (блогов), а также постепенное разбавление материалов, подготовленных профессиональными журналистами, так называемым user generated-контентом, понимаемым как контент, созданный медиапользователями и присланный в редакцию. К нему могут относиться фотографии, сделанные мобильным телефоном, любительское видео, личные дневники пользователей (блоги) и т. д. Так происходит процесс постепенного стирания граней между «профессиональной журналистикой» и «любительской», что не может не вызывать споры и беспокойство журналистского «мейнстримовского» сообщества.

Исходя из обоснованных принципов и тенденций их развития, можно утверждать, что именно критика позиции мейнстримовских медиа по различным событиям информационной повестки дня оказывается ключевым параметром для исследований альтернативных медиа как нового типа СМИ. Обоснование профиля информации критической направленности подтверждает возможность информационного расширения освещаемых тем, выходящих за рамки официальной трактовки событий. С помощью критического отношения к «мейнстриму» альтернативные медиа выявляют те аспекты значимых тем, которые не освещаются мейнстримовскими медиа. Как правило, в альтернативной медиасреде информация подается через призму тех, чье мнение в мейнстрим-культуре обычно отсутствует.

В итоге можно сделать вывод о том, что парадигма освещения событий в альтернативных медиа — это совокупность плюралистических мнений, не связанных одной идеологией либо редакционной политикой. В этом случае читатель (слушатель, зритель, пользователь) волен не согласиться ни с одной из предложенных точек зрения и обнародовать свой собственный взгляд на той же самой альтернативной площадке.

Следовательно, интерактивность является одним из формирующих принципов создания альтернативного контента. При соблюдении этого и других ключевых принципов (новизны, зависимости от передовых технологий, беспристрастности и т. п.) возникает новая модель взаимодействия журналистики и общества — речь идет о равнозначном взаимном влиянии медиа и целевой аудитории друг на друга, которое невозможно проследить в деятельности мейнстримовских медиа.

Данное исследование является лишь частью многокомпонентного и многопрофильного изучения альтернативных медиа, в котором все высказанные нами тезисы будут рассматриваться более подробно.

-
1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. М., 2006. 269 с.
 2. Вартанова Е. Л. Теория СМИ. Актуальные вопросы. М., 2009. 288 с.
 3. Горохов В. М., Шилина М. Г. Интегрированные социальные коммуникации в журналистике // Меди@льманах. 2014. № 3. С. 12–27.

4. Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Российские СМИ: как создается образ врага : статьи разных лет. М., 2007. 168 с.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М., 2000. 606 с.
6. Ковач Б., Розенстил Т. Элементы журналистики. Что должны знать сотрудники отделов новостей и что общественность должна от них ожидать / пер. Д. М. Гуревича ; под ред. О. А. Дмитриева, А. Г. Качкаевой. М., 2004. 235 с.
7. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты на ТВ : учеб. пособие. М., 2004. 400 с.
8. Локтев Д. С. Международное телевидение и редакционный нейтралитет // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2009. № 4. С. 88–95.
9. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М., 2000. 310 с.
10. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. 2-е изд. М., 2006. 437 с.
11. Andersson P., Steedman J. Inside magazines. L., 2002.
12. Atton C. An Alternative Internet: Radical Media, Politics and Creativity. Edinburgh, 2004.
13. Atton C. News Cultures and New Social Movements: Radical Journalism and the Mainstream Media // Journalism Studies. N. Y., 2002.
14. Bailey O. G., Cammaerts B., Carpentier N. Understanding Alternative Media. Maidenhead, 2008.
15. Chomsky N. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media (with Edward Herman). N. Y., 1988.
16. Chomsky N. Letters From Lexington: Reflections on Propaganda. Boulder, 2004.
17. Chomsky N. Necessary illusions: thought control in democratic societies. Boston, 1989.
18. Fuchs C. Alternative media as critical media// European Journal of Social Theory. Vienna, 2010.
19. Hall S. Critical dialogues in cultural studies, L. ; N. Y., 1996.
20. Kovach B., Rosenstiel T. Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload. N. Y., 2010. 240 p.
21. Schmitz U. Sprache in modernen Medien. Einführung in die Tatsachen und Theorien. Berlin, 2004.

Статья поступила в редакцию 29.03.2017 г.

УДК 811.161.1'42 + 316.485.25 + 070.1(470)

Е. С. Золотова

СМЫСЛОВЫЯВЛЯЮЩИЙ ТЕКСТ КАК МЕРА ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ТЕРРОРИЗМУ (НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКИХ СМИ)*

В статье рассматривается смысловыявляющий журналистский текст как информационная мера противодействия угрозе терроризма. На основе анализа контента телеканалов «Россия 1» и «Россия 24», газеты «Независимая газета» автор делает вывод о нехватке смысловыявляющих текстов, поднимающих проблему терроризма, в информационном пространстве России.

К л ю ч е в ы е с л о в а: терроризм; СМИ; смысловыявляющий текст; гуманистическая парадигма мышления.

Терроризм — это сложное явление, которое рассматривается как преступление против человечества, разновидность политического экстремизма, специфический инструмент политической дестабилизации, влияющий на все сферы жизни общества и на миропорядок в целом. Процессы глобализации способствовали переходу терроризма с локального на международный уровень и обусловили необходимость противостояния терроризму в мировом информационном пространстве.

Ежедневная борьба СМИ за внимание аудитории, недостаточная социальная, психологическая, профессиональная зрелость и низкий уровень общей и психологической культуры журналистов приводят к обилию медиасообщений, основанных не на проверенных фактах, а на личных мнениях и впечатлениях коммуникатора. Такие медиасообщения могут представлять угрозу, если рассказывают об экстремальных событиях, военных действиях, террористических актах и их последствиях.

В медиатекстах тема терроризма освещается через призму человеческой трагедии, невинных жертв, разрушений и является одной из наиболее тяжелых для восприятия. Поэтому на журналисте лежит большая социальная ответственность, требующая предельной осторожности, точности, объективности при оценке причин и последствий теракта, интерпретации мотивов, ценностей, целей и установок террористов. Далеко не все современные журналисты соблюдают принципы психологической безопасности аудитории, что приводит к появлению травмогенных текстов, насыщенных документальными свидетельствами преступлений, которые погружают общество в состояние паники [1]. Культивирование страха среди населения способствует распространению влияния террористических организаций, так как основная цель терактов — получить масштабное освещение в массмедиа,

* Статья выполнена при поддержке Правительства РФ (Постановление № 211 от 16.03.2013 г.), соглашение № 02.А03.21.0011.

ЗОЛотова Екатерина Сергеевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры «Журналистика и массовые коммуникации» Южно-Уральского государственного университета (e-mail: zolotko74_87@mail.ru).

© Золотова Е. С., 2017

привлечь внимание максимально большой аудитории, часть которой может изменить свою позицию в сторону, желательную для террористов.

Террористические атаки являются своеобразным посланием, особой формой коммуникации между террористами и государством. По мнению исследователей, общество в этой цепочке выступает в роли резонансной среды, СМИ — в роли резонатора [6, 58]. В информационном обществе, с точки зрения Г. М. Маклюэна, СМИ информируют и оказывают воздействие на коллективное и индивидуальное сознание [3]. Поэтому, учитывая современные условия, необходимо развивать эффективное взаимодействие СМИ с властью и обществом при освещении темы терроризма. Данный тезис находит подтверждение в Указе Президента РФ от 31 декабря 2015 г. № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации». В документе говорится, что для обеспечения национальной безопасности создаются механизмы противодействия участию российских граждан в деятельности преступных и террористических группировок за рубежом, «совершенствуется система выявления и анализа угроз в информационной сфере, противодействия им»; «принимаются меры по защите населения от деструктивного информационного воздействия со стороны экстремистских и террористических организаций...» [8]. Таким образом, в Стратегии национальной безопасности России отражено многоаспектное противодействие террористическим угрозам, отдельное внимание обращено на информационную сферу. В связи с этим своевременным будет рассмотреть смысловыявляющий текст СМИ как возможную меру противостояния терроризму и защиты граждан от негативного информационного воздействия со стороны террористических организаций.

Предмет исследования — смысловыявляющие журналистские тексты о проблеме терроризма, вышедшие в эфире телеканалов «Россия 1», «Россия 24» и в газете «Независимая газета».

Под смысловыявляющим текстом, согласно концепции Е. Е. Прониной, понимается текст, созданный в гуманистической парадигме мышления и стимулирующий процесс самотрансценденции, а также способствующий самоактуализации и самодетерминации личности. В этом контексте трансцензус рассматривается как способность сознания человека к переосмыслению внешних событий и внутренних приоритетов в аварийном режиме [4, 220]. Такой текст позволяет проникнуть в суть сообщаемого и на основании полученного знания откорректировать свое поведение (социальное или психологическое) относительно изображаемого. Восприятие смысловыявляющего текста, «в котором события подведены к грани окончательного выбора», когда читатель, зритель, слушатель понимает, что должен принять свободное решение о «переходе» или об отказе от «перехода», за которое придется нести полную ответственность, дает импульс возникновению самотрансценденции.

В исследовании применялся комплексный подход, сочетающий контент-анализ и элементы дискурс-анализа, который позволил оценить представленность в российских СМИ смысловыявляющих текстов на тему терроризма, а также определить их особенности.

На начальном этапе исследования был проведен анализ контента телеканалов «Россия 1» и «Россия 24» и газеты «Независимая газета» за период с декабря 2015 г. по декабрь 2016 г. с целью изучения смысловывявляющих медиатекстов о терроризме и определения их содержательных особенностей.

Из 3 тыс. статей, выданных по поиску слова «терроризм» на сайте ng.ru («Независимая газета»), нами было проанализировано 110 произвольно отобранных текстов, среди них обнаружено лишь 12 журналистских произведений, которые могут спровоцировать трансцензус. Значительно больше смысловывявляющих текстов вышли в эфир российских телеканалов «Россия 1» и «Россия 24». Из проанализированных 130 сюжетов и документальных фильмов в большей или меньшей степени смысловывявляющими можно признать 45.

В результате анализа определены типичные содержательные особенности смысловывявляющих текстов на тему терроризма и установлено, что в российском информационном пространстве наблюдается нехватка таких текстов, несмотря на то, что именно они позволяют показать возможность человека свободно сделать свой выбор: пойти по пути терроризма или посвятить свою жизнь истинным ценностям и идеалам, а также напомнить о личной и социальной ответственности каждого за сделанный выбор. В связи с этим можно отметить еще одну особенность. Не все журналисты относятся к читателю, зрителю, слушателю как к самостоятельной личности, способной сделать адекватный выбор и нести за него ответственность. Кроме того, в СМИ недостаточно смысловывявляющих текстов, которые бы рассказывали о глобальной, транснациональной проблеме терроризма локально, через призму судеб отдельных личностей и семей, члены которых находятся в рядах пособников террористов. Однако все без исключения рассмотренные медиатексты в полной мере выполняют информационную функцию и стимулируют аудиторию к проявлению бдительности, способствуют формированию отрицательного отношения к любым выражениям терроризма.

Далее мы изучили, как реализуются основные критерии смысловывявляющего текста, выделенные Е. Е. Прониной, в смысловывявляющих медиатекстах, освещающих проблему терроризма. В данной статье примеры реализации критериев смысловывявляющих текстов будут приведены из материала Михаила Федотова «Есть много форм одичания. Высшая из них — терроризм» («Независимая газета»), фильма-расследования Александра Замыслова «Арифметика террора» («Россия 24»), фильма Александра Рогаткина «Терроризм под прицелом» («Россия 1») и документального фильма Владимира Соловьева «Миропорядок» («Россия 1»). Все перечисленные журналистские произведения реализуют базовые критерии смысловывявляющего текста.

1. Отсутствие информационного давления и манипулирования и уважение интересов, целей и установок аудитории.

2. Всеобъемлющее освещение ситуации с целью представить личности широкое поле собственного выбора и искренняя вера в жизнестойкость людей, их способность самостоятельно решать свои проблемы. Обе черты нашли отражение в фильме-расследовании Александра Замыслова «Арифметика террора» об устройстве экономики глобального терроризма, тайных финансовых

схемах и источниках доходов террористов, о терроризме как бизнесе. Фильм создает условия для самотрансценденции у зрителей — потенциальных членов террористических организаций. На примере истории Михаила Туре, который должен был подорвать себя среди детей, рассказывается об одном из первых этапов вербовки — «материальное пожертвование», который сменяется этапом «пожертвование собой». Далее дается информация о материальном пожертвовании: *«Официально эти деньги идут на войну, на самом деле часть средств оседает в карманах тех, кто этими сборами занимается»*, затем звучат слова журналиста: *«Денежные сборы на «священную войну» — фикция, один из приемов вербовки, крючок для будущих джихадистов»* [2]. Так через сообщение дополнительной информации о терроризме как о мощной, разветвленной финансовой структуре развенчивается миф о важности материальных пожертвований для террористов, цель которых — расширение влияния и привлечение новых участников. Теперь, когда зритель понимает, что терроризм — это не духовное движение, а своеобразный бизнес, он получает возможность переосмыслить свое отношение и сделать шаг назад.

3. Добавление новых сведений к объективно складывающейся картине для обнаружения скрытых или еще не познанных аспектов ситуации и выстраивания сообщения в стиле публичной, но «глубоко личной проработки всех обстоятельств журналистом, который выбирает путь как бы для себя» на глазах у аудитории. Эту черту рассмотрим на примере материала «Есть много форм одичания. Высшая из них — терроризм», в котором поднимается проблема дегуманизации общественных нравов. Начинается текст с рассказа автора о том, что послужило поводом к осмыслению им дегуманизации: *«Недавно кто-то из журналистов спросил меня, ощущаю ли я сегодня процесс дегуманизации общества. К сожалению, я не нашел оснований для отрицательного ответа»*. Далее автор прибегает к вопросно-ответной форме и приводит в качестве примеров одичания нравов в том числе и терроризм: *«А терроризм? Это же высшая форма одичания»*. О терроризме больше не говорится — рассуждения уходят в сторону школьного образования. Лексема «терроризм» упоминается в тексте лишь дважды, но и этого оказывается достаточно, чтобы создать условия для трансцензуса. Заканчивается текст смысловывявляющим выводом автора: *«...на вопрос, что надо делать для прекращения процесса дегуманизации общества, я бы ответил так: каждому из нас надо браться не за изменение эпохи, мира или страны. Попробуем начать с себя...»* [9].

4. Предельная естественность изображаемого и объясняемого [4, 204]. Данная черта наиболее заметна в фильме Александра Рогаткина «Терроризм под прицелом», который вышел в эфире программы «Специальный корреспондент». Цель фильма — демонстрация возможности раскаяться и вернуться на родину, к мирной жизни, в семью даже после того, как человек побывал на стороне террористов. В фильме Рамзан Кадыров — глава Чеченской Республики — рассказывает о бывших врагах и о раскаявшихся пособниках террористов, бывших игиловцах. В фильме практически отсутствует морализаторство со стороны журналиста и созданы все условия для трансцензуса, для «возвращения». Так, на вопрос

А. Рогаткина «*А Вы верите им, вдруг это завербованные агенты ИГИЛ?*» Р. Кадыров отвечает: «*Я верю почему-то, я не только им верю, я верю тем людям, которых в бою в плен брал, которые моих ребят убивали, не верить чеченцу — не верить себе*» [5]. В кадре — личная история «возвращения» Магомеда Хамбиева, который был министром обороны правительства Масхадова, но сдался под гарантии Р. Кадырова. После возвращения М. Хамбиев без охраны ходит по городу и является депутатом парламента Чеченской Республики.

Еще один пример смысловоявляющего текста — документальный фильм Владимира Соловьева «Миропорядок», который имеет более 2 млн просмотров на youtube.com. Это фильм о высших ценностях, которые существуют в мире, об угрозе войны, о политике и терроризме, «*о том, что происходит с нами, какой мир мы унаследовали от наших отцов и какой оставим нашим детям, а для этого надо смотреть и думать, слушать и анализировать, только тогда выводы не окажутся ложными*» [7]. Зрителю в символической форме показаны ключевые моменты истории, жизни. Фильм демонстрирует уважение к моральным ценностям, предлагает моральные ориентиры и примеры конструктивной деятельности в условиях всеобщего хаоса. Все это в сочетании с минимумом комментариев Владимира Соловьева, которые в большинстве своем выполняют функцию объединения частей и восстановления хронологии событий, максимальной концентрации интервью экспертов, политиков, финансистов, философов, режиссеров, создает условия для реализации трансцензуса. На примере Сирии показаны изменения жизни мирных граждан с приходом в страну терроризма. Эта часть фильма выступает трамплином для зрительского восприятия справедливости как высшей ценности и необходимой основы миропорядка. Цель жизни — достичь морали, справедливости. Путь к достижению этой цели крайне сложный, возможно, непреодолимый, но по нему нужно пытаться идти. Кроме того, по-прежнему ценностю имеют моральный долг, справедливость, служение народу. Моральные ценности — залог благополучных отношений между людьми, а в основе межгосударственных отношений должны находиться интересы, которые необходимо отстаивать открыто и честно. Функция фильма — определение экзистенциального смысла действительности, «*противодействие хаосу и бессмысленности через демонстрацию конструктивной деятельности и поддержание веры в лучшие стороны человеческой природы, переосмысление утраченных ценностей; защита интересов аудитории*».

К сожалению, таких глубоко профессиональных журналистских работ чрезвычайно мало в российских СМИ. Их создание требует больших временных, материальных и моральных ресурсов, в работе над смысловоявляющим текстом журналист раскрывает себя как думающая, познающая личность и предоставляет аудитории возможность актуализироваться. Чем больше в обществе самоактуализированных личностей, тем оно более жизнеспособно, тем активнее может противостоять внешним и внутренним вызовам. Именно поэтому смысловоявляющий текст на тему терроризма должен представлять собой подробный, аргументированный, информационно насыщенный рассказ об опасности этого явления. В тексте отсутствует давление, убеждение и внушение, он весь как бы пропитан

уверенностью журналиста в способности аудитории сделать внутренний выбор и нести за этот выбор полную ответственность. Такой профессионально созданный смысловыявляющий текст может рассматриваться как инструмент СМИ в борьбе с терроризмом, как мера защиты граждан от деструктивного информационного воздействия со стороны террористических организаций.

-
1. *Белозерова Ю. С.* Террористические акты в российской и американской прессе: психологический аспект // *Меди@льманах*. 2004. № 1. С. 50–67.
 2. *Замыслов А.* Арифметика террора [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SkeB-DMgcww> (дата обращения: 31.01.2017).
 3. *Маклюэн Г. М.* Понимание медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева ; заключ. ст. М. Вавилова. Москва ; Жуковский, 2003. 464 с.
 4. *Прошина Е. Е.* Психология журналистского творчества. 2-е изд. М., 2003. 320 с.
 5. *Рогаткин А.* Терроризм под прицелом [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YJgh4ISWr3E> (дата обращения: 20.02.2016).
 6. *Семёнова А. В., Корсунская М. В.* Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / под ред. В. А. Мансурова. М., 2010. 324 с.
 7. *Соловьев В.* Миропорядок [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZNhYzYUo42g> (дата обращения: 31.01.2017).
 8. Указ Президента Российской Федерации от 31 декабря 2015 г. № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2015/12/31/nac-bezopasnost-site-dok.html> (дата обращения: 9.02.2017).
 9. *Федотов М. А.* Есть много форм одичания. Высшая из них — терроризм [Электронный ресурс] // Независимая газета. URL: http://www.ng.ru/stsenarii/2016-03-29/13_school.html (дата обращения: 31.01.17).

Статья поступила в редакцию 19.03.2017 г.

УДК 070.325:778.5 + 659.148 + 316.774

М. А. Мясникова

ЖУРНАЛ «ИСКУССТВО КИНО» О ПРОБЛЕМАХ ТЕЛЕВИДЕНИЯ

В статье дается обзор публикаций журнала «Искусство кино», посвященных телевидению. Особое внимание уделяется текстам, написанным недавно ушедшим от нас главным редактором журнала Даниилом Дондуреем, во многом определившим направление исследований телевидения, ведущихся на страницах данного издания. В последние годы российские телеканалы демонстрируют довольно низкопробный контент, аргументируя его преобладание рейтинговыми показателями. В связи с этим сотрудники журнала и его главный редактор постоянно писали о необходимости более активного изучения проблем телевидения.

Ключевые слова: телевидение; телеконтент; телевещание; телесмотрение; телесериал; рейтинг; телекритика; искусство кино; журнал.

Памяти Д. Б. Дондуря

Не все исследователи телевидения, особенно молодые, особенно те, что пишут на факультетах журналистики многих университетов страны рефераты, курсовые и выпускные квалификационные работы о телевидении, знают, а уж тем более регулярно читают, вполне научный журнал с не относящимся к телевидению названием «Искусство кино».

Он появился на свет в январе 1931 г. в результате объединения специализированных изданий «Кино и жизнь» и «Кино и культура». Значит, в прошедшем 2016 г. ему исполнилось 85 лет. Это одно из старейших в Европе профессиональных теоретических изданий о кино, в начале своего существования носившее название «Пролетарское кино», потом — «Советское кино». Но в 1936 г. оно обрело наконец свое нынешнее имя. Сегодня ««Искусство кино» — это десятки тысяч текстов, опубликованных в более чем девяти сотнях журнальных книжек» [11, 8]. Его главный редактор Д. Дондурей всегда был убежден, что в текстах не должны присутствовать жесткие иерархии, высокомерие, лоббирование, облегченный взгляд на художника, самоцензура, безответственность, несвобода в выражении авторской позиции.

Как он писал в еще недавние юбилейные дни, журнал «...выходил и в самые тяжелые времена, и в те, что полегче. <...> Неизменно поддерживал талантливых авторов, хотя публиковал и стенограммы официальных разгромов лучших наших режиссеров. Чтобы избежать амнезии. Как ни странно, журнал выходит до сих пор в ежемесячном режиме. Делать такое издание сегодня, в эпоху кризисов, на бумаге и в Интернете, кажется невозможным. Мы переживаем кардинальную смену вех, затронувшую всех и всё: от технологии до экономики,

МЯСНИКОВА Марина Александровна — доктор филологических наук, кандидат искусствоведения, доцент, профессор кафедры периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета (e-mail: avt89@yandex.ru).

© Мясникова М. А., 2017

от коммерческих интересов, эстетических притязаний до трансформации самих типов современного мышления» [11, 8]. «Журнал “Искусство кино” <...> развивался, он осмыслял и фиксировал происходящее в кинопроцессе, более того, он расширил сферу своего интереса до общекультурных, философских тем», — пишет Алена Солнцева [14].

Следует заметить, что журнал не продается в газетных киосках. Подписка есть, но несмотря на нее он доставляется не очень регулярно. Это связано и с работой «Почты России», и с финансовым состоянием самого издания. Хотя в бумажном варианте оно пока еще выходит в прекрасном полиграфическом исполнении — на мелованной бумаге с цветной обложкой, с большим количеством черно-белых фотографий и оригинальным дизайном. Существует оно и на сайте kinoart.ru, распространяется во всех странах СНГ. Хорошо и давно известно и у нас, в Екатеринбурге. Автору этих строк посчастливилось быть знакомой с главным редактором журнала Даниилом Борисовичем Дондуреем, не раз слушать его яркие выступления. Я даже специально приглашала его приехать к студентам УрФУ. Но не сложилось. Правда, в прошлом сентябре он был у нас на Первом Уральском кинофестивале и выступал на «круглом столе», проходившем в Доме актера с участием кинорежиссеров Владимира Меньшова, Сергея Соловьева, Владимира Макеранца, критиков Елены Стишовой, Валерия Кичина. Отчет об этом мероприятии опубликован в № 11 за 2016 г. журнала «Искусство кино».

К сожалению, в нынешнем мае журнал постигла тяжелая утрата: почти четверть века возглавлявший его главный редактор умер. Те, кто хорошо знали Даниила Борисовича Дондуреева, культуролога, социолога, философа, мыслителя, прекрасного полемиста, оратора, исследователя медиа, неизменно отмечают его «...проницательность и наблюдательность, тонкое чутье, обаяние, деликатность и интеллект, глубокую эрудированность. Пишут о его способности увлекать аудиторию, его стремлении осмыслять кино в соединении с жизнью, без отрыва от нее, его особом взгляде на кинематографическое сообщество» [8]. «С тех пор, как он стал заниматься вопросами медийного пространства и массовой культуры, он искренне и с немалой своей энергией занимался просвещением. Везде, где только мог, он выступал, рассказывал, объяснял, предупреждал», — отмечает Алена Солнцева [14]. Прискорбно, что «за них теперь, кажется, заступиться некому — за тех, кто ленив и не любопытен, кто смотрит сериалы и не отличает искусство от реальности, кто составляет основной трудовой ресурс нашей страны, человеческую руду, год от года все менее обогащенную культурой» [Там же].

Телевидению Д. Дондурей отводил в своем журнале много места, понимая его особое значение как института «управления страной», который «сегодня производит и распространяет основную часть смыслового поля в стране» [7, 129], предлагает образцы поведения, создает национальную культуру, объединяет живущих на одной территории людей. Задача данной статьи как раз и состоит в том, чтобы привлечь внимание молодых ученых к телевизионному наполнению контента данного журнала.

Ольга Зайцева подтверждает, что именно при Д. Дондурее «издание стало уделять внимание не только кино, но и телевидению, Интернету и современному

искусству, а также публиковать больше аналитических материалов» [8]. Сегодня журнал живет благодаря помощи Федерального фонда социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии, телеканалов ТНТ и РЕН. Поразительно, что такие мощные современные финансовые институты, как телеканалы, не всегда помогающие развитию самого искусства кино, проявляют интерес к пишущему о нем журналу. Причины этого кроются, вероятно, не только в том, что кино демонстрируется на телеэкранах, составляя львиную долю телеконтента, но и в том, что журнал «Искусство кино» действительно проявляет большой интерес к телевидению, телекино, телесериалам.

Так, в постоянной рубрике «MEDIA» издание скрупулезно отслеживает и анализирует актуальные проблемы современного телевидения: его взаимоотношения с кино и сетевыми изданиями; место кинозрителей в Интернете и роль сетевой кинокритики; изменения телеконтента в условиях специализации телевизионного вещания; жанровые и форматные предпочтения; крены в сторону развлекательности и большого количества рекламы в эфире; опору на рейтинг; способы извлечения прибыли; существование кино в телепрограмме; динамику производства и потребления телесериалов; конструирование «серийных реальностей»; подачу теленовостей опять-таки в серийном формате; нюансы телепросмотра; фрагментацию аудитории и векторы воздействия на нее; роль телевидения в жизни, развенчание телемифов и взгляд в будущее. К сожалению, в последние годы российские телеканалы демонстрируют довольно низкопробный контент, аргументируя его преобладание рейтинговыми показателями.

Над этими процессами и размышлял все предшествующие годы Д. Дондурей. Писал о необходимости выращивания в России «сложной личности». «Живые люди — это невероятно важная проблема! Что с ними происходит, о чем они мечтают, чего они боятся, почему они готовы сегодня жить не своей жизнью, а международной?» — рассуждал он, отмечая такое негативное явление, как «...тотальное — беспрецедентное в постсоветское время — отсутствие интереса к развитию личности» [14]. «Эта тема вообще изъята из публичного поля, — писал Д. Дондурей. — В телевизоре нет современных ученых, художников, думающих людей. Нет этих ценностей, приоритетов <...> идет невероятное неотрефлексированное противостояние ночных эфиров с прайм-таймом» [1, 133, 134]. Д. Дондурей даже изобрел на этот счет специальные термины «ночной», «дневной», «утренний», «прайм-таймовый» народы. Исследователь отмечал, что телеаудитория сегодня сильно сегментируется. «В каком-то смысле в России формируются разные, пусть и говорящие на одном языке, народы. И каждый из них использует собственные смысловые и контекстуальные конвенции» [4, 13]. Один народ смотрит дневные и прайм-таймовые развлекательные шоу и криминальные сериалы, другой — авторское кино в ночном эфире. Каждый тяготеет к своему типу культуры. С одной стороны, отработана «...технология отрицательной селекции. Как можно радикальнее двинуться вниз: слухи, скандалы, убийства, страхи — все то, чем наполнен контент почти всех, кроме “Культуры”, общенациональных каналов российского телевидения. Это дает шансы на рейтинг, а значит, на деньги» [12, 16]. С другой стороны, есть понимание того,

что «...воспитывать умных людей — это опасная работа, а для быстрой и прямой выгоды коммерчески неэффективна. Воспитывать <...> сложного человека в России — дело непростое» [12, 23].

При этом Д. Дондурей часто сетовал на то, что у нас нет системного изучения телевидения. Он замечал, что «...в поле общественной экспертизы не попадает контент-анализ ТВ. <...> Анализ контента осуществляется только в границах оценки отдельных передач, но не программирования разного рода аудитории в целом, тем более без обсуждения целей и результатов этой сверхответственной профессиональной работы» [4, 16]. И вообще «...как измерять создаваемый здесь контент, — как объективно его описывать, оценивать, проектировать? Что позволительно с моральной точки зрения здесь делать, а что нет? Какие тут имеются профессиональные табу, тематические или жанровые самозапреты?» — спрашивал он собеседников и читателей [5, 34]. В других своих статьях, в диалогах и полилогах, на «круглых столах», где он выступал ведущим, Д. Дондурей настойчиво возвращался к мысли о необходимости проведения профессиональной концептуальной экспертизы телевидения как социального и культурного института. И задавался новыми вопросами: «Почему главный критерий качества здесь — рейтинги? Каковы самые разнообразные последствия этого экономического механизма? Каким образом нынешние три с половиной миллиарда долларов рекламных поступлений столь жестко определяют философию “фабрик мысли” в России» [12, 5]. И «...что вообще это такое — пресловутые “рейтинг”, “доля”, “неформат”? Простые измерительные процедуры, мощнейшие цензурные ограничения или способы программирования смыслового пространства нации?» [5, 35].

В силу отсутствия профессиональной экспертизы, по мнению Д. Дондурея, возникают редуцированные модели объяснения природы телевидения. Такие как: 1) телевидение — это трансляция новостей; 2) телевидение — это размещение рекламы; 3) телевидение — это журналистика; 4) телевидение — это средство непереносимого объединения людей; 5) телевидение — это свобода выбора; 6) телевидение — это зеркало жизни. Между тем первый тезис наглядно отражается в печальной судьбе регионального телевидения России, во многом сведенного в последние годы к узконаправленному новостному вещанию. В регионах не производятся художественные, образовательные программы, не снимаются документальные фильмы для телеэкрана, исчезло детское и даже развлекательное вещание. Второй тезис противоречит судьбе и государственных, и частных вещательных компаний в России: все они сегодня дружно занимаются коммерцией. Третий выглядит несостоятельным в силу того, что программы федеральных каналов как раз содержат далеко не одни только плоды журналистской деятельности. Как говорится, с упорством, достойным лучшего применения, они развлекают и отвлекают зрителя. А вообще, по нашей терминологии телевидение — это синкретизм, что означает сочетание разнопорядковых, порой противоречивых фрагментов информации, существующих как в рамках отдельной телепрограммы, так и в огромном многопрограммном вещательном пространстве [9]. Четвертый тезис опровергается явлениями активной сегментации аудитории и массового ухода молодежи в Интернет. Пятый тезис противоречит ситуации, описанной

Д. Дондуреем: «Люди просто не могут выключить телевизор. По законам современной культуры такой шаг означает для них, что они отключаются от важнейших социальных коммуникаций, от всепроникающих информационных потоков. От сети, человеческих связей, а значит, от самой жизни» [6, 139]. Шестой — отрицается тем обстоятельством, что мы «...видим то, что уже отформатировано — то, что нам дают увидеть. И это всегда не сырое событие, а определенным образом обработанное — поданное и истолкованное» [5, 28]. Причем, по мысли Д. Дондуреев, «телевидение — это создание целостных “картин мира” людей, а не только их политических воззрений», на основании чего исследователь делает вывод о том, что «главный в рамках телевизионного контента продукт нашей страны — это, конечно, создание телесериалов» [Там же, 35].

Об этом журнал писал много. К примеру, в 2000 г. на страницах «Искусства кино» было опубликовано интервью секретаря Союза кинематографистов России В. Арсеньева под говорящим заголовком «Эпоха сериалов в России только начинается»: «Российские сериалы, независимо от качества, автоматически имеют высокий рейтинг. <...> нашим зрителям хочется “нашего”. <...> Это желание и ускорило появление российских сериалов» [10, 140–141]. Другой автор, культуролог и киновед К. Разлогов, подчеркивал значение телевидения для выживания отечественного кино: «Обратное влияние телевидения на кинематограф стало чрезвычайно сильным. <...> Профессия “кинематографист” сегодня поддерживается почти исключительно благодаря причастности к производству телефильмов и сериалов» [Там же, 124].

Правда, самым предпочитаемым тогда сразу же стал криминальный жанр. В. Арсеньев обеспокоенно замечал по этому поводу, что «...процесс производства сериала достаточно долг; героя и тему нужно уметь предвидеть, чтобы не случился перебор. Иначе все каналы в России заполонят люди в форме или масках, менты да братва» [Там же, 142]. Однако сегодня отчетливо видно, что так и произошло. В статье Владимира Рувинского, датируемой 2016 г., приводятся сокрушительные цифры: «По роду занятий следует выделить двенадцать основных групп главных героев, которые действуют в 75–80 процентах российских сериалов, что следует из статистики KVG. Самая массовая группа — силовики: сотрудники полиции, прокуратуры, Следственного комитета, спецслужб, военные. В 2015 г. они были главными героями 30,9 процента всех премьерных сериалов, вышедших на семи крупнейших каналах в прайм-тайм» [13, 6]. Это подтверждает и исследование, проведенное экспертами компании «СМИмонитор», результаты которого опубликованы в том же номере журнала «Искусство кино». «Главным итогом стало доминирование российских криминальных сериалов, которые занимают 14 процентов всего телевизионного времени» [2, 18]. Чем это вызвано? Станислав Грушевский полагает, во-первых, что «...выход за рамки привычных норм поведения, к которому мы относимся со страхом и стараемся обходить стороной в жизни, <...> оказывается притягательным в виде вымышленной истории» [Там же, 19]. А во-вторых, «...зритель уверен: в последние пять минут перед титрами сериала почти наверняка восторжествуют добро и справедливость, зло будет наказано. Чего не скажешь о событиях по эту сторону экрана» [Там же].

Надо сказать, что журнал вообще уделяет большое внимание социологическим исследованиям.

А вот какие цифры были приведены в упомянутой статье В. Рувинского. В 2015 г. у нас вышло 322 сериала. И они, безусловно, стали основным контентом российского телевидения, заняв «...треть времени вещания на семи крупнейших по охвату аудитории телеканалах. Чтобы посмотреть все серии <...> в 2015 году, понадобилось бы 625 суток» [13, 5]. Количество людей, посмотревших всего-навсего одну минуту одного из пяти самых популярных в 2015 г. сериалов, среди которых мы обнаружили и криминальные «Тайны следствия-14» и «Тайны следствия-15», составило 46 млн человек, т. е. 67 % всего городского населения России. Причем здесь учтены лишь города с населением свыше 100 тыс. человек. А «это, по данным Росстата, треть россиян, чьи интересы, приоритеты, чья жизнь просто остаются за бортом» [Там же, 16]. То есть никем не изучаются.

Даниил Дондурей также всегда опирался на социологические данные. Но он полагал, однако, что телесериалы у нас в стране смотрит еще больше людей, а именно 80 % граждан. «Мы производим в два с половиной раза больше этой продукции, чем в Европе, — писал он, — в полтора раза больше, чем в Латинской Америке или США, догнали и уже обошли по ее объему Китай» [5, 35]. Учитываются ли в таком случае реальные предпочтения зрителей, на которые все время ссылаются телеканалы? Вряд ли.

Так создается «новая коллективная память народа», происходит «мощнейшее перекодирование нации». А в результате в головах зрителей формируется искаженная картина мира. Телевидение становится крупнейшим производителем мифов, средством создания параллельной реальности, мало похожей на подлинную. Даже канонический сериал «Бандитский Петербург» в свое время «отражал больше примет времени и подлинных реалий, чем любой нынешний телефильм про бандитов и полицейских» [13, 17].

А между тем телевидение, вспомним еще раз формулы Д. Дондурая, должно оставаться институтом культуры и средством формирования человеческого капитала. Главные цели этого института — «личностное и общенациональное развитие, формирование толерантно взаимодействующих сообществ, гражданского самосознания, распространение жизнеспособных представлений людей о действительности, служение психологическому здоровью» и т. д. [3, 10]. Как писала Ольга Зайцева, Даниил Дондурей «...был историческим идеалистом <...> Он ужасно серьезно относился к своей миссии — думать о смыслах и предупреждать общество о происходящем» [8]. Добавим, что это ему прекрасно удавалось.

1. Борис Дубин — Ирина Полуэхтова — Даниил Дондурей. ТВ: не доверяем, но зависим : беседу ведет А. Качкаева // Искусство кино. 2010. № 3. С. 127–135.

2. Грушевский С. Криминал побеждает // Искусство кино. 2016. № 10. С. 18–21.

3. Дондурей Д. Граждане против гражданского общества. Телерейтинг как воспитательная сила // Искусство кино. 2013. № 4. С. 5–15.

4. Дондурей Д. Б. Ночной и дневной народы. Язык табуирует жизнь // Искусство кино. 2012. № 4. С. 12–17.

5. Дондурей Д. Б. ТВ: без анализа // Искусство кино. 2014. № 4. С. 27–35.
6. Дондурей Д. Б. ТВ: уловки профессии // Искусство кино. 2009. № 8. С. 135–140.
7. Дондурей Д. Б. ТВ форматирует жизнь : интервью ведет Вера Зверева // Искусство кино. 2014. № 10. С. 129–139.
8. Зайцева О. «Он был историческим идеалистом» [Электронный ресурс] // Polit. ru. 2017. 10 мая. URL: <http://polit.ru/article/2017/05/10/dondurey/> (дата обращения: 30.05.2017).
9. Мясникова М. А. Морфологический анализ современного российского телевидения. Екатеринбург, 2010. 320 с.
10. Мясникова М. А. Художественные программы на телевидении : учеб-метод. комплект. Екатеринбург, 2005. 296 с.
11. Не юбилейное: Даниил Дондурей о стратегии журнала в последние два десятилетия // Искусство кино. 2016. № 1. С. 5–7.
12. Почему я не смотрю телевизор : круглый стол : беседу ведет Даниил Дондурей // Искусство кино. 2011. № 2. С. 5–23.
13. Рувинский В. Фабрика эскапистских мифов. Реальность: версия сериалов // Искусство кино. 2016. № 10. С. 5–17.
14. Солнцева А. Даниил Дондурей: «Они не понимают, что люди – живые» [Электронный ресурс] // Музыкальное обозрение. 2017. 15 мая. URL : <http://muzobozrenie.ru> (дата обращения: 3.06.2017).

Статья поступила в редакцию 06.06.2017 г.

ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ БОЛЬШОГО УРАЛА В УСЛОВИЯХ РЕВОЛЮЦИИ 1917 г.: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Статья посвящена развитию феномена региональной прессы в условиях революции 1917 г. Публикация базируется на материалах периодических изданий, выпускавшихся в Вятской, Пермской, Оренбургской, Тобольской и Уфимской губерниях. Авторы доказывают, что Временному правительству и его местным структурам не удалось поставить информационное пространство региона под свой контроль, организовать эффективную контрпропаганду идей экстремистских группировок, что стало одной из причин крушения «февральской» государственности.

К л ю ч е в ы е с л о в а: периодическая печать; революция 1917 г.; Большой Урал; региональные СМИ.

Тема истории периодической печати Урала в 1917 г. уже не раз привлекала внимание исследователей. Из работ советских авторов, безусловно, необходимо выделить труды известного историка уральской журналистики В. А. Павлова [8], несущие на себе отпечаток своего времени. В постсоветский период исследователи чаще всего использовали периодическую печать как исторический источник, позволяющий охарактеризовать партийно-политическую борьбу в уральском регионе в 1917 г. (здесь необходимо выделить, в частности, работы Д. В. Бугрова, И. С. Огоновской, Н. Н. Попова и некоторых других авторов) [7, 9]. 100-летие русской революции, на наш взгляд, заставляет обратиться к самому феномену региональной прессы революционной эпохи. Территориальные рамки исследования составляют губернии Большого Урала: Вятская, Оренбургская, Пермская, Тобольская и Уфимская. В чем специфика региональных СМИ революционной эпохи? Насколько распространенным явлением была пресса «малых городов»? Какую часть региональной прессы в 1917 г. составляли партийные издания? Насколько успешно в условиях революции 1917 г. власть контролировала информационное пространство региона? Авторы данной статьи ставят своей целью ответить на ряд перечисленных выше вопросов.

Базовым источником для анализа выступает справочное издание «Периодическая печать Урала. Вып. 2: Газеты 1917–1920 гг.», подготовленное большим коллективом библиографов во главе с Г. М. Савиных [10]. Значительная часть

АНТОШИН Алексей Валерьевич — доктор исторических наук, доцент, профессор кафедры востоковедения 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).

анализируемых изданий находится в архивах и библиотеках Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбургa, Вятки, Перми, Оренбурга, Ижевска, Тюмени и ряда других городов.

В ходе работы удалось выявить более 70 газет, выпускавшихся в губерниях Большого Урала в 1917 г. (табл. 1).

Таблица 1

Распределение печатных изданий по уральским губерниям (1917 г.)

Губерния	Количество периодических изданий
Вятская	16
Оренбургская	10
Пермская	24
Тобольская	9
Уфимская	17

Данные, представленные в табл. 1, отражают как общий уровень социально-экономического и культурного развития отдельных губерний Большого Урала в 1917 г., так и степень развития в этих губерниях традиций журналистики. Именно этим обусловлено большое количество периодических изданий, выпускавшихся на горнозаводском Урале. Отнюдь не случаен и тот факт, что немало газет выпускалось в Вятской губернии, где с конца XIX в. общественную активность проявляла земская интеллигенция. Еще до революции в Вятке выходило значительное количество периодических изданий. В то же время общественная и культурная жизнь зауральской Тобольской губернии развивалась не столь активно.

Схожие тенденции прослеживаются при анализе периодических изданий, выпускавшихся в 1917 г. в уездных городах, заводских поселках и слободах Большого Урала (табл. 2).

Как свидетельствуют материалы табл. 2, горнозаводской Урал демонстрировал в 1917 г. наибольшую степень развития феномена прессы «малых городов» и заводских поселков. Это было связано не только с тем, что процессы социально-экономической модернизации здесь протекали быстрее, чем в ряде других регионов Большого Урала. На горнозаводском Урале зачастую острее была выражена социально-политическая дифференциация, население нередко отличалось высокой общественно-политической активностью по сравнению с «малыми городами» других губерний.

Обращает на себя внимание и тот факт, что доля изданий, которые выпускались в губернских «столицах», в общей массе газет той или иной губернии была различной. Так, из 17 выявленных периодических изданий Уфимской губернии 11 издавались в губернском центре. Вместе с тем в Вятской губернии феномен «уездной прессы» был распространен гораздо шире. Сарапул, Уржум, Яранск, Малмыж имели давние традиции земского и городского самоуправления; местная провинциальная интеллигенция с ее достаточно разнообразными культурными потребностями, нуждалась в прессе. Не случайно именно в Вятской губернии

в 1917 г. возникло и совершенно уникальное для Большого Урала явление — газета «Кукарская жизнь» [6], выпускавшаяся в слободе Кукарка, известной своими искусными ремесленниками, специалистами по плетению кружев.

Таблица 2

Распределение печатных изданий по населенным пунктам уральских губерний (1917 г.)

Губерния	Населенный пункт, где выпускалось периодическое издание	Губерния	Населенный пункт, где выпускалось периодическое издание
Вятская	Воткинск	Пермская	Екатеринбург
	Ижевск		Кунгур
	Кукарка		Камышлов
	Малмыж		Красноуфимск
	Сарапул		Лысьва
	Уржум		Надеждинск
	Яранск		Нижний Тагил
Оренбургская	Бугуруслан	Тобольская	Курган
	Бузулук		Тюмень
	Троицк	Уфимская	Белебей
	Челябинск		Златоуст
			Мензелинск
			Миасс

Характеризуя российскую прессу 1917 г., невозможно обойти вниманием вопрос о идейно-политических установках отдельных изданий. Безусловно, обострение социально-политических противоречий в условиях революции, а также объявленные Временным правительством демократические свободы привели к тому, что газеты стали гораздо четче, чем в дореволюционный период, обозначать свою политическую ориентацию. Если до революции 1917 г. лишь немногие официальные органы политических партий имели свои издания, то теперь это стало весьма распространенным явлением. Тем не менее и здесь можно обнаружить существенные региональные различия. Так, в Пермской губернии свои официальные печатные органы имели все основные российские партии — эсеры, меньшевики, большевики и кадеты. А вот в Оренбургском крае партийная пресса была развита значительно слабее: в губернском городе выпускалась официальная меньшевистская газета [12], кроме того, издание партии кадетов выходило в торговом Троицке [13]. Очевидно, это было обусловлено спецификой Оренбургской губернии, большой ролью казачества в общественно-политической жизни региона. Казачество на Южном Урале в 1917 г. было более мощным фактором, чем общероссийские политические партии. Именно поэтому последние стремились вести борьбу за влияние на оренбургских казаков, использовать этот фактор в своих политических целях [15].

Спецификой отличалась и ситуация в Уфимской губернии. Здесь, в крае со значительным татаро-башкирским населением, существовали официальные печатные органы национальных партий — «Вперед» (Алга), газета татарской социал-демократии, и «Наш путь» (Безнен юл), орган татарских эсеров и Уфимского мусульманского военного комитета.

Вместе с тем, характеризуя партийную принадлежность того или иного издания, следует учитывать, что она отнюдь не всегда была обозначена в выходных данных газеты. Многие периодические издания по-прежнему, как и до революции, официально были беспартийными, однако реально контролировались какой-либо политической силой. Особенно это было характерно для старейших в регионе изданий, выпускавшихся с дореволюционных времен. Так, издававшаяся в Екатеринбурге газета «Зауральский край» не помещала в выходных данных информацию о своей партийной принадлежности, однако всем читателям было известно, что она являлась печатным органом местного комитета партии кадетов, регулярно публиковала воззвания екатеринбургских кадетов, информировала читателей об их собраниях [3]. Однако главному «ветерану» среднеуральской журналистики — издававшейся с 1899 г. «Уральской жизни» в целом удалось даже в условиях революции 1917 г. сохранить тот «надпартийный» характер, который был присущ газете П. И. Певина еще до революции. Скорее тяготевавшая к либералам, «Уральская жизнь» информировала своих читателей о деятельности различных политических партий, пытаясь демонстрировать при этом свою беспристрастность [14].

Как известно, вслед за В. И. Лениным историки долгое время писали о феномене «двоевластия» в 1917 г., характеризуя политический процесс через призму борьбы Временного правительства и Советов. Однако в 1990-е гг. исследователи опровергли тезис о «двоевластии» на Урале. По мнению Д. В. Бугрова и Н. Н. Попова, при анализе ситуации в период весны 1917 г. корректнее говорить о многовластии [9, 43]. С этим тезисом согласны также С. П. Постников и М. А. Фельдман, они полагают, что Временному правительству не удалось сыграть ту роль «интегрирующего фактора», которая ему предназначалась [11, 86].

Анализ периодической печати также показывает, что роль Советов в разных регионах Большого Урала не была одинаковой. Так, феномен «советских» печатных изданий практически отсутствовал в Оренбуржье: удалось выявить лишь одну газету — «Известия Совета рабочих, солдатских и крестьянских депутатов», которая издавалась в Бугуруслане [5]. Однако следует учесть, что газету стали выпускать лишь в декабре 1917 г., т. е. уже после взятия власти в Петрограде большевиками. Очевидно, такая ситуация опять же связана со спецификой Оренбуржья, особой ролью казачества в этом регионе.

Наибольшее распространение «советская» пресса получила в Пермской губернии. И это не случайно, поскольку здесь уже к концу марта 1917 г. было создано 94 Совета, т. е. больше, чем в Оренбургской, Уфимской и Вятской губерниях за весь период «двоевластия». Так, в Пермской губернии в 1917 г. выпускалось не менее семи периодических изданий, являвшихся официальными органами Советов разных уровней. Заметим при этом, что в Екатеринбурге были представлены

и орган Уральского областного и Екатеринбургского городского Совета рабочих и солдатских депутатов — газета «Борьба» [1], и орган Екатеринбургского областного Совета крестьянских депутатов — эсеровская газета «Вольный Урал» [2]. Это связано не только с высоким уровнем общественно-политической активности населения города в 1917 г., но и с сильными позициями здесь «советских» партий, а также с давними традициями среднеуральской журналистики. Свои печатные издания имели Советы рабочих и солдатских депутатов даже небольших городов и заводских поселков Пермской губернии — Нижнего Тагила, Надеждинска и Лысьвы. Это обусловлено спецификой территорий: как отмечают С. П. Постников и М. А. Фельдман, в некоторых заводских поселках Урала (преимущественно там, где еще в 1915–1916 гг. тлели очаги застарелых трудовых конфликтов) Советы уже в марте 1917 г. провозгласили себя единственной властью [11, 86]. Однако следует обратить внимание на тот факт, что печатные органы Нижнетагильского, Надеждинского и Лысьвенского Советов начали издаваться в ноябре — декабре 1917 г., после взятия большевиками власти в Петрограде. Во многом эти издания были инструментами осуществления так называемого «триумфального шествия» советской власти, установления большевиками контроля над горнозаводским Уралом.

При этом характерно, что в Вятской губернии, где традиции провинциальной журналистики были весьма развиты, феномен «советской» прессы был выражен весьма слабо. Лишь в заводском поселке Ижевск, имевшем во многом ту же специфику, что и многие населенные пункты Пермской губернии, выходили «Известия» местного Совета рабочих, солдатских и крестьянских депутатов. Характерно и то, что в губернском городе известны лишь два издания местного Совета крестьянских депутатов — эсеровское «Народное дело» и «Крестьянская газета Вятского губернского земства» (одним из ее издателей, наряду с земством, был Совет). Лишь в 1918 г., после преобразования большевистской «Вятской правды», у местного Совета рабочих и солдатских депутатов появился свой печатный орган [4]. В других населенных пунктах Вятской губернии (где выпускалось немало местных газет) «советских» изданий 1917 г. выявить не удалось. В данном случае пресса является «маркером», символизирующим специфику общественно-политической ситуации в регионе. Лозунг «Вся власть Советам!», использовавшийся большевиками весной и осенью 1917 г., в Приуралье имел значительно более слабую базу, чем на горнозаводском Урале.

В то же время обращает на себя внимание и другой факт: слабое развитие такого феномена, как официальные издания местных структур Временного правительства. В Уфе, Вятке и Перми выпускались соответствующие газеты, однако они находились на периферии общественного интереса. Являясь во многом преемниками дореволюционных «Губернских ведомостей», они выходили редко (один-два раза в неделю), поэтому им было трудно конкурировать с ежедневными газетами, выпускавшимися различными политическими партиями. Печатавая зачастую преимущественно официальные документы, они не могли донести до местного читателя оперативную информацию о ситуации в стране и регионе. «Казенный», официальный характер этих изданий вызывал отторжение у многих

представителей провинциальной интеллигенции, которые крайне редко читали «Пермские губернские ведомости», «Вятские известия Временного правительства» и подобные им издания. На это обстоятельство следует обратить особое внимание, поскольку именно эти издания могли стать для власти важным инструментом поддержания общественной стабильности в регионе. Однако Временное правительство и его структуры слабо использовали фактор СМИ. Фактически они проиграли радикальной оппозиции борьбу за влияние на общественное мнение в 1917 г., что привело к самым печальным последствиям.

Не получило развития в условиях революции 1917 г. и такое явление, как официальная периодическая печать земских учреждений на Урале. Характерно, что в губернских городах ее практически не было. Между тем именно в региональных «столицах» решался вопрос о власти в губернии, именно там наблюдалась наибольшая острота общественных противоречий. Удалось выявить земские печатные органы лишь в небольших городах Приуралья (Уржум, Яранск) и Южного Урала (Красноуфимск, Белебей, Бузулук). Это не случайно, поскольку здесь находились давние центры уездного земского самоуправления. Местная земская интеллигенция еще до революции 1917 г. многое сделала для развития образования, здравоохранения, экономического развития этих уездов, что принесло ей поддержку значительной части общественности. Однако в целом на Большом Урале несколько земских изданий оказались каплей в «море» региональной прессы. Серьезного влияния на политические настроения населения Урала они оказать не могли. Между тем именно земства в 1917 г. могли стать одним из важнейших институтов, нацеленных на стабилизацию и поступательное развитие страны. Именно через земства и их печатные органы широкие круги провинциальной общественности могли решать ключевые проблемы социально-экономического развития, влиять на морально-психологическую атмосферу в регионе. Однако и этот фактор стабилизации ситуации в стране и на Урале не был задействован в полной мере.

Таким образом, можно прийти к выводу, что периодическая печать Урала является чрезвычайно важным историческим источником, без привлечения которого невозможно адекватно реконструировать политические процессы в регионе в 1917 г. Но ее значение гораздо больше: она сама является «маркером», позволяющим увидеть специфику той или иной губернии, города или заводского поселка Большого Урала, их развитие в условиях революции 1917 г. Анализ уральской периодической печати показывает, что Временное правительство и его структуры в регионах не воспользовались в полной мере тем потенциалом, который имели региональные СМИ. Те печатные органы, которые контролировались властью, в силу периодичности издания и характера публикаций не могли конкурировать с многочисленными ежедневными газетами, выпускавшимися оппозицией. В результате широкие круги общественности в регионах зачастую оказывались во власти слухов, которые умело распространялись экстремистскими группировками. В условиях общенационального кризиса власти необходимо было вести эффективную контрпропаганду идей радикальной оппозиции. Такая работа

проводилась в уральском регионе недостаточно активно. В этом мы видим одну из причин падения Временного правительства и провала попытки формирования в России сильной демократической государственности.

-
1. Борьба (Екатеринбург). 1917. 28 окт.
 2. Вольный Урал (Екатеринбург). 1917. 27 окт.
 3. Зауральский край (Екатеринбург). 1917. 12 марта.
 4. Известия Вятского губернского исполнительного комитета Советов крестьянских, рабочих и солдатских депутатов и Вятского Совета рабочих и солдатских депутатов (Вятка). 1918. 6 апр.
 5. Известия Совета рабочих, солдатских и крестьянских депутатов (Бугуруслан). 1917. 3 дек.
 6. Кукарская жизнь (Кукарка). 1917. 11 мая.
 7. *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.
 8. *Павлов В. А.* Крах буржуазной прессы Урала 1917 года // Вопросы истории печати. Свердловск, 1974. С. 41–59.
 9. *Попов Н. Н., Бугров Д. В.* Бремя упущенных возможностей: Урал в 1917 году. Екатеринбург, 1997.
 10. Периодическая печать Урала. Вып. 2 : Газеты 1917–1920 гг. : библиогр. указ. / сост. Г. М. Савиных. Свердловск, 1986.
 11. *Постников С. П., Фельдман М. А.* Власть и рабочие Урала в 1917 г. : очерки истории и историографии. Екатеринбург, 2011.
 12. Рабочая заря (Оренбург). 1917. 5 окт.
 13. Свободная речь (Троицк). 1917. 28 окт.
 14. Уральская жизнь (Екатеринбург). 1917. 16 марта.
 15. *Футорянский Л. И.* Борьба за массы трудового казачества в период перерастания буржуазно-демократической революции в социалистическую (март — октябрь 1917). Оренбург, 1972.

Статья поступила в редакцию 07.04.2017

УДК 070.1 + 316.74:37 + 929 Блонский

И. А. Фатеева

У ИСТОКОВ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ИДЕЙ «КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ» И «МЕДИАГРАМОТНОСТИ» В РОССИЙСКОЙ НАУКЕ: ПАВЕЛ БЛОНСКИЙ

Впервые в науке показывается вклад выдающегося русского ученого П. П. Блонского (1884–1941) в становление медиаобразования. Статья посвящена Блонскому как автору идей «критического мышления» и «медиаграмотности». Попутно демонстрируется активное участие Павла Блонского в специализированных и универсальных газетах и журналах его времени, что тоже до сих пор не освещалось в науке.

Ключевые слова: П. П. Блонский; критическое мышление; медиаграмотность; медиаобразование; пресса; радио.

Историки отечественного медиаобразования в поисках артефактов начального этапа развития данного научного направления обошли вниманием работы выдающегося педагога, психолога и философа П. П. Блонского, а между тем он неоднократно высказывал в них идеи критического мышления (еще до Л. Мастермана) и необходимости использования в образовании дидактических возможностей периодики и радио. Единственной работой, касавшейся роли Блонского в медиаобразовании, на сегодня является кандидатская диссертация О. И. Горбатковой «Становление системы отечественного медиаобразования в 20-е годы XX века» [7], но она посвящена всем значительным отечественным педагогам 1920-х гг. в комплексе, а не именно Павлу Блонскому, который, кстати, активно работал отнюдь не одно десятилетие. Кроме того, в диссертации, как и во всех других трудах представителей научной школы профессора А. В. Федорова, ощущается крен в кинематографический вид медиаобразования, если рассматривать его с точки зрения классификации по видам средств массовой информации и коммуникации, являющихся предметом и средством освоения учащимися.

Цель данной статьи — обосновать тезис о том, что П. П. Блонский был первопрородцем массового медиаобразования в советской педагогике, стоявшим на уровне развития данного направления в мировой науке и предлагавшим перспективные для своего времени векторы его разработки в отечественной теории и практике.

Массовым медиаобразованием принято в наше время считать все систематические и целенаправленные действия, предназначенные для удовлетворения образовательных потребностей, имеющие отношение к массмедиа и адресованные не будущим профессионалам, а представителям самой широкой аудитории (применительно к эпохе П. П. Блонского — потребителям средств массовой информации).

ФАТЕЕВА Ирина Анатольевна — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры медиаинформационной грамотности и медиаобразования (ЮНЕСКО) Московского педагогического государственного университета (e-mail: fateevafia@gmail.com).

© Фатеева И. А., 2017

Оговоримся только, что самого термина «медиаобразование» в годы жизни ученого не было не только в России, но и в мире (не закрепился еще даже термин «медиа»). Несмотря на это, сама медиасистема была уже довольно разветвленная: несколько веков существовала печать, в том числе периодическая, на ее базе институировались статичные визуальные медиа (фотография и плакаты), плюс в первой половине XX в. начали развиваться электронные медиа: аудиальные (радио), визуальные (немое кино) и аудиовизуальные (звуковое кино и телевидение). Каждый из этапов глобального процесса информатизации человечества (возникновения принципиально новых массмедиа), как показывает анализ, был ознаменован возникновением особого вида медиаобразования, так как на всех этапах перед системой образования ставились вопросы подготовки квалифицированных создателей и потребителей медиасообщений: конец периода монополии печатных СМИ и СМК стал временем рождения профессионального медиаобразования (прежде всего журналистского), а развитие электронных медиа привело к появлению его массового (непрофессионального) вида.

Будучи междисциплинарной областью (в научном смысле она лежит на пересечении педагогики и комплексной науки о медиа, во времена Блонского находившейся на этапе становления), медиаобразование априори предполагает высокий уровень компетентности в обеих этих сферах. Именно таким специалистом был в России Павел Петрович Блонский. Попробуем это доказать.

Прежде всего продемонстрируем его тесное знакомство с функционированием газетно-журнальных предприятий (как специализированных, так и универсальных) — сначала, естественно, в качестве потребителя, а затем и в качестве их активного сотрудника. Вспоминая в мемуарах [Научный архив РАО. Ф. 112. Д. 8. Л. 1–265] свои киевские детство и юность, он назвал те периодические издания рубежа XIX и XX вв., которые постоянно читал и которые оказали определенное влияние на формирование его личности. Это в первую очередь журналы: «Вокруг света» («этот журнал был моим любимым чтением» [Там же. Л. 22]), «Вестник иностранной литературы» («он имел большое значение в моем развитии» [Там же. Л. 31]), «Мир Божий», «Былое», сборник «Конституционное право» («моя настольная книга» [Там же. Л. 91]), многочисленные еженедельные иллюстрированные журналы («я, можно сказать, вырос на них» [Там же. Л. 60]). Все это легальные издания, а в студенческую пору к ним присоединились и нелегальные: «Революционная Россия» (орган эсеров), «Искра» (газета эсдеков), «Жизнь» (скорее всего имеется в виду журнал «легальных марксистов») [Там же. Л. 107].

Печататься в прессе Павел Петрович начал довольно рано: сначала он публиковал там свои стихи (газеты «Киевское слово» и «Жизнь и искусство»), потом — продукты политической деятельности («Я настолько навострился в рабочем вопросе, что в 1906–1907 годах сам составил по нескольким источникам устав профсоюза строительных рабочих, провел его на их собрании и напечатал в газете “Киевские отклики”» [Там же. Л. 90]).

После переезда в Москву (1907) и начала научной карьеры наступила пора активного сотрудничества в специализированных изданиях. До Октябрьской революции это философские «Вопросы философии и психологии» и «Гермес»,

а также психолого-педагогические «Вестник воспитания», «Свободное воспитание», «Педагогический листок», «Школа и жизнь», «Учитель», «Известия по народному образованию Московской городской думы», «Психология и дети», «Психологическое обозрение», «Народное образование», «Журнал для воспитателей и народных учителей».

Октябрьская революция и начавшиеся после нее реформы в образовании актуализировали уже не только авторский, но и организационно-редакторский потенциал Блонского: «С осени 1918 года я стал работать в московском отделе народного образования в качестве редактора журнала “Трудовая школа”. Я с большим удовольствием принял это предложение. Еще раньше я мечтал издавать педагогический журнал. У меня в воображении уже сложился тип такого журнала, и предложение не застало меня врасплох» [2, 152]. Просуществовало издание не более года, вышло 6 номеров, 4 книжки: номера 1–2 за 1918 г. и 5–6 за 1919 г. — сдвоенные. По опубликованным воспоминаниям самого ученого, «...много статей приходилось писать самому, но немало статей было и со стороны. Помещались и переводные статьи» [Там же, 153].

Дальше Блонскому предложили редактировать ежемесячник Наркомпроса «Народное просвещение»: «У них дело не ладилось: журнал выходил редко, очень неаккуратно и чуть ли не сплошь заполнялся официальными циркулярами. Я согласился. Постепенно стал образовываться коллектив сотрудников. Журнал пошел и стал проникать даже в провинцию» [Там же]. В традициях того времени было не указывать редактора издания (на последней странице каждого номера была пометка только о литературно-издательском отделе наркомата просвещения), историки же считают руководителем этого ведомственного издания П. И. Лебедева-Полянского [10], роль Блонского в нем забыта.

Следующий журнальный проект, который был инициирован Блонским, — «На путях к новой школе» (1922–1932). Это орган научно-педагогической секции Государственного ученого совета (ГУС), где в 1920-е гг. работал под руководством Н. К. Крупской Павел Петрович. По свидетельствам современников [Научный архив РАО. Ф. 112. Д. 318. Л. 48], он возглавлял литературно-издательскую комиссию ГУС, высказал идею о создании журнала и подготовил первый его номер. Со второго номера ответственным редактором журнала считалась Крупская, но вклад Блонского в формирование его контента огромен: за годы существования этого ежемесячного издания Блонский напечатал там 33 свои статьи.

Кроме этого до 1936 г. (время выхода в свет Постановления ЦК ВКП (б) «О педологических извращениях в системе наркомпросов» [9], после которого Блонский попал под цензурный запрет) ученый печатался в таких изданиях, как «Свободное воспитание и свободная (трудовая) школа», «Народный учитель», «Педагогическое образование», «Социальное воспитание», «Рабоче-крестьянское просвещение», «Педология», «Психология», «Просвещение», «Новая школа», «Сибирский педагогический журнал», «Методика политехнической школы» (список наверняка неполный).

В свете нашей темы важно подчеркнуть, что зрелый П. Блонский сотрудничал не только в специализированной прессе, но и в общественно-политической. Стоит

упомянуть громкий скандал, разразившийся в ноябре 1917 г. после публикации в «Известиях Московского Совета рабочих и солдатских депутатов» его открытого письма, направленного против бессрочной забастовки учителей московских школ, объявленной ими в знак протеста против захвата власти большевиками и лишения ими полномочий городской думы [5]. Гневные отклики на это письмо появились во многих оппозиционных московских газетах — в «Русских ведомостях», в эсеровском «Труде», в кадетских и энесовских изданиях: «Письмо подняло невероятный шум... Курсистки педагогических Тихомировских курсов постановили прогнать меня, если я явлюсь к ним. Приблизительно то же ожидало меня и в других местах. Я был приглашен в редакторы создаваемого журнала “Новая школа”, но теперь издательство отказывало мне, так как “мое имя принесло бы ущерб распространению журнала”. Я, как пробка, вылетел моментально со всех своих мест... Но этим дело не ограничивалось. Союз деятелей средней школы потребовал от меня объяснений для привлечения к суду чести. Я ответил непризнанием этого суда. Чего только не говорилось обо мне, притом даже публично. Оказывалось, что я написал письмо в состоянии умопомешательства на почве запоя и сейчас я уже в доме для сумасшедших. По другой версии, я “продался большевикам”. По третьей, вместе с пьяными солдатами громлю школы. Всего не перечесать!» [2, 146]. Возражения Блонского против этих злобных выпадов, как правило, игнорировались редакциями — только те же «Известия» решились напечатать его текст под названием «Мой ответ» [4]. В нем автор не просто отвечал на все эти клеветнические высказывания, но и конкретизировал свою позицию по вопросу о недопустимости участия педагогов в забастовках.

Таким образом, хорошо знакомый с «кухней» газетно-журнального дела, причем применительно к изданиям разного типа, педагог П. П. Блонский прекрасно понимал их пропагандистские и манипулятивные возможности и, как следствие, считал необходимым формировать в подрастающем поколении умение им противостоять: «Надо всегда следовать правилу — не доверяться чему бы то ни было, но начинать с вопроса, не есть ли это обман или самообман?» [2, 88]. Этот навык позже станут называть критическим мышлением (*critical thinking*). Кстати, Блонский чаще всего использовал словосочетания «критическая мысль» и «критическое отношение»: «...прежде всего надо воспитать в ребенке привычку критически относиться к чужим сообщениям» [1, 109]; «обучение ребенка — процесс переработки складывающейся у него критической мыслью данных его первобытного сознания» [Там же, 128].

Важно, что подобные идеи высказывал человек, не просто хорошо знакомый с системой образования и с педагогическими теориями, но в определенный период активно реформировавший их и в значительной степени влиявший на образовательную практику в масштабах всей страны.

Профессиональный интерес к педагогике проявился у П. Блонского после переезда в Москву (1907): его киевский научный руководитель Г. И. Челпанов получил кафедру философии в Московском университете и предложил своему подопечному продолжать свое образование там же. Став магистрантом, молодой Блонский вынужден был зарабатывать на жизнь преподаванием в средних

и высших учебных заведениях, и волею судеб основным предметом его преподавания, а затем и научного интереса стала педагогика. Кроме этого во втором десятилетии прошлого века ему регулярно предоставлялись случаи читать лекции по педагогике перед практикующими педагогами на земских учительских курсах. Активно перерабатывая наследие западной и отечественной классики, Блонский сформировал свою собственную позитивную модель так называемой трудовой школы: накануне Октябрьской революции он изложил ее в таких работах, как «Задачи и методы народной школы» и «Как мыслить среднюю школу», а чуть позже развил в книге «Трудовая школа».

Благодаря данным работам идеи П. Блонского стали широко известны, и новая, советская, власть, планируя реформу школы, привлекла его к этой важной работе: в 1920 г. его назначили ректором первого в Москве послеоктябрьского высшего учебного заведения для подготовки учителей (Академии соцвоспитания, позже переименованной в Академию коммунистического воспитания им. Н. К. Крупской), а с 1921 г. он стал, как член ГУС, отвечать за разработку программ единой трудовой школы I ступени.

Важно отметить, что идеи «критического мышления» высказаны Павлом Петровичем еще в «Задачах и методах народной школы» (1916). В этой программной работе он писал: «...необходимо к чужим словам относиться критически и непременно всегда, когда возможно, проверять их» [1, 109]. На взгляд ученого, такое отношение у ребенка должно быть к любому источнику сведений: окружающим его людям (членам семьи, соседям, сверстникам), учителям, служителям культа, печатным источникам (книгам, газетам и журналам), партийным деятелям. «Где возможно, сам убеждайся», — обращается Блонский к детям, а учителям настоятельно советует вырабатывать у учеников «способность сомневаться», «привычку к оценке авторитетов и к личному наблюдению» [Там же], ибо «критически мыслящая личность — единственно подлинный интеллигент» [Там же, 110].

Но критическое мышление не единственный признак медиаграмотного человека — нужна еще осведомленность в вопросах медиа, постоянное отслеживание их контента, понимание роли прессы в современном обществе. И разрабатывая в начале 1920-х гг. по поручению научно-педагогической секции Государственного ученого совета учебную программу для младших школьников, он рекомендовал включать в тематику занятий с ними газетную тему: «Учитель всегда, идя на урок, должен отметить в своей газете, что можно и нужно прочитать из нее детям» [Там же, 134]. При этом важно не только использование контента газет в учебном процессе — Блонский писал и о педагогической целесообразности выпуска учащимися самостоятельных периодических изданий. Так, он рекомендовал сельским учителям осуществлять с детьми издание «Газеты деревенского труженика» и постоянно «следить за тем, чтобы не помещались непроверенные сообщения» в ней [Там же, 136]. Много размышляя над методикой обучения детей родному языку, П. П. Блонский справедливо считал «школьный, лучше классный, журнал» «наиболее подходящим возбудителем творчества ребенка» и «самым действительным средством воспитать в ребенке орфографический навык» [Там же, 139]. Здесь мы наблюдаем прямую перекличку его идей с тезисами

французского педагога С. Френе, всемирно известного автора концепта «типология в школе».

Не меньше внимания ученый уделял зарождающемуся радио, которое он считал «очень сильным средством социализации детского быта» [6, 337]. Радийной теме в педагогическом аспекте посвящена его статья «Радио и советская политехническая школа» (1930). Признавая в ней отставание СССР от «буржуазной педагогики», которая «уже оценила огромное значение радиослушания для воспитания и обучения», Блонский предлагал активно заимствовать зарубежный опыт «из большого количества работ, имеющихся в буржуазной литературе по радиовоспитанию, а также из ряда законоположений, направленных на проникновение радио в школу» [Там же, 336]. Однако ограничиваться копированием чужого опыта он не считал возможным и призывал «много поработать над содержанием советского детского радиовещания и над организацией внедрения радио в школу», а также «сосредоточиться... на тех вопросах радиопедагогики, которые обыкновенно буржуазной педагогией оставляются в тени, но советской должны быть выдвинуты на первый план»: «радиосвязь, радиodelание и радиообслуживание деревни» [Там же]. Этот технократический и практико-ориентированный уклон объяснялся общепедагогической концепцией П. П. Блонского как создателя «трудовой», политехнической школы, апологета идеи индустриализма в педагогике.

Таким образом, проблемы медиаграмотности поднимаются П. Блонским в разные годы его педагогической деятельности и решаются им в направлении утверждения следующих неперенных компонентов школьной образовательной практики:

- знакомство учащихся с прессой как цивилизационным феноменом;
- издание ученической самодеятельной периодики как мощного средства развития детей;
- использование профессиональных медиаматериалов (газетно-журнальных и радиийных) в учебном процессе;
- многоаспектное использование в школе возможностей радио как нового и прогрессивного медиасредства («радиослушание», «радиосвязь», «радиodelание» и «радиообслуживание»).

Вкупе с идеей критического мышления такое внимание Блонского к медиапроблематике в педагогическом аспекте было для первой трети XX в. чрезвычайно прогрессивно и свидетельствовало о синхронном с Западом развитии отечественной науки. Следующим шагом в обозначенном направлении стало формулирование за рубежом идеи введения в учебную программу курса, имеющего целью знакомство учащихся со средствами массовой коммуникации. Этот шаг был сделан, например, в Канаде в 1950-е гг. по инициативе «отца коммуникативистики» Маршалла Маклюэна, а в массовом порядке такие курсы стали входить в практику в различных странах свободного мира в 1960–1970-е гг., что и привело в конечном итоге к институализации массового медиаобразования как целостной концепции и как автономного направления науки и практики.

Что касается нашей страны, в СССР такая концепция и инспирированная ею практика в полном объеме существовать не могли, хотя отдельные их элементы

развивались (политинформации в школах по материалам советской печати, выпуск силами учащихся стенгазет как подконтрольной самостоятельной прессы, развитие детского и образовательного радиовещания, а позже и телевидения и др.). Но без идеи критического мышления, цементирующей медиаобразовательную концепцию и переводящей ее на уровень образовательной философии современного открытого и свободного общества, эти элементы оставались всего лишь частными техническими приемами, поставленными на службу идеологизированной и монополизированной государством школе. Поэтому такие люди, как Павел Петрович Блонский, ей оказались не нужны. Мы далеки от мысли, что причиной его отлучения от официальной педагогики второй половины 1930-х гг. были высказанные им в 1916 г. идеи «критической мысли» — репрессивный механизм сработал вслепую и автоматически, но внутренний смысл в этом, безусловно, был.

1. *Блонский П. П.* Задачи и методы народной школы // Блонский П. П. Избр. пед. произведения. М., 1961. С. 101–144.
2. *Блонский П. П.* Мои воспоминания. М., 1971.
3. *Блонский П. П.* Мои воспоминания // Научный архив РАО. Ф. 112. Д. 8. Л. 1–265.
4. *Блонский П.* Мой ответ // Изв. Моск. Совета рабочих и солдатских депутатов. 1917. № 214.
5. *Блонский П.* Письмо в редакцию // Изв. Моск. Совета рабочих и солдатских депутатов. 1917. № 208.
6. *Блонский П. П.* Радио и советская политехническая школа // Блонский П. П. Избр. пед. произведения. М., 1961. С. 335–339.
7. *Горбаткова О. И.* Становление системы отечественного медиаобразования в 20-е годы XX века : дис. ... канд. пед. наук. Белгород, 2015.
8. *Крылова Л. И.* Деятельность П. П. Блонского в Академии социального воспитания // Научный архив РАО. Ф. 112. Д. 318. Л. 29–50.
9. О педологических извращениях в системе наркомпросов: Постановление ЦК ВКП (б) от 4 июля 1936 г. // Народное образование в СССР: Общеобразовательная школа : сб. док. 1917–1973 гг. / сост. А. А. Абакумов, Н. П. Кузин, Ф. И. Пузырев, Л. Ф. Литвинов. М., 1974. С. 173–175.
10. *Чумаков В., Замостьянов А.* Старейший журнал России / под общ. ред. А. М. Кушнера. М., 2013.

Статья поступила в редакцию 02.06.2017 г.

УДК 070.325:5 + 39(=512.154) + 39(=512.141) + 015

Н. Б. Граматчикова

**ВОСТОКОВЕДЕНИЕ НА СТРАНИЦАХ «ОРЕНБУРГСКИХ
ГУБЕРНСКИХ ВЕДОМОСТЕЙ»: ОПЫТ ПРИСУТСТВИЯ
НАУЧНОГО ДИСКУРСА В ПРОВИНЦИАЛЬНОЙ
ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ (1853–1854 гг.)***

Статья посвящена продуктивному и во многих отношениях уникальному периоду истории «Оренбургских губернских ведомостей» (ОГВ), когда в момент смены редакционной политики к сотрудничеству с газетой оказались привлечены специалисты-востоковеды и библиографы, превратившие на 2–3 года провинциальную газету в настоящее научное издание. Впервые выполнен комплексный анализ газетных материалов этого периода, определено их место в творчестве авторов — сотрудников ОГВ, оценена степень уместности и востребованности подобной редакционной политики в провинциальной периодике; описаны последствия этого периода для отечественной словесности, науки и судеб сотрудников газеты.

К л ю ч е в ы е с л о в а: востоковедение, провинциальная пресса, периодическая печать; Хивинский поход; киргизы (казахи); башкиры; Я. Ханьков; Н. Ханьков; В. Вельяминов-Зернов; В. Завьялов; И. Сосфенов; Л. Суходольский; библиография.

История «Оренбургских губернских ведомостей» (далее — ОГВ), издававшихся в Уфе, насчитывает без малого три десятилетия своего развития (1838–1865), из которых неофициальная ее часть существовала чуть более двадцати лет. Материалы 1853–1854 гг. принадлежат периоду, когда наметился своеобразный поворот в редакционной политике ОГВ, не получивший продолжения, но во многом знаковый для этого издания и провинциальной прессы в целом. Это были последние годы редакторства И. Сосфенова, при активном содействии которого произошло становление неофициальной части газеты, формирование ее читательской аудитории и штата сотрудников¹. Однако наполнение газеты этих двух лет значительно отличается от разнообразия «классического» сосфеновского периода, что побуждает искать внешние факторы изменения формата. После И. П. Сосфенова, в 1854 г., редактором ОГВ стал В. В. Завьялов, преподаватель Уфимской гимназии и страстный библиограф, но дальнейшие годы его редакторства не были так продуктивны, как первые год-два, что свидетельствует о том, что в начале своей редакторской карьеры он был скорее проводником чьего-то влияния на газету, нежели источником изменений. Эти несколько лет становятся временем беспрецедентной экспансии научного дискурса в пространство провинциальной газеты, хотя и ориентированной

* Исследование выполнено в рамках работы по гранту РГНФ «На границе литературы и факта: языки самоописания в периодической печати Урала и Северного Приуралья XIX — первой трети XX века».

¹ Об эволюции ОГВ за весь период существования см. подробнее в работе [20], о первом, «сосфеновском» периоде см. в статье [6].

ГРАМАТЧИКОВА Наталья Борисовна — кандидат филологических наук, научный сотрудник Института истории и археологии УрО РАН, доцент кафедры русской и зарубежной литературы Уральского федерального университета (n.gramatchikova@gmail.com).

© Граматчикова Н. Б., 2017

на столичные издания и имевшей неплохую корреспондентскую сеть, но все же бывшей плоть от плоти своих практически ориентированных подписчиков: чиновников, помещиков, учителей, священников и др.

Гражданский губернатор Я. В. Ханыков и новое поколение востоковедов

ОГВ — газета государственная и долгие годы была единственной в огромном крае, потому интерес к ней со стороны правительственных лиц вполне закономерен. Изменения описываемого нами периода были также инициированы властными структурами: гражданским губернатором Оренбургской губернии в тот период (1851–1856) стал **Яков Васильевич Ханыков** (1818–1862), действительный статский советник, бывший секретарь Императорского Русского географического общества (далее — РГО), выдающийся исследователь-картограф. Происходил он из талантливой семьи Ханыковых, где кроме него было еще два сына: Николай Ханыков (1819–1872) стал выдающимся востоковедом, известным трудами о Бухарском царстве и Хоросане; судьба Александра (1825–1851) сложилась трагически — первоначально он также избрал восточное отделение Петербургского университета, однако в 1849 г. был осужден по делу петрашевцев и сослан в Оренбургский край, где вскоре умер в «холерном батальоне». Отношения с братьями оказались очень важны для личной и научной судьбы Якова Васильевича Ханыкова: фактическое убийство младшего брата в тех краях, где он находился на государственной службе, а также последовавшая за этим в 1852 г. смерть любимой супруги Е. Е. Головиной стали причиной развившейся душевной болезни, которая через десятилетие свела его в могилу.

В годы своего расцвета Я. В. Ханыков был выдающимся картографом, которому удалось при недостатке сведений разработать методику, позволяющую картографировать огромные территории Средней Азии. Секретарь РГО П. Семенов (Тян-Шанский) характеризовал Я. Ханыкова как талантливого ученого, «самого ревностного поборника необходимости изучения сопредельных с Россией стран Внутренней Азии», картографические труды которого были признаны международным сообществом [23, 89]. Позднее важнейшие работы Я. Ханыкова по картографированию Северной Персии было поручено завершить его младшему брату Николаю [23, 90], научная судьба которого сложилась драматически².

² Николай Владимирович Ханыков также был выдающимся востоковедом, путешественником и дипломатом, деятелем Русского географического общества и членом-корреспондентом Академии наук, уже в юные годы достигшим больших успехов в изучении восточных народов и их языков. Его работа о Бухарском ханстве считается лучшим описанием ханства и г. Бухары в XIX в., поныне не утратившим своего значения. Он 15 лет провел на Кавказе, был избран помощником председателя Кавказского отдела РГО, разрабатывал проект Хоросанской научной экспедиции и возглавил ее [20, 439–441]. Результаты, чрезвычайно ценные, остались неопубликованными в связи с тем, что вскоре после окончания экспедиции Н. Ханыков, переживая смерть обоих братьев и движимый неприятием российской действительности, уехал в Париж и с тех пор поддерживал с Россией лишь научные контакты. Н. Веселовский писал: «Ханыков был один из замечательных русских ориенталистов; к сожалению, в России не нашлось места, которое бы соответствовало его способностям и громадной эрудиции» [Там же, 441].

В 1853 г. Я. В. Ханьков публикует несколько работ по географии и экономике Оренбургского края: «Географическое обозрение Оренбургского края», «Обозрение рудного производства частных Оренбургских заводов в 1838 г.». Этот человек, талантливый ученый и организатор, имевший дар привносить одушевление в те дела, которыми занимался, становится во главе Оренбургского края (1852–1855) и фактически руководит изданием «Оренбургских губернских ведомостей» некоторое время. За его подписью, как действительного члена Императорского Русского географического общества, публикуются «Географические очерки Оренбургского края» (1853. № 1 — здесь и далее год и номер публикации без дополнительного указания периодического издания означают публикацию в «Оренбургских губернских ведомостях») и «Материалы для статистики народонаселения Оренбургской губернии» (1853. № 3), а также демографические таблицы народонаселения Оренбургской губернии, составленные им же [7].

Надо сказать, что многих из сотрудников-востоковедов этого поколения ОГВ объединял еще и важный для них опыт участия в печально известной *Хивинской экспедиции 1829–1830-х гг.* Хивинский поход под предводительством военного генерал-губернатора В. А. Перовского, закончившийся разгромом русского войска, преследовал не только военно-политические, но и научно-исследовательские цели и способствовал реальному знакомству его молодых участников (чиновников с востоковедческим образованием) с условиями жизни народов Средней Азии, их культурами и языками, что навсегда предопределило их глубокий научный интерес к этому региону (в частности, В. Даля и Н. Ханькова).

Таким образом, «лицо» ОГВ в 1853–1854 гг. определила *плеяда качественно новых сотрудников-востоковедов*, привлеченных Я. Ханьковым к регулярному сотрудничеству с газетой; их объединяли общность образования и интересов, дружеские и родственные связи, а также любовь к Средней Азии, для изучения которой Оренбургский край предоставлял неограниченные возможности. К «новым людям» в ОГВ относились старший учитель истории Уфимской гимназии В. Завьялов, двоюродный брат Ханьковых В. В. Вельяминов-Зернов, П. Самарин. По словам обозревателя газеты Шевича, в этот период «неофициальная часть Губернских Ведомостей представляет редкое, почти беспрецедентное явление в провинциальной литературе: дельностью и серьезностью своих статей это издание сделалось в 1853 году учено-литературным» [25, 14]. «Чтобы дать возможность появиться в свет указанным сочинениям, гражданский губернатор Я. В. Ханьков изменил и программу самого издания. Вместо 17 пунктов... программа газеты стала заключать всего лишь шесть пунктов, а именно: 1) местные известия — обнимающая всю жизнь губернии, 2) история Оренбургского края, 3) география и старожилы края, 4) библиография, 5) словесность, 6) смесь» [Там же, 14–15].

Хотя в газете в эти годы номинально продолжает существовать раздел «Местные известия», информирование о местных событиях резко сокращается. Заявленная рубрика «Словесность» представлена лишь зарисовкой о казаке — «Укушение змеи» (1853. № 30), очерком В. Зефирова «Две ночи за Уралом» (1853. № 49–52), его же фольклорно-литературной «святочной былью» «Черный кот» (1854. № 19–21, 23), да парой стихотворений В. Вердеревского (1854. № 47). И тем

не менее столетие, прошедшее с момента оценки данного периода П. Столпянским, когда, по его словам, газета стала «сборником очень ценного, против этого никто не может спорить, исторического, географического, этнографического и библиографического материала — но и только» [25, 15], позволяет значительно скорректировать позицию относительно значения 1853–1854 гг. в эволюции ОГВ.

В. В. Вельяминов-Зернов: новый уровень исторической науки о Средней Азии

В эти годы редакция ОГВ была ориентирована на публикацию «настоящей», «академической» истории: заявленную в очерках Ханыкова линию укрепляет масштабный труд **Владимира Владимировича Вельяминова-Зернова (1830–1904)** «Исторические известия о киргиз-кайсаках и сношениях России с Среднею Азиею со времени кончины Абул-Хаир хана (1748–1765 г.)» с подзаголовком «Выписка из дел, хранящихся в архиве Оренбургской пограничной комиссии» [5]. Путем скрупулезного сопоставительного анализа материалов уфимского архива и восточных письменных источников Вельяминов-Зернов восстанавливает перипетии отношений Российской империи и государственных образований степи в сложный момент кончины одного из влиятельных ханов. Наш современник, востоковед В. Ромодин оценивает результат так: «По содержательности и степени достоверности фактического материала эта работа — одна из лучших среди исторических трудов XIX в.» [20, 442].

Повествование Вельяминова-Зернова начинается с 1748 г., когда «человек двадцать Киргизов Большой Орды Джалаирского рода отправились к Каракалпакам, и оттуда завлекли с собою тысячи полторы кибиток, принадлежавших к тому же Джалаирскому роду, клятвенно обещаясь разделять с ними, как с единокордцами, кочевья свои и защищать от нападений» (1853. № 4). Степь предстает в этом сочинении как пространство многомерных политических отношений, в которых Россия часто играет роль противовеса: «Первым делом семейства покойнаго Хана было просить Русское Правительство об отмщении убийцам» (Там же). При этом в «большой игре» участвуют и мужчины, и женщины: отмечена, например, роль жены Абул-Хаира Пупай — «женщины, которая редким умом своим съумела (так! Здесь и далее при цитировании сохранены орфография и пунктуация источников. — Н. Г.) заслужить уважение не только сыновей и мужа, неприступавших ни к одному делу без ея совета, но даже и Русскаго Правительства» (Там же). Свой интерес преследует каждая сторона, включая метрополию: «...Видя трудность, даже невозможность достигнуть цели своей в скором времени, не раздражив народ дикий и необузданный, каковы были Киргизы, оно [Правительство] и не спешило выручкою пленных» (1853. № 5).

Стиль Вельяминова-Зернова, несмотря на газетный формат, вполне академичен, автор использует логически ясные, но синтаксически сложные конструкции. Они вполне могут быть сопоставлены с традицией европейской историографии: местами работа Вельяминова-Зернова напоминает стиль «Истории Крестовых походов» французского историка Ж. Мишо (1767–1839), в деепричастные

и причастные обороты Вельяминов-Зернов пытается «свернуть» полноценные сюжеты и комментарии: «Полный жажды к самовластию, и тяготясь неповиновением народа, дикаго и своевольнаго, он надеялся приобрести право, под благовидным предлогах преданности России, произвольно задерживать всякаго непокорнаго Киргиза, не навлекая даже на себя подозрения подчиненных» (1853. № 4). Включение в изложение интонаций героев периодически оживляет повествование: «Впрочем словам Япяка трудно верить: он был человек, расположенный к Ламе Дордже и даже не скрывал своей преданности (и я де до того не допущу, чтобы с Калмыками в войну вступить, ибо де Чжуньгарской Хан ко мне очень милостив)» (1853. № 13).

Историческое сочинение Вельяминова-Зернова в первую очередь преследовало интересы научные — восстановление возможно полной и объективной картины причин и следствий происшедших событий. Его работа ценна не только тщательной проработкой источников, но и рождающимся в результате ощущением сопричастности перипетиям «большой игры», где нет героев и злодеев, но есть сложное поле переплетения интересов. Таким образом, созданный пятнадцать лет спустя после Хивинского похода (1873) и опубликованный в губернской газете труд Вельяминова-Зернова представляет собой полноценное научное изложение событий, выполненное методом реконструкции на основе сопоставления источников на нескольких языках, что впоследствии будет оценено как продуктивная, но требующая высочайшей квалификации методическая новация. Учитывая, что в первый период существования ОГВ «историческую нишу» занимали публикации уфимских летописей (Ребелинских) и качественные статьи историка-дилетанта В. Юматова, можно констатировать несомненный прогресс в отношении представленности исторической науки на страницах ОГВ и преемственность, позволяющую газете сохранять известную объективность и неангажированность.

Какова же была дальнейшая судьба В. Вельяминова-Зернова и какое место в ней заняло сотрудничество с ОГВ? Вельяминов-Зернов провел на службе в Оренбургской губернии 5 лет (1851–1855), получив бесценный практический опыт соприкосновения с жизнью степных и кочевых цивилизаций. Вообще, интерес к восточным языкам проявился у него рано, возможно, под влиянием его двоюродных братьев — Ханыховых: уже в Александровском лицее Владимир брал уроки еврейского, арабского и персидского. Поступив на службу в Азиатский департамент Министерства иностранных дел, в 1851 г. он отправился в Оренбургскую губернию, предоставляющую уникальную возможность изучения почти не исследованных тюркских наречий. Историк и краевед В. Павлов отмечает напряженность его работы в эти годы: изучение местных языков (башкирского, казахского, татарского) и этнографии местных народов, постоянные выезды в командировки и работа в Оренбургском архиве [19, 194]. В. Ромодин сообщает о поездках Вельяминова-Зернова в глубь казахских степей, по Западной Сибири, об участии его в историко-этнографических экспедициях в губерниях центральной части Европейской России; о постоянных поисках документов, студиях рукописей сочинений восточных авторов и разработке русских архивов в том, что касалось сведений по истории татар и соседних с Россией восточных

народов [20, 442]. В 1856 г. Вельяминов-Зернов покинул Оренбург, продолжив службу в Азиатском департаменте. Он планировал работу над приобретенными им в Оренбурге рукописями исторических сочинений на восточных языках. Рукопись «Абдулла-наме» Хафиз-и Таныша по истории Средней Азии XVI в. Вельяминов-Зернов намеревался издать, дав свой русский перевод к персидскому тексту, но несмотря на положительные отзывы, издание не состоялось; однако полученные данные ученый использовал в фундаментальном труде о касимовских царях («Исследование о Касимовских царях и царевичах», 1863–1866) и в нумизматической работе о бухарских и хивинских монетах («Монеты бухарские и хивинские», 1859), где наряду с описанием монет приводились переводы из восточных рукописей.

Далее Вельяминов-Зернов занимал пост секретаря Восточного отделения Русского археологического общества, был избран экстраординарным академиком (первым академиком-востоковедом из числа русских ученых), получил звание почетного члена Академии наук; вершиной карьеры стала должность тайного советника. Вельяминов-Зернов был необыкновенно работоспособен как исследователь: начиная с 1860-х гг. он напечатал 322 работы, посвященные среднеазиатским государствам и их отношениям с Россией. В этот же период (1863–1868) ученый совмещает выезды в экспедиции с изданием труда о касимовских царях [4], ведет подготовку джагатайско-турецкого словаря, прорабатывает значение терминов на материале тюркских ярлыков и надписей. С современных позиций эффективность исследований Вельяминова-Зернова оценивается так: «Его методика, основанная на критическом сопоставлении русских и восточных источников, очень плодотворна. К сожалению, в последующих работах по истории соседних с Россией народов Востока позднего средневековья и нового времени такой исследовательский подход не применялся столь полно и систематично, как Вельяминовым-Зерновым» [20, 444–445].

Однако, как и у Ханыковых, последний период жизни Вельяминова-Зернова был омрачен конфликтом с частью российского академического сообщества. Серьезная болезнь Вельяминова-Зернова вынуждала его жить и лечиться за границей, в результате чего, как пишет исследователь научной биографии ученого Ф. Калимуллина, он был «некорректно и незаслуженно исключен из состава Петербургской АН» [17, 15]. После этого Вельяминов-Зернов не захотел остаться в Петербурге и переехал в Киев; отказался от издания последней части одного из своих научных трудов, считая предложенную редакцию неудовлетворительной. По большому счету, заинтересованности отечественного научного сообщества в новом объекте своих изысканий (история Крымского ханства с привлечением материалов итальянских архивов) ученый не нашел и навсегда оставил науку. Последние его разработки не стали достоянием широкой общественности, рукописи неопубликованных исследований не сохранились [18, 117]. Надо отметить, что Вельяминов-Зернов всегда оставался сторонником глубокого научного, теоретического изучения истории Востока, что часто шло вразрез с поверхностными интересами практического характера того времени.

Работы Ханыкова и труды Вельяминова-Зернова свидетельствовали, что «южный фронт» империи открыт для первопроходцев-востоковедов,

представляющих академическую науку. Получив лучшее на тот момент востоковедческое образование, эти люди во время экспедиций познакомились с южной степью и Средней Азией и полюбили их своеобразный мир, продолжая его освоение уже не силой оружия и крестьянской или казачьей колонизации, но научными методами, что знаменовало новый уровень не только отечественного востоковедения (оцененный и в Европе), но и новый статус «южного фронта», превращающегося из источника опасности в проницаемую границу, через которую осуществлялись контакты, преследующие научно-исследовательские цели.

Л. С. Суходольский: история христианизации Южного Урала

Еще один автор-архивист ОГВ этого периода — **Лев Степанович Суходольский** (1826–1881/2), педагог и писатель. Он происходил из семьи священника, закончил духовное училище и духовную семинарию, а высшее образование получил в Петербургской духовной академии (кандидат богословия, 1845 г.). Затем Л. Суходольский долгое время преподавал основное богословие, был помощником ректора по преподавательской деятельности в Уфимской духовной семинарии и инспектором там же³. Преподавание в семинарии Суходольский совмещал с работой в местных архивах над темой распространения христианства в восточных и северо-восточных губерниях России. Итоги его изысканий были опубликованы в ОГВ под заглавием «Взгляд на первые следы христианства в пределах Оренбургского края» (1854), продолжение последовало в 1858 г. (№ 20, 21, 24–26, 35); а в следующем, 1859 г. монография вышла отдельным изданием в Оренбурге⁴.

«Взгляд на первые следы христианства в пределах Оренбургского края» рассказывает о положении, в котором находились христианство и иные конфессии в XIII–XIV вв., развенчиваются стереотипы о постоянной религиозной конфронтации: дочери некоторых ханов были замужем за христианами либо сами ханы имели жен-христианок, окормляемых православными священниками. Более того, православное духовенство было освобождено от разного рода повинностей. Митрополит сохранял право суда и расправы над всеми священнослужителями, иноками и др., тогда как «татарам предписывалось величайшее уважение к нашей Св. Вере и за хулу против нея определялась смертная казнь» (1854. № 18).

Надо сказать, что как и агроном **В. М. Черемшанский** (1821–1869), также преподававший в семинарии и неравнодушный к Оренбуржью, Л. Суходольский входил в образованный в Уфе в середине XIX в. Церковно-археологический комитет по охране и регистрации церковных ценностей и в дальнейшем планомерно продолжал и свои исследования, и сотрудничество с ОГВ, где опубликовал работы «Распространение христианства в земле Уральского казачьего войска в XVIII в.» (1859. № 1–4, 7, 8, 13, 15–17, 31); «Краткие замечания о прежде существовавших монастырях в Оренбургском крае и описание Уфимского Успенского собора»

³ Подробнее о биографии Л. В. Суходольского и его трудах см. в докладе В. Сергеева [22].

⁴ В словаре А. Половцева допущена неточность — не указана часть работы, опубликованная в 1854 г. [26, 194–195]; та же ошибка повторена в библиографическом указателе «История Урала (вторая половина XVII – XVIII в.)» [16, 57].

(1860. № 38, 39, 44, 47, 53), а также запись башкирской легенды о Туляке (1858. № 46). Избрание Л. Суходольского в 1858 г. действительным членом Императорского Русского географического общества подтверждает значимость его работ не только для церковной среды, но и для российской образованной публики в целом.

В. В. Завьялов: библиография на службе науки

Однако «Оренбургские губернские ведомости» были все-таки газетой, а не научным журналом, имели своих подписчиков, как «по обязанности», так и добровольных. Следовательно, редакция не могла, при всем сочувствии востоковедам, игнорировать интересы другой части своей читательской аудитории. В 1854 г. редактором неофициальной части ОГВ становится старший учитель истории Уфимской гимназии **Василий Васильевич Завьялов**, активный сотрудник издания, поставлявший туда подробные библиографические обзоры⁵. Как редактор В. Завьялов (с № 1 1854 г. по № 10 1858 г.), вероятно, не имел достаточного авторитета (или связей) и не преследовал амбициозных целей в отношении развития издания, однако его искренний интерес к разнообразным письменным источникам оказался очень созвучен установившемуся на короткое время «тренду» издания. Историк М. Роднов так характеризует Завьялова: «На смену жизнелюбу, предпринимателю, настоящему (а не книжному) путешественнику И. П. Сосфенову пришел книголюб (кто-то скажет «книжный червь»), дотошный, старательный исследователь, без сомнения умный человек, по ментальности, видимо, замкнутый и вдобавок упрямый. Хотя абсолютно ничего не известно о результатах подписки на 1854 г, но допустить с очень большой долей вероятности сокращение числа читателей не трудно» [24]. Подписчики, не испытывающие серьезного интереса к истории и этнографии края, не могли не чувствовать себя в те годы пораженными в читательских правах. После окончания публикации масштабных монографий газета «усохла» до 1–2 листов, сеть корреспондентов, наработанная И. Сосфеновым, была потеряна, и следующий взлет изданию будет суждено пережить под началом П. Чоглокова (с 1858 г.), резко оживившем социально-политическую повестку газеты.

Не став выдающимся редактором, Завьялов был весьма разнообразным и небезынтересным автором. Начало его сотрудничества с ОГВ было отмечено большим и серьезным библиографическим трудом (в 29 номерах за 1852–1854 гг.; ср.: вся монография Вельяминова-Зернова уместилась в 27 номерах) — развернутым, кропотливо составленным указателем литературы ОГВ «Об источниках и пособиях для изучения Оренбургского края и соседственных земель Средней Азии» [15], начинающимся с обзора законодательных и дипломатических памятников XVI, XVII и XVIII вв., который сразу стал значительным событием в культурной и научной жизни края. В. Павлов отмечает, что «указатель Завьялова послужил

⁵ В. Завьялова, вероятно, можно считать первым на Урале профессиональным библиографом, хотя И. П. Сосфенов также много внимания уделял формированию библиотеки [28]. На протяжении нескольких лет в ОГВ можно видеть объявления о поступлении в библиотеку Сосфенова новых книг (1853. № 44).

толчком и практическим руководством для организации в Оренбурге по инициативе тогдашнего генерал-губернатора В. А. Перовского научно-краеведческой библиотеки для служебных целей» [10, 195].

Исследование В. Завьялова «Заруцкий в Астрахани и на Урале», с характерным посвящением Я. В. Ханькову, тоже впоследствии вышло отдельным изданием, став первой монографией о мятеже Заруцкого в русской исторической литературе [Там же]. На основе документов Завьялов реконструирует последние месяцы жизни и деятельности атамана Заруцкого, представляя его как орудие в руках поляков, живописует картину ликвидации мятежа шайки грабителей и авантюристов. Завьялов стоит на позиции государственника: «Так кончилась последняя попытка Сигизмунда поддержать неустройства в России. Она вполне доказала и бессилие крамолы и высшее призвание новаго законнаго Правительства, которое среди самых неблагоприятных обстоятельств умело одержать верх над мятежниками и утвердить спокойствие в изнуренном борьбами Русском Царстве» (1853. № 2). Эта позиция стала препятствием для популярности его работы в советское время. И методика, и уровень этого исследования вполне находятся в русле обозначенного нами выше стремления к разработке региональных исторических сюжетов с академической полнотой.

Интересы Завьялова-литератора разнообразны: он пишет об археологических памятниках и памятниках древней письменности в крае («Древняя куфическая надпись в Мензелинском уезде Оренбургской Губернии» [9]); информирует о разведении новых сельскохозяйственных культур («Попытки разведения винограда в Оренбургском крае» [14]); не обходит вниманием любимую уфимцами р. Белую, внося свой вклад в копилку фенологических наблюдений как библиограф, работая при этом «по запискам В. А. Ребелинского и таблице А. Ф. Боссе» («О вскрытии реки Белой и покрытии ее льдом с 1810 по 1853 год» [11]).

Именно «Библиография» неустанными стараниями Завьялова (а не «Смесь», как при Сосфенове, и не заявленная в новой программе «Словесность») оказывается одной из самых «живых» рубрик в ОГВ этого периода: так, например, в ней опубликованы аннотации монографии Э. Эверсмана «Естественная история Оренбургского края» (пер. с нем. В. Даля); масштабная (в 25 номерах!) переводная статья парижского этнолога В. де Сен-Мартена об Афганистане [21], аннотации сочинений исследователей Уральского хребта Я. Гофмана и Г. Гельмерсена (1856). Сам Завьялов пишет обширные рецензии на книги и статьи в периодических изданиях, касающиеся Южного Урала и Средней Азии, например, подробный, в десяти номерах, «Исторический обзор путешествий в Бухарию» [12].

Особого внимания удостоена «Поездка на Илецкую защиту» господина Бабста, где Завьялов сопоставляет сведения Бабста с вычислениями Небольсина [13]. Иван Кондратьевич Бабст, профессор Казанского университета, весьма обстоятельно описал «одно из самых замечательных мест нашей губернии» по результатам своей поездки в 1851 г., когда он «уже на пути поражен был особенностями нашего края, хотя и много раз описанного путешественниками, но все еще мало знакомого большинству читающей публики» [Там же, 50]. Тема продолжается в № 32 того же года подробным описанием соляного промысла.

Южный Урал предстает в восприятии Бабста краем «молодых русских колоний», сохраняющих обычаи чище и внимательнее в окружении татар и степняков: «Не огнем, не мечом стерлись они [племена] с лица земли — но постепенно, уступая нравственному влиянию новых колонистов племени Славянского» [13, 50]. Приведенные в тексте слова «одного сибиряка» выражают, очевидно, и позицию редакции ОГВ относительно колонизации южных рубежей России: «Лучшее средство встать твердой ногой от Средней Азии, это — предоставить все дело купцам и казакам. Целыми станицами будут селиться последние, из предприимчивости и из страсти к новым землям, к которым в общем весьма склонен Русский человек, и целыми станицами будут они просачиваться далее на Юг, как когда-то в самой Сибири» [Там же].

С публикацией материалов путешественников неразрывно связана *этнографическая тематика*, выходящая далеко за пределы этнографических обзоров народов Южного Урала. Периодически перепечатываются материалы «соседей»: статья «Горные черемисы в Казанской губернии» из журнала МВД (1853. № 33), статья из «Казанских ведомостей» 1853 г. о чувашских свадьбах [2], авторский материал сельского переводчика Спиридона Михалова, «чувашанина по происхождению», «Краткое этнографическое описание Чуваш» (1853. № 35).

В том же русле расширения географических и этнографических знаний интересующейся публики находятся «Очерки Бадакшана» П. Самарина (1853. № 20–21), где Самарин выступает в роли переводчика впечатлений лейтенанта Ост-Индийской службы Джона Вуда. За заметками Дж. Вуда следует обзор «Воспоминаний о путешествиях в Татарию, Тибет и Китай» миссионера конгрегации Св. Лазаря — Хюка, изданных в 1850 г. в Париже; далее — обзор сочинения Принсепа «Тибет, Татария и Монголия. Их общественное и государственный быт и буддэйская религия» (Лондон, 1852) [Там же]. В 1854 г. ту же тенденцию продолжают объемные материалы «О походах Александра Великого в Средней Азии» [3] и сделанный Н. Михайловым обзор путешествия английского хирурга-ветеринара Муркрофта (1767–1825), рассказывающий о Гималаях, Тибете, Ладакхе, Пешаваре и др. (1854. № 3–8). Характерно, что редакция не делает попыток «рассредоточить» эти материалы по разным месяцам, а публикует одновременно. Итак, оценим наполнение первых номеров 1854 г.: три больших исторических и страноведческих материала подряд — один о походах Александра Македонского, второй о путешествии Муркрофта. Это составляет разительный контраст с просветительской и одновременно весьма практически ориентированной установкой редактора И. Сосфенова, не забывавшего о главных интересах жителей края: хозяйстве, погоде, урожае, болезнях и др. С другой стороны, анализ раздела «Библиография» позволяет говорить о степени информирования читателей ОГВ в отношении переводных страноведческих изданий, соответствующей запросам людей образованных, просвещенных, профессионально занимающихся интеллектуальным трудом.

С началом военных действий газета «разворачивается» к военной тематике, в рубрику «Местные известия» включаются материалы из «Морского сборника». В 1854 г. реакция на Крымскую войну отражена в анонсе сборника известий,

«относящихся до настоящей войны». Идея сборника состояла в составлении «венка народной памяти героям войны», так как «в русском человека благоговение к Вере, привязанность и беспредельная преданность к Царю Русскому и любовь к родине, искони слились в одно чувство, которое хранится всегда в душе и вспыхивает, когда чужеплеменники, угрожая России, затрагивают это святое чувство» (1854. № 15). К тому времени Я. Ханьков уже покинул Оренбург, и в 1856–1858 гг. вся тяжесть редакторской ответственности ложится на В. Завьялова, что обусловило многочисленные «бледные» и бедные номера газеты, заполненные в эти годы случайными материалами. Следующий всплеск социальной проблематики в ОГВ будет связан с обсуждением «крестьянского вопроса» и придется на 1859 г.

О прежней активности ОГВ, живо по тем временам реагирующих на происходящее, напоминали лишь редкие *корреспонденции с мест*. В их числе, возможно, принадлежащая перу **К. Ивлентьева** зарисовка о праздновании 1 мая в Мензелинске: чудесный живой текст, включающий в себя и тревоги горожан по поводу погоды, и репортажную часть о поездке за город и спорах по поводу происхождения старинного укрепления, и описание вечерней грозы: «В 7 часов вечера мы были уже дома и, приютившись к столику, пили чай, рассказывая один другому свои впечатления. В 8 часов небо подернулось облаками, город покрылся мраком ночи. Ураган, предвестник грозы, завыл по ветхим крышам Мензелинска. Гром грянул, и крупный дождь с градом полили как из ведра. У некоторых домов сорвало крыши и свалило заборы, а град и дождь побил почти всех гусенят и утят, находившихся в это время на остовах разлившейся реки Мензель» (1853. № 21). В этом же ряду стоят описание Н. Михайловым минерального источника в Шатмак-Тамаке с примечательной рефлексией относительно экономической стороны вопроса (1853. № 17–18) и корреспонденция из Уральска о вспышке холеры и шторме, разбросавшем суда (1853. № 6).

Возможно, дело еще и в том, что к этому времени для провинции стали доступнее другие периодические издания, насыщающие в какой-то мере запросы разных читательских аудиторий. Например, утраченную практически-ориентированную составляющую ОГВ эффективно развивает «Земледельческая газета» (ее реклама — в № 49 ОГВ за 1854 г.). В анонсе уверяют, что редакция «Земледельческой газеты» «остается постоянно верною своему правилу: *обещать меньше, делать больше...*». Разнообразие будущих материалов сопоставимо с аналогичными разделами ОГВ: хозяйственные заметки и новости, жизнеописания лиц, отличившихся «просвещенным знанием дела и благородною энергиею» на поприще сельского хозяйства; домашняя медицина, «отвращение недоверия к врачебному искусству между простолюдинами», ознакомление с основными правилами гигиены и сохранения здоровья. Своими читателями «Земледельческая газета» видит не только образованных людей, но и «простого хлебопашца», и детей из сельской школы, коих бы излагаемые в газете «нехитрые», обыденные, но «полезные и необходимые вещи» возбуждали бы «к полезной деятельности»; «пробуждали бы в них дух благоразумия, осторожности и экономии» [1, 293–394].

Выводы

Анализ публикаций «Оренбургских губернских ведомостей» за все время их существования позволяет оценить период 1853–1854 гг. как уникальный, во многом экспериментальный, приведший к временному изменению самого «профиля» издания. Из газеты, призванной доносить до провинции голос власти и служить консолидации правительственных и общественных усилий, ОГВ превращаются в научно-популярное издание по востоковедению и архивистике, а Южный Урал, как рабочее место большинства ученых, и особенно Оренбург, «обжитый» этнографами-ориенталистами, из довольно опасного и не очень комфортного для жизни фронта империи — в «плацдарм» для дальнейшего проникновения исследователей в Среднюю Азию.

Усилия разнообразных по интересам ученых аккумулируются, выводя ориенталистику на новый уровень: историография, картография, лексикология, тюркология, текстология, фольклористика Азии и Востока получают научное оформление, одновременно обретая русскоязычных читателей и знакомя их с достижениями мировой истории и этнографии (статьи В. Вельяминова-Зернова, В. Завьялова, П. Самарина). Редакция ОГВ публикует первые труды ученых, составивших славу и гордость отечественного востоковедения, разработавших новые критерии и подходы к разноязычным источникам (В. Ханыков, Н. Ханыков, В. Вельяминов-Зернов), однако так и не дождавшихся признания своих заслуг на родине. Риторика «внутренней колонизации» меняется: след за поэтизацией батального героического прошлого станиц и крепостей Оренбуржья воспеваются мирное «просачивание» русских на юг с иными акторами — купцами и казаками; публикации Л. Суходольского по истории христианства на Южном Урале свидетельствуют о разнообразии практик сосуществования конфессий. И вместе с тем нужно признать, что такой уровень материалов в губернской провинциальной газете было нереально поддерживать дольше нескольких лет из-за отсутствия специалистов, тогда как почти полное исчезновение материалов рубрики «Местные известия» было роковой ошибкой редакционной политики, и корректировка курса издания в этом направлении стала основной задачей нового редактора ОГВ.

1. *Б/п.* Библиография. Земледельческая газета // ОГВ. 1854. № 49. С. 293–294.

2. *Б/п.* Библиография. Чувашские свадьбы (из «Казанских ведомостей») // ОГВ. 1853. № 35.

3. *Б/п.* О походах Александра Великого в Средней Азии // ОГВ. 1854. № 1–9.

4. *Вельяминов-Зернов В. В.* Исследования о касимовских царях и царевичах // Тр. Вост. отд. Имп. археол. о-ва. 1863–1866. Ч. 9–11; 1887. Ч. 12; в нем. пер. Zenker'a (Лейпциг, 1867).

5. *Вельяминов-Зернов В. В.* Исторические известия о киргиз-кайсаках и сношениях России с среднею Азиею со времени кончины Абул-Хайр хана (1748–1765 г.) // ОГВ. 1853. № 4, 5, 7, 11–14, 19, 24–28, 30–43; 1854. № 27–29, 33–36, 38, 39.

6. *Грамотчиков Н. Б.* «Мемориал происшествий Оренбургской губернии» (1850–1860-х гг.): криминальная хроника в провинциальной периодической печати как источник для этнокультурных исследований [Электронный ресурс] // *Russkii Arkhiv*. 2016. Vol. (14), iss. 4. P. 286–300. URL: http://ejournal16.com/journals_n/1482502627.pdf (дата обращения: 24.04.2017).

7. Демографические таблицы народонаселения Оренбургской губернии // ОГВ. 1853. № 3, 4, 6, 7, 12, 15; 1854. № 28.
8. Ефименко М. Н. Актуальные вопросы истории религий Оренбуржья // Вестн. ОГУ. 2012. № 5 (141), май. С. 115–120.
9. Завьялов В. В. Древняя куфическая надпись в Мензелинском уезде Оренбургской Губернии // ОГВ. 1853. № 3. С. 24–25.
10. Завьялов В. В. Заруцкий в Астрахани и на Урале (Его превосходительству, Я. В. Ханькову) // ОГВ. 1853. № 1, 2.
11. Завьялов В. В. Известие о вскрытии реки Белой и покрытии льдом с 1780 по 1853 год : по записке В. А. Ребелинского и таблице А. Ф. Боссе // ОГВ. 1853. № 23. С. 137–141.
12. Завьялов В. В. Исторический обзор путешествий в Бухарию // ОГВ. 1854. № 20–29.
13. Завьялов В. В. Поездка на Илецкую защиту. Бабста // ОГВ. 1853. № 6. С. 50–53.
14. Завьялов В. В. Попытки разведения винограда в Оренбургском крае // ОГВ. 1853. № 19. С. 117–119.
15. Завьялов В. В. Об источниках и пособиях для изучения Оренбургского края и соседственных земель Средней Азии // ОГВ. 1852. № 33–34; 1853. № 1, 3; 1854. № 1, 10–16, 18–28, 40–43, 48, 51.
16. История Урала (вторая половина XVII–XVIII в.): библиогр. указ. / сост. Н. П. Милюнова, О. А. Мельчикова; науч. ред. О. А. Мельчикова. СПб., 2000. 104 с.
17. Калимуллина Ф. Н. В. В. Вельяминов-Зернов как историк Касимовского ханства : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Казань, 2003. 24 с.
18. Калимуллина Ф. Г. Вклад востоковеда В. В. Вельяминова-Зернова в российское источниковедение // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2015. № 16 (371). Вып. 65 : История. С. 115–119.
19. Павлов В. А. Оренбургские и Пермские губернские ведомости. С. 162–211 // Павлов В. А. Очерки истории журналистики Урала. Т. 1 : 1760–1860. Екатеринбург, 1992. 272 с.
20. Ромодин В. А. Изучение истории Ближнего и Среднего Востока // Азиатский музей — Ленингр. отд-ние Ин-та востоковедения АН СССР. М., 1972. С. 435–467.
21. Сен-Мартен В. де. О значении последних событий в Афганистане для развития географических сведений / пер. с франц. В. В. Завьялова // ОГВ. 1853. № 27–43, 45–52.
22. Сергеев В. Формирование духовного образования Уфимской епархии в XIX веке [Электронный ресурс] // История христианского просвещения и духовного образования в России : материалы науч. конф. молодых исследователей. Москва, МПДА, 25–26 дек. 2010 г. URL: http://history-mds.ru/konf_25_26_dek_2010/formirovanie_duhovno-2_76.html (дата обращения: 24.04.2017).
23. Семенов П. П. (при содействии А. А. Достоевского). История полувековой деятельности Императорского русского географического общества. Ч. 1, отд. I, II в III. СПб., 1896 [Электронный ресурс]. URL: <http://dlib.rsl.ru/viewer/01004171971#?page=121> (дата обращения: 24.04.2017).
24. Синенко С. Оренбургские губернские ведомости : [блог писателя Сергея Синенко «История и краеведение», «Культура народов Башкортостана»]. URL: http://posredi.ru/knb_o_orenb_gub_vedomosti.html (дата обращения: 24.04.2017).
25. Столпянский П. Н. Официальная и официозная пресса в Оренбургском крае // Тр. Оренбург. учен. арх. комиссии. Оренбург, 1903. Т. 12. С. 1–63.
26. Суходольский Л. С. // Русский биографический словарь А. А. Половцева. Т. 20 : Суворова — Ткачев. СПб., 1912. С. 194–195.
27. Суходольский Л. С. Распространение христианства в Уральском крае // Оренбург. епарх. ведомости. 1859. № 29–31.
28. Уткин Б. Т. Василий Васильевич Завьялов — первый уральский библиограф-краевед // Пятые уральские Бирюковские чтения : краткие тез. докл. и сообщ. Челябинск, 1980. С. 64.

Статья поступила в редакцию 20.05.2017 г.

ПОЭТИКА

УДК 82-1 + 82-92 + 821.161.1-1 Быков Д. + 821.161.1-1 Бродский Т. А. Глебович

БЫКОВ VS БРОДСКИЙ: КОНФЛИКТ ИЛИ ДИАЛОГ В РАМКАХ ОДНОЙ ЛИТЕРАТУРНОЙ ТРАДИЦИИ

Поэтические тексты блога Д. Быкова анализируются в контексте поэтической традиции И. Бродского. Рассматривается процесс совмещения публицистической поэтической формы с классическим для XX в. уровнем поэтического мышления. Отсылки к претекстам, узнаваемые способы поэтических высказываний включают поэтические тексты блога и газеты в контекст мировой литературы, формируют диалогические отношения между поэтами.

К л ю ч е в ы е с л о в а: блог; поэтический фельетон; диалог; взаимодействие; традиция; аллюзии; конфликт; ирония; сатира; восприятие текста.

Изученность творчества Д. Быкова впечатляет. Стратегии текста [11], авторское поведение, речевое творчество, особенности идиостиля [20], образ быковского текста [9] — перечисление всех подходов к творчеству писателя, публициста, поэта может стать отдельной темой. Большинство исследователей рассматривают произведения Быкова как медиатексты (чем они и являются), но отмечается в работах и «литературоцентричность» [10] автора, что порождает желание обратиться к стихотворениям блогов с точки зрения поэтической традиции.

Любое стихотворение блога впечатляет литературной эрудицией. Сложная и разнообразная система аллюзий, прямые отсылки к поэтическому претексту, ритмометрические узнаваемые заимствования, образные и тематические включения охватывают, наверное, значительную часть истории литературы. Пушкин, Некрасов, Щедрин, Маяковский, Есенин, Ахмадулина, Вознесенский. Присутствие отсылок к названным и многим другим авторам — это своеобразный урок литературы (и отечественной, и зарубежной), который Быков преподносит своему читателю. В публицистическом тексте (которые представляют стихотворения

ГЛЕБОВИЧ Татьяна Александровна — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Югорского государственного университета (e-mail: tatanova11@gmail.com).

© Глебович Т. А., 2017

блага) этот урок может выполнять множество функций: просвещать, посвящать, интриговать, отражать позицию автора, работать на образ поэта-публициста-профессора. И формировать (с точки зрения банальной логики) особые диалогические отношения между двумя поэтами XX в.

Общеизвестно, что личная литературная энциклопедия И. Бродского избыточна. Мировая литература от шумерской мифологии до отечественных и европейских литературных феноменов XX в. включена в культурологическое (поэтическое) пространство классика.

Избыточен и жанровый арсенал поэта. Бродский работает с возможностями лирической формы, актуализирует в литературном процессе XX в. жанры, ведущие свою историю от разных эпох и типов культурного сознания. Также И. Бродский привносит в литературу формы из делового, научного, публицистического, художественного обихода (доклад, примечания, ответ на анкету, пейзаж, *bagatelle*, блюз).

Д. Быков осложняет публицистику формой ультралитературной, сопровождает некоторые свои стихотворения-фельетоны и поэтические памфлеты лирическими жанровыми заголовками (баллада, песня) или прозаическими (сказка), использует в качестве заголовка повседневные речевые формы (записка), музыкальные (блюз) и культовые (апокриф) жанровые обозначения. Разумеется, основа стихотворного фельетона или памфлета — тотальная сатира [19] превращает жанровый заголовок в одну из коммуникативных медийных стратегий, но за литературной игрой остается узнаваемая структура исходной формы.

Различие модусов (ирония — сатира) и при этом сходство образов Д. Быкова и И. Бродского (поэт — профессор), зараженность «нормальным классицизмом» [2] и учительский, а точнее профессорский, пафос — с этих исходных позиций можно было бы рассматривать преемственность и формы диалогического взаимодействия знаковых героев определенного литературного времени, если бы не общеизвестная лекция Д. Быкова [6] о И. Бродском и полное отрицание заслуг и роли классика в литературном процессе XX в.

Никак не пытаюсь комментировать содержание быковской лекции (содержательное наполнение — сфера личных пристрастий, взглядов, установок автора), попробуем высказать свое предположение о ее отдаленных истоках и об определенных формах взаимодействия (диалога) поэтов за рамками частного случая разгромной критики.

В художественном мире И. Бродского преемственность, продолжение какой-либо художественной линии не бывает мягким, стыковочным. Процесс развития лирического образа, жанровой традиции, идеи или сюжета построен на жестком сопоставлении, в каком-то случае на конфликте, на выраженном различии сознаний и вместе с тем на общем опыте, на сходстве лирической ситуации.

Многие исследователи И. Бродского отмечают, что своей открытостью к культурному диалогу [16] поэт создает некий литературный прецедент — прецедент подчеркивания диалогических отношений. На этом моменте остановимся подробнее.

Диалог проявляется у И. Бродского на уровне формы построения самого художественного (лирического) текста и на уровне межтекстовых связей и аллюзий.

То, что это именно диалог, подтверждает качество «чужого» слова у И. Бродского. Чужое слово сохраняет свой смысл и облик, но его контекст предельно авторизуется поэтом, обозначая и взаимодействие, и противостояние между двумя авторами, эпохами, культурами.

Так, профессор О. Мороз [17] отмечает, что диалогическая направленность И. Бродского многолика, может иметь разные формы выражения. В качестве примера исследователь приводит историю создания большого стихотворения «Горбунов и Горчаков». Последнее явилось своеобразной иллюстрацией точки зрения поэта на диалогическое начало в поэзии. Отправной точкой для этой иллюстрации послужила внутренняя полемика И. Бродского с некоторыми положениями М. Бахтина [Там же].

Также можно говорить о диалогическом характере взаимодействия Бродского с поэтическими текстами предшественников. В этом контексте следует вспомнить о своеобразном диалоге с Вергилием в жанре эклоги [14] или о том же способе продолжения традиции Джона Донна [18]. Д. Ахапкин отмечает [1], что все творчество Бродского подчинено одной филологической метафоре «Мир есть текст». С этим остается только согласиться и припомнить высказывание самого поэта: «Подлинный поэт не бежит влияний и преемственности, но зачастую лелеет их и всячески подчеркивает. Нет ничего физически (физиологически даже) более отрадного, чем повторять про себя или вслух чьи-либо строки. Боязнь влияния, боязнь зависимости — это боязнь — и болезнь — дикаря, но не культуры, которая вся — преемственность, вся — эхо» [3].

С точки зрения взаимодействия с традицией, с тем или иным культурным следом можно рассмотреть любое стихотворение, эссе, лекцию или речь И. Бродского. Казалось бы, здесь между двумя поэтами пролегает граница. Лекция Д. Быкова предлагает жесткие оценки творчества Бродского и подводит черту под его эпохой. Но Д. Быков, как уже отмечалось, часто дает своим поэтическим фельетонам лирические жанровые обозначения (публикации «Новой газеты», объединенные в сборник «Если нет» [7], тому подтверждение). Отсылки современного поэта к другим произведениям включают в себя формы взаимодействия, уже представленные поэтом-предшественником, даже сама лекция Д. Быкова предстает произведением и научного, и риторического (инвектива) жанров. Представляется, что благодаря жанровой двойственности лекция-инвектива начинает работать на бродскую традицию больше, чем разрушать ее. У И. Бродского можно найти произведения-обвинения, достаточно вспомнить жесткое и бранящее «Письмо в оазис» [2], сочетающее эпистолярную откровенность и жесткость разгромной речи.

Сходство после различия обуславливается еще и тем, что фактология критических высказываний Д. Быкова представляет собой разговор о структурно значимых для художественного мира И. Бродского явлениях. Если убрать негативную оценку, то разговор может идти в русле анализа и критики художественного мира И. Бродского. Иными словами, речь снова пойдет о диалоге поэтов, хотя и неконструктивном. Если к этому прибавить знаменитое высказывание И. Бродского о подчинении любого автора стихии языка, на котором он пишет, то можно предположить, что диалогические преемственные отношения между

поэтами развиваются в рамках стихотворных публицистических текстов Д. Быкова помимо воли поэта-критика.

Политические стихи Д. Быкова уже стали культурным прецедентом. И дело не только в том, что, по определению самого поэта, гражданская позиция является лучшей формой лирики. Внутри самой лирической формы идет процесс совмещения с предшествующим словом, с классическим для XX в. уровнем поэтического мышления.

Взаимодействие с предшествующим словом включает поэтические фельетоны Д. Быкова в контекст определенной традиции, определенного поэтического формата, предполагающего полилог культур, стилей, исторических периодов. Узнаваемые способы поэтических высказываний определяют вектор, форму и глубину разработки проблемной ситуации стихотворения-фельетона, совмещают его с «далекой» лирической ситуацией, превращают в реплику в глобальном межкультурном диалоге.

Подтвердить предположения можно на нескольких примерах диалогической приемственности (взаимодействия).

Стихотворный пост «*И наконец я объяснил себе...*» [4]. Выбор примера обусловлен ассоциативно-тематическими связями стихотворения-фельетона с некоторыми стихами Бродского и эпизодом синтаксического заимствования.

Поэтический отклик на двусмысленную ситуацию (современная версия троянского коня от ФСБ) представляет собой едкий саркастический комментарий (вполне в духе «Представления» Бродского, только в другой метrorитмической организации): *...И наконец я объяснил себе, / Вникая в сетевые холивары: / Шпион не страшен. Бойся ФСБ, / В подарок приносящей самовары!* [4]. Кроме того, заявленная тема невольно включает в сознании сатирический пафос и исторический контекст «Лесной идиллии», логически сводимый к язвительной (очень бродской) рекомендации «*...принять лекарство от судьбы и государства*» [2]. Названные ассоциации работают на исходный публицистический жанр стихотворения-фельетона (участвуют в реализации жанровой интенции и соединяют разные формы комического) и на диалог как с поэтом-предшественником, так и с читателем. Заметим к слову, что сам Д. Быков говорит о том, что есть определенная часть аудитории, живущая «по Бродскому» [6].

Преднамеренно прямолинейная антитеза «они — ты» сводится к нравованию (наставлению): *Когда они придут на торжество / И станут поздравлять тебя игриво, / Ты братъ у них не должен ничего: / Ни пачки чая, ни бутылки пива* [4]. Подчеркнутое «ты» намекает на банальное бытовое «правило жизни» и заставляет вспомнить о «Назидании» Бродского [2], но не становится репликой в диалоге. «Назидание» по стилистике и пафосу находится далеко от фривольной ситуации поздравления с подвохом.

Обращение к недавней истории усиливает публицистическую направленность текста, выражает авторское (и рациональное, и эмоциональное) отношение к событию: *Британская разведка, например, / Семь лет назад беды не прозевала: / Охраны королевской офицер / Тогда не взял у русских самовара* [4]. Разговор идет, о чем положено: о спецслужбах, политике, разведке и дворцово-политических

интригах. Сарказм и пафос игры в простую речь («беда не прозевала» [4]) подчеркивают стилевую принадлежность текста (иронический аналитический комментарий в блоге) и его исходный жанр (фельетон).

Следующая строфа по логике текста должна стать аналитическим обобщением: *Всё с микрофоном: соль, букет, еда, / Рука, перчатка, простыня, подушка... / Вам кое-что засунут кой-куда / (Пусть по любви) — у них и там прослушка!* [Там же]. Меняет картину мира в приведенном отрывке узнаваемый классик. Если оттолкнуться от лекции Д. Быкова, то данные строки не более чем откровенная пародия. Если вспомнить про жанр синтаксически цитируемого стихотворения (элегия), то можно сказать о парадоксальном жанровом взаимодействии. Элегия с ее жанровой интенцией предполагает определенную форму прощания с чем-либо. (Особо отметим, что элегия Бродского восходит к элегии барокко и дополняется жанром эпитафии.) Синтаксическая цитата из элегии преобразует текст Быкова. Однородный ряд «прослушки» разрывает шаблон блогерской аналитики, добавляет в нее и метафизику, и фантазмагории, и новых ресурсов для выражения идей стихотворного фельетона.

Отсылка к прецедентной элегии, во-первых, заставляет попрощаться с любыми нормами и правилами (с правилами политической игры и нормами жизни, в которой социальная реальность перечеркнула все лирические аспекты). Разрыв шаблона представлений о мире уже случился в «Большой элегии Джону Донну» Бродского. Во-вторых — разворачивает разговор о смутных исторических временах в сторону истории и истории культуры. Д. Донну так же, как и Бродскому, есть, что добавить по поводу неуправляемых социальных событий, по поводу законов жизни без каких-либо правил и ограничений (этических, эстетических, даже бытовых). В-третьих, поэтический диалог (даже полилог, может быть, даже «батл» в современной терминологии) запускает на нужные обороты сознание читателя. Он становится тем самым «ускорителем» (Бродский), который позволяет читателю более полно увидеть происходящее, и, главное, провоцирует его (читателя) на формирование своей позиции, на интерактивное восприятие прочитанного. Иными словами, диалог (полилог) поэтов становится особой разновидностью эмоционально продуктивной ситуации, формой речевой провокации, которая в полной мере начинает работать на диалогичность публицистическую (не оставляющую никому из участников шанса отмолчаться).

С точки зрения литературного рассмотрения, обсуждаемая ситуация и сама тема разговора превращаются в лирическое событие — встречу индивидуального и надындивидуального опыта [15]. Это событие становится кульминацией стихотворного фельетона, по форме — жестким, сексистским политическим анекдотом, дополняющим фельетон и работающим на подтекст ситуации.

Для разговора о подтексте следует обратиться к единству стихотворений Д. Быкова последних полутора-двух лет. Одним из ведущих мотивов в них становится мотив порочного развития политической, социальной, управленческой ситуации в стране и, как следствие, попытки найти логику и смысл там, где их не может быть. Подобные поиски (бесплодные и напрасные) порождают чувство отчаяния, заменяемого на сарказм. С подобной картиной мира как раз и сходна

картина мира из «Большой элегии Джону Донну» И. Бродского. Лирический герой И. Бродского преодолевает уже произошедшее расставание с жизнью, герой Быкова — отсутствие жизни при жизни.

Продолжение фельетона-стихотворения — констатация фактов социальной реальности: *Повсюду их назойливая рать / Пытается подsunуть банный веник, / Прослушкой фаршированную ..., / Печатный пряник или пачку денег* [4]. В мире социальной реальности, свободной от норм и правил, происходят тайные движения и рождаются мифы о всеисилии спецслужб. Во вторичной художественной реальности продолжается представление (с маленькой буквы и в своем словарном значении) и диалог поэтов. Кстати, и «Представление» играет свою роль в процессе констатации социальных фактов. Прецедентные образы (*банный веник, фаршированная ..., печатный пряник, пачка денег*) формируют тот самый социальный «лубок», о котором уже сказал однажды Бродский [2].

Финал фельетона носит рекомендательный и поучительный (дидактический) характер: *Нет, братья у них не надо ничего, / Чтоб горе к вам потом не привязалось. / Вот в президенты взяли одного — / Казалось, это дар. / А оказалось...* [4]. Здесь присутствует и образ автора — профессора, наставляющего свою аудиторию, и прозрачный бэкграунд этого образа, и синтаксически выраженное диалоговое окно, дающее право реплики или комментария читателю. Историко-литературное наполнение понятия «дар», все его ассоциативные связи также работают на учительский профессорский образ автора, уравнивают его с поэтом-классиком и рискуют затронуть в одном ряду с Бродским еще одно великое имя.

Итак, рассмотренный пост Д. Быкова (поэтический фельетон с элементами иронического комментария) выстраивается через диалогическое взаимодействие с поэтическими формами и образами И. Бродского. Диалог поэтов создает эмоционально продуктивную ситуацию, работающую на максимально откровенный диалог с читателем. Союз риторики и лирики провоцирует читателя на саркастическую рефлексию и ироническое восприятие явлений социальной реальности. В то же время поэтический диалог позволяет современному социально ориентированному (и лирическому) сознанию найти точку опоры там, где «надежды нет». Диалог И. Бродского с эпохой барокко, в свою очередь, адаптируется в новом социальном контексте и связывает этот контекст с историей.

Еще один пример — стихотворение Д. Быкова «*Не надо думать, что в аду...*». Стихотворение входит в сборник «Если нет», в котором объединены публицистические стихи, представленные «Новой газетой». Выбор примера обусловлен тематическим и идейным диалогическим взаимодействием текста с образом лирического героя в одном из стихотворений И. Бродского.

Отметим, что названное стихотворение развивает мотивы и особый саркастический пафос, характерные для лирики Д. Быкова определенной (посмертной) направленности. В случае «газетного» стихотворения весь предшествующий лирический потенциал включается в работу на публицистическую идею.

Стихотворение строится на сопоставлении образов социальной реальности и метафизического ада: *Не надо думать, что в аду / Случится что-то вроде мести: / Мы будем там в одном ряду, / Все вместе* [5]. Далее следует демонстрация будней

ада: *Палач, игравший тут бичом, / С казненным в шахматы играет. / У жертвы общий с палачом / Бэкграунд* [Там же]. Узнаваемые аллюзии (шахматы палача и казненного, отсылающие к «Седьмой печати» и «Ночному портье», тобольский тракт, напоминающий о всей русской истории ссылок и каторги) объясняются психологическим феноменом (стокгольмский синдром) и ставят общественным отношениям посмертный диагноз.

Социальные шаблоны и личные комплексы, попытки выяснить, «кто виноват», и просто выяснить отношения укладываются в меткую формулу «виновны все — или никто»: *Виновны все — или никто, / И если в ад пойдут — то все уж* [5]. Быков-блогер саркастически анализирует попытки найти виновных и крайних, начать жить в соответствии с идеями и решить социальные проблемы с применением справедливости. Быков-поэт ставит вечный риторический вопрос: *Через какое решето / Просеешь?* [Там же].

Поэтическая риторика не проходит для публицистики даром. Она напоминает о традиции и другом поэте-риторе, но включает в диалог поэтов дальнейший анализ социальных процессов: *Мы были связаны стыдом, / Нас тряс с тобою тракт Тобольский — / Стокгольмский, так сказать, синдром. / Стобойский* [Там же]. Тезис о «стобойском» синдроме требует аргументов. Автор щедр на доказательства, он подробно перечисляет соучастников (вместе сидевших, бывших и терпевших) и представляет характер их отношений: *В одной грязи, в одном дерьме, / В одной крови на самом деле — / В конце концов, в одной тюрьме / Сидели* [5]. Аргументы не только доказывают тезис, но порождают ситуацию дежа вю, провоцируют заочную дискуссию о наиболее сильных формах разговора о насущных проблемах. В другой ритмике и стилистике, с другим пафосом про «сядем вместе» уже было сказано: *Она: Я твоя, как вдох озона. / Нас разлучит только зона. / Он: Я, пастушка, твой до гроба. / Если сядем, сядем оба. / Вместе: Тяжелы статей скрижали. / Сядем вместе. Как лежали* [2]. Пафос подлинных, своими именами названных страданий и едкая издевательская сатира соединяются в «стобойском» синдроме. Таков результат коллективных усилий — и общественных, и художественных.

Ад, в который поместят всех, по Д. Быкову, естественное продолжение социальных процессов, зона коллективной ответственности. В его пространстве сближаются не только жители одной страны, члены одного социума, но и представители разных обществ и цивилизаций. Например, Младший брат (порождение заокеанского рая и авторской воли Кори Доктору [8]) тоже оказывается в общем ряду и в общем состоянии ада. Ад не имеет характеристик, границ и внутреннего содержания. Он равен неопределенному местоимению и призван выполнить одну миссию — продлить социальные отношения, перевести их в понятие «вечность».

На этом понятии («вечность») собственно заканчивается монолог поэта-блогера и начинается конфликт поэтических интересов. Сам образ героя, помещенного в никуда, в ад [12] (прижизненный или посмертный)¹, хорошо знаком читателю

¹ Отметим, что, соглашаясь с определением Р. Измайлова понятия «ад» применительно к состоянию лирического героя, мы все же используем названное определение в метафизическом, но не религиозном смысле. В этом случае нам близка мысль М. Крепса о том, что в основе переживания героя «Лагуны» лежит глубочайшее одиночество [13]. Собственно «ад» предстает следующей ступенью этого состояния.

по стихотворению И. Бродского «Лагуна»: *И восходит в свой номер на борт по трапу / постоялец, несущий в кармане граппу, / совершенный никто, человек в плаще, / потерявший память, отчизну, сына; / по горбу его плачет в лесах осина, / если кто-то плачет о нем вообще* [2]. Версии ада Д. Быкова и И. Бродского сходны потерей имени героя и его обезличиванием («совершенный никто» у Бродского и безымянные и безликие «все вместе» у Быкова), различны — формой ответственности за произошедшее. У Быкова ад — порождение коллективного разума и коллективных усилий, у Бродского — результат индивидуальной «частной» жизни. Можно подтвердить сказанное выразительными средствами поэтических текстов. И. Бродский в завершение психологического портрета лирического героя использует сложную, сугубо литературную систему парафраз (в них реализуются темы Родины, наказания и одиночества) [13], передает игру частных размышлений. Быков повторяет и выделяет в своем тексте подчеркнуто разговорные «все вместе», «там», иронизируя и заставляя читателя согласиться с перспективой общей посмертной судьбы без лишних раздумий.

Ад Быкова — порождение и продолжение социальной реальности, крах культурных иллюзий и традиций. Он лишен метафизического ореола и представлен как место обитания. Это, возможно, ад из атеистического анекдота — плоский и без декораций, в котором есть только одно относительное достоинство — наконец-то наступившее бесконфликтное сосуществование: *О чем мечтает младший брат, / Какую месью воображает? / Как рай — не ведаю. Но ад / Сближает* [5]. Этот ад противоположен метафизическому аду Бродского, как и культурная ситуация, его породившая.

Ад Бродского — результат индивидуального (даже индивидуалистического) опыта и развития. Он следствие личного познания мира и частной житейской катастрофы, он — результат конфликта героя с социумом, вынужденной смены социума и глубочайшей личной драмы по этой причине.

Диалог как жанр речи предполагает наличие общей базы опыта участников. И у Д. Быкова, и у И. Бродского этим опытом становятся взаимоотношения героя (лирического героя у Бродского) с социальной реальностью. Социальная реальность определяет вектор судьбы героя, провоцирует личную или общественную катастрофу, приводит героя (героев у Д. Быкова) к духовному краху, несет в себе пафос безвозвратного похода ко дну. На этом общем опыте развиваются и диалогические литературные отношения, и традиция разговора о вовсе не литературных проблемах.

Итак, в рассмотренном публицистическом стихотворении диалогическое взаимодействие двух поэтов работает на идейный потенциал и публицистический анализ, касающийся социальных перспектив, и на своеобразный эксперимент. Читателю, по определению ставшему участником диалога, предоставляется шанс поразмышлять, поиронизировать и выбрать свой путь и форму существования, но при этом изначально знать, где закончится свобода выбора.

Рассмотрение творческого взаимодействия, преемственности с точки зрения диалогических отношений может быть продолжено многими примерами и более детальным анализом текстов. Попытка увидеть поэтический текст блога (или

газеты) через литературный бэкграунд и взаимодействие с определенной традицией предоставляет новые возможности для восприятия публицистического текста, привлекает внимание к его культурологическим и литературным ресурсам.

В заключение отметим, что лекция-инвектива Быкова не только провоцирует заочный «батл» поэтов, она работает (как и положено лекции) на читательский отклик. В этом смысле хотелось бы поблагодарить Дмитрия Быкова за два момента: за предоставленный выбор (ввязаться в «холивар» по поводу классика или попытаться проследить сложное взаимодействие двух литературных величин) и за эмоционально травматичный информационный повод, заставляющий внимательно перечитать Бродского.

1. *Ахапкин Д.* «Филологическая метафора» в поэтике Иосифа Бродского [Электронный ресурс]. URL: <http://www.countries.ru/library/twenty/brodsky/ahapkin.htm> (дата обращения: 20.03.2017).

2. *Бродский И.* Стихотворения и поэмы (основное собрание) : [Библиотека Максима Мошкова : электрон. б-ка]. URL: http://lib.ru/BRODSKIJ/brodsky_poetry.txt (дата обращения: 05.03.2017).

3. *Бродский И.* Проза и эссе (основное собрание) : [Библиотека Максима Мошкова : электрон. б-ка]. URL: http://www.lib.ru/BRODSKIJ/brodsky_prose.txt (дата обращения: 05.03.2017).

4. *Быков Д.* Бойся ФСБ, в подарок приносящей самовары! [Электронный ресурс] // Личный блог Дмитрия Быкова на сайте радио Эхо Москвы. 2016. 13 окт. URL: http://echo.msk.ru/blog/bykov_d/1854962-echo/ (дата обращения: 10.04.2017).

5. *Быков Д.* Палач, игравший тут бичом, с казненным в шахматы играет [Электронный ресурс] // Новая газета. 2015. 21 дек. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2015/12/21/66888-iz-liriki-eto-y-zimu> (дата обращения: 28.02.2017).

6. *Быков Д.* Лекция «Бродский: ссылка» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=THDagIwUG0g> (дата обращения: 06.03.2017).

7. *Быков Д.* Если нет [Электронный ресурс]. URL: <http://ru-bykov.livejournal.com/2699541.html> (дата обращения: 20.03.2017).

8. *Доктороу К.* Младший брат [Электронный ресурс]. URL: <http://knizhnik.org/kori-doktorou/mladshij-brat/1> (дата обращения: 20.03.2017).

9. *Товорухина Ю. А.* Литературно-критическая стратегия Дмитрия Быкова: от текста к образу текста [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gramota.net/materials/2/2010/1-1/23.html> (дата обращения: 20.03.2017).

10. *Григорьева Е. А.* Автокомментарий как составляющая творческого поведения Дмитрия Быкова : [КиберЛенинка : электрон. б-ка]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/avtokommentariy-kak-sostavlyayuschaya-tvorcheskogo-povedeniya-dmitriya-bykova> (дата обращения: 20.03.2017).

11. *Заярная И. С.* Стратегии прозаизации и повествовательный дискурс в поэзии Дмитрия Быкова [Электронный ресурс]. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/105498/02-Zayarnaya.pdf?sequence=1> (дата обращения: 06.03.2017).

12. *Измайлов Р.* Библейский текст в творчестве Бродского: священное время и пространство [Электронный ресурс] // Сибирские огни. 2008. № 5. URL: <http://magazines.russ.ru/sib/2008/5/iz13.html> (дата обращения: 25.03.2017).

13. *Крепс М.* О поэзии Иосифа Бродского : [Библиотека Максима Мошкова : электрон. б-ка]. URL: <http://lib.ru/BRODSKIJ/kreps.txt> (дата обращения: 25.03.2017).

14. *Медведева Н. Г. И.* Бродский и античная буколическая традиция : [КиберЛенинка : электрон. б-ка]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/i-brodskiy-i-antichnaya-bukolicheskaya-traditsiya> (дата обращения: 10.04.2017).

15. Мельникова И. М. «Лирическое событие» как граница: специфика и состав (на материале лирики Й. Бобровского) [Электронный ресурс]. URL: (дата обращения: 06.03.2017).

16. Мищенко Е. В. Диалог культурных традиций в поэтическом мире И. А. Бродского : [dissercat : электрон. б-ка дис.]. URL: <http://www.dissercat.com/content/dialog-kulturnykh-traditsii-v-poeticheskom-mire-ia-brodskogo> (дата обращения: 01.04.2017).

17. Мороз О. Н. «Большое стихотворение» И. А. Бродского «Горбунов и Горчаков» и книга М. М. Бахтина «Проблемы поэтики Достоевского» [Электронный ресурс]. URL: http://zar-literature.ucoz.ru/sovrg_poetry/bolshoe_stikhotvorenie-i-a-brodskogo-gorbunov_i_go.docx (дата обращения: 28.02.2017).

18. Нестеров А. Джон Донн и формирование поэтики Бродского: за пределами «Большой элегии» [Электронный ресурс]. URL: http://www.niworld.ru/Statei/annesterov/J_Donne_Brodsk/J_D_Vr.htm (дата обращения: 28.02.2017).

19. Таран А. В. Дмитрий Быков. Литератор [Электронный ресурс]. URL: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2011/04/2011-04_r_kvms8.pdf (дата обращения: 28.02.2017).

20. Туранова А. Ю. Особенности употребления экспрессивных синтаксических построений в устной и письменной речи Д.Быкова [Электронный ресурс]. URL: http://scjournal.ru/articles/issn_1997-2911_2015_12-2_50.pdf (дата обращения: 06.03.2017).

Статья поступила в редакцию 18.04.2017 г.

ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.944.4 + 378.115.15

М. Е. Пермякова
А. А. Барсуков
И. А. Ершова

ИССЛЕДОВАНИЕ СВЯЗИ ЖИЗНЕСТОЙКОСТИ, СЧАСТЬЯ И КОПИНГ-СТРАТЕГИЙ У СТУДЕНТОВ

Цель исследования заключалась в проверке наличия связи между жизнестойкостью и счастьем у студентов, а также в сравнении стратегий совладающего поведения в стрессовых ситуациях у жизнестойких и у счастливых студентов. Использовались следующие методики: тест жизнестойкости С. Мадди (адаптация Д. А. Леонтьева); «Обновленный Оксфордский опросник счастья»; опросник «Копинг-стратегии» Р. Лазаруса. Было установлено наличие связи между счастьем и жизнестойкостью студентов: уровень жизнестойкости у счастливых студентов выше, чем у студентов с пониженным уровнем счастья, а жизнестойкие студенты ощущают себя более счастливыми по сравнению со студентами с низким уровнем жизнестойкости. Также были выявлены сходство и различия в типах предпочитаемых копинг-стратегий у жизнестойких и у счастливых студентов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: жизнестойкость; счастье; копинг-стратегии; студенты.

Обоснование

Одной из интегральных характеристик личности, представляющих собой систему знаний о себе, о мире, об отношениях с миром [3], позволяющих человеку сопротивляться негативным влияниям среды, более успешно преодолевать

ПЕРМЯКОВА Маргарита Евгеньевна — кандидат психологических наук, доцент кафедры общей и социальной психологии Уральского федерального университета (e-mail: pme8@mail.ru).

БАРСУКОВ Андрей Андреевич — магистрант кафедры общей и социальной психологии Уральского федерального университета (e-mail: heshtje@gmail.com).

ЕРШОВА Ирина Анатольевна — кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры педагогики и психологии образования Уральского федерального университета (e-mail: ershova_ekb@mail.ru).

© Пермякова М. Е., Барсуков А. А., Ершова И. А., 2017

стрессы, превращать проблемные ситуации в новые возможности, является жизнестойкость (*hardiness*). Эта характеристика личности, согласно С. Кобаса и С. Мадди, включает в себя три относительно автономных компонента: вовлеченность, контроль и принятие риска. Человек с высоким уровнем жизнестойкости ощущает себя значимым, ценным, вовлеченным в ежедневную работу над определенными задачами и получающим удовольствие от собственной деятельности, контролирующим события своей жизни. Он считает, что борьба позволяет влиять на результат происходящего, относится к непредвиденным событиям как к вызову, а не как к неприятности, т. е. убежден, что все происходящее расширяет его опыт, способствует его развитию.

Другой интегральной характеристикой личности, связанной с осознанием себя и своего существования в мире, положительно влияющей на эффективность функционирования в реальной жизни, способствующей успешному преодолению стрессов, является счастье (субъективное благополучие) [2]. Единого представления о сущности счастья в психологии нет, но анализ исследований показывает, что большинство авторов рассматривают этот концепт как сложный конструкт, состоящий из когнитивного (удовлетворенность жизнью в целом, общая рефлексивная оценка человеком своего прошлого и настоящего) и аффективного (баланс положительных и отрицательных эмоций, их частота и интенсивность) компонентов [1].

Формирование и жизнестойкости, и субъективного благополучия происходит в основном в детстве под влиянием как социальных, так и личностных факторов. Исследования показывают, что и жизнестойкие, и счастливые люди менее подвержены болезням, причем это связано не с врожденной малой конституциональной уязвимостью к заболеваниям, а скорее с психологическим здоровьем. Физиологические реакции на стресс и у жизнестойких, и у счастливых людей менее выражены [3, 6, 8]. Исследования по опроснику «большой пятерки» показывают, что обе характеристики отрицательно связаны с нейротизмом и положительно — с экстраверсией, открытостью новому опыту [3, 7, 9]. Кроме того, фиксируется их отрицательная корреляция с депрессией и тревожностью [4]. Метод проверки переживаний М. Чиксентмихайи выявил, что и жизнестойкие, и счастливые люди ощущают себя вовлеченными в деятельность и удовлетворены ею [3, 4]. Они используют продуктивные стратегии совладания с жизненными трудностями [2, 3]. Таким образом, если обе переменные — и жизнестойкость, и счастье — коррелируют с рядом одних и тех же позитивных характеристик личности, то предположительно должна существовать и положительная связь между ними. Исследование счастья и жизнестойкости у подростков 14–16 лет подтвердило это предположение [10].

Кроме того, обе эти переменные способствуют успешности преодоления стрессовых ситуаций. Преодоление — это процесс, который включает оценку ситуации и дальнейшее преодолевающее поведение, причем оценка ситуации определяет стратегию преодоления [3]. И жизнестойкие, и счастливые люди используют продуктивные копинг-стратегии, но эти предпочитаемые стратегии могут отличаться, так как жизнестойкость подразумевает реалистичную, адекватную оценку

ситуации, активную позицию [3], а для счастливых людей характерны позитивные иллюзии, чрезмерно оптимистичные взгляды на будущее [8]. Кроме того, выбор тех или иных копинг-стратегий зависит и от возраста человека.

Цель исследования заключалась в проверке наличия связи между жизнестойкостью и счастьем у студентов, а также в сравнении стратегий совладающего поведения в стрессовых ситуациях у жизнестойких и у счастливых студентов.

Гипотезы

Были выдвинуты две гипотезы:

1) существует положительная связь между жизнестойкостью и счастьем, а именно студенты с высоким уровнем счастья обладают большей жизнестойкостью, чем студенты с пониженным уровнем счастья, а студенты с высоким уровнем жизнестойкости ощущают себя более счастливыми по сравнению со студентами с низким уровнем жизнестойкости;

2) и счастливые студенты, и жизнестойкие студенты предпочитают продуктивные, но, возможно, разные копинг-стратегии.

Методики исследования и описание выборки

В исследовании были использованы следующие методики:

1) тест жизнестойкости С. Мадди (адаптация Д. А. Леонтьева);

2) «Обновленный Оксфордский опросник счастья (Oxford Happiness Inventory)»;

3) опросник «Копинг-стратегии» Р. Лазаруса (адаптация Т. Л. Крюковой, Е. В. Куфтяк, М. С. Замышляевой).

Эмпирическое исследование связи жизнестойкости и счастья проводилось в 2016 г. среди студентов высших учебных заведений Российской Федерации. В исследовании приняли участие 112 человек в возрасте от 18 до 23 лет, в том числе 72 девушки и 40 юношей. Респондентам были розданы лично или разосланы по Интернету пакеты диагностических методик, содержащих инструкции и тексты опросников.

Результаты и их обсуждение

Результаты исследования жизнестойкости студентов. Данные о количестве студентов с разными уровнями жизнестойкости по выборке в целом, а также в выборках девушек и юношей представлены в табл. 1.

Исследования показали, что для 80 % студентов характерны средний и высокий уровни жизнестойкости, позволяющие достаточно успешно справляться со стрессовыми ситуациями. Тем не менее 20 % студентов обладают низким уровнем жизнестойкости, т. е. они более беспомощны в трудных жизненных ситуациях, плохо справляются со стрессами, у них выше риск развития соматических заболеваний и депрессий. Достоверных различий по ϕ^* -критерию Фишера

в распределении по уровням жизнестойкости в выборках девушек и юношей не выявлено.

Таблица 1

Количество испытуемых с разными уровнями жизнестойкости, %

Респонденты	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень
В целом по выборке	20	59	21
Девушки	25	58	17
Юноши	10	60	30
	$\varphi^* = 2,04 < \varphi_{кр}^*$	$\varphi^* = 0,17 < \varphi_{кр}^*$	$\varphi^* = 1,61 < \varphi_{кр}^*$

Примечание. $\varphi_{кр}^* = 1,64; p < 0,05; \varphi_{кр}^* = 2,31; p < 0,01$.

Результаты сравнительного анализа по t-критерию Стьюдента средних показателей жизнестойкости у девушек и юношей представлены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты сравнения по t-критерию Стьюдента показателей жизнестойкости у девушек и юношей, баллы

Респонденты	Жизнестойкость	Вовлеченность	Контроль	Принятие риска
Девушки	81	34	28	19
Юноши	85	35	31	19
$t_{эмп}$	1,3	0,7	2,6*	0,3

* — достоверные различия для $p \leq 0,05$.

Сравнительный анализ показал достоверное различие между показателями девушек и юношей по такому компоненту жизнестойкости, как «контроль». Для юношей в большей степени характерна убежденность в том, что борьба позволяет влиять на результат происходящего, даже если это не гарантирует успех.

Возможно, возрастной особенностью являются повышенные значения по сравнению со средними стандартными такого компонента жизнестойкости, как «принятие риска».

Результаты исследования счастья у студентов. Данные о количестве студентов с разными уровнями счастья по выборке в целом, а также в выборках девушек и юношей представлены в табл. 3.

Количественный анализ результатов в целом по выборке показал, что 18 % испытуемых имеют пониженный уровень счастья, т. е. чувствуют себя не очень счастливыми. Оценку своему ощущению счастья, соответствующую среднему уровню, дали 70 % студентов — это те, кто считает себя более-менее счастливыми,

но до ощущения полного счастья им все-таки чего-то не хватает. Повышенный уровень счастья зафиксирован лишь у 12 % студентов. Для этой категории испытуемых характерны: достаточно высокий уровень внутренней удовлетворенности, полноты и осмысленности своей жизни; оптимистичный взгляд на происходящее; преобладание положительных эмоций; интерес к окружающему миру; ощущение привязанности к людям и сопричастности; уверенность в своей способности контролировать различные стороны собственной жизни и влиять на события в нужном направлении. Показателей низкого и высокого уровней счастья не выявлено, т. е. среди испытуемых нет абсолютно счастливых и абсолютно несчастливых людей. Эти показатели соответствуют полученным результатам в более ранних авторских исследованиях уровня счастья у студентов [5]. Достоверных различий по φ^* -критерию Фишера в распределении по уровням счастья в выборках девушек и юношей не выявлено.

Таблица 3

Количество испытуемых с разными уровнями счастья, %

Респонденты	Пониженный уровень	Средний уровень	Повышенный уровень
В целом по выборке	18	70	12
Девушки	17	69	14
Юноши	20	70	10
	$\varphi^* = 0,31 < \varphi_{кр}^*$	$\varphi^* = 0,07 < \varphi_{кр}^*$	$\varphi^* = 0,61 < \varphi_{кр}^*$

Примечание. $\varphi_{кр}^* = 1,64; p < 0,05; \varphi_{кр}^* = 2,31; p < 0,01$.

Сравнительный анализ по t-критерию Стьюдента средних показателей счастья у девушек (50,68 баллов) и юношей (49,30 баллов) также не выявил достоверных различий между ними ($t_{эмп} = 0,3 < t_{кр} = 1,97$ для $p < 0,05$).

Результаты исследования копинг-стратегий у студентов. Были исследованы 8 стратегий совладающего поведения: конфронтация, дистанцирование, самоконтроль, поиск социальной поддержки, принятие ответственности, бегство-избегание, планирование решения проблемы, положительная переоценка. Результаты представлены в табл. 4.

Из таблицы видно, что наиболее выраженное предпочтение (показатели больше 60 баллов) студенты отдают пяти стратегиям совладающего поведения в стрессовых ситуациях. Все они относятся к достаточно продуктивным копинг-стратегиям. Чаще всего используется положительная переоценка, т. е. стратегия преодоления негативных переживаний за счет их положительного переосмысления, рассмотрение проблемы как стимула для личностного роста. На втором месте по частоте использования идет стратегия планирования решения проблемы, которая предполагает целенаправленный анализ ситуации, возможных вариантов решения и выбор наиболее эффективного с учетом прошлого опыта и собственных

Таблица 4

Результаты исследования копинг-стратегий, баллы

Копинг-стратегии	Средние значения показателей копинг-стратегий			Достоверность различий между показателями девушек и юношей (t-критерий Стьюдента)
	по выборке в целом	девушки	юноши	
Конфронтация	58	58	56	0,9
Дистанцирование	48	49	46	0,6
Самоконтроль	66	64	69	1,6
Поиск социальной поддержки	68	70	65	2,6*
Принятие ответственности	66	68	65	0,6
Бегство-избегание	52	56	44	3,6**
Планирование решения проблемы	70	67	78	3,5**
Положительная переоценка	71	74	66	3,0**

* – достоверные различия для $p \leq 0,05$; ** – достоверные различия для $p \leq 0,01$.

ресурсов. Третьей по значимости является стратегия поиска социальной поддержки. Для студенческого возраста характерно большое количество социальных связей, как в реальном мире, так и в социальных сетях, поэтому девушки и юноши часто обсуждают свои проблемы с друзьями, ищут у них поддержки, просят советов. А это является одним из достаточно простых и эффективных способов защиты от стресса. Кроме того, в трудных жизненных ситуациях студенты предпочитают принимать на себя ответственность за возникновение проблемы, ее последствия и решение, а также использовать стратегию самоконтроля, т. е. сознательно подавлять свои негативные эмоции, возникающие в связи с проблемой, контролировать свое поведение.

Юноши достоверно чаще используют стратегию планирования решения проблемы, в то время как для девушек по сравнению с юношами характерны более пассивные способы преодоления трудностей, такие как положительная переоценка, поиск социальной поддержки, а также стратегия бегства-избегания.

Связь жизнестойкости и счастья у студентов. Для определения связи между показателями жизнестойкости и счастья были проведены корреляционный и сравнительный анализы. Результаты корреляционного анализа по Спирмену представлены в табл. 5.

Корреляционный анализ выявил достоверно значимую связь между уровнем счастья и общим показателем жизнестойкости, а также всеми компонентами жизнестойкости.

Таблица 5

Корреляции между показателями жизнестойкости и счастья ($n = 112$)

Показатель	Жизнестойкость	Вовлеченность	Контроль	Принятие риска
Счастье	0,374*	0,327*	0,346*	0,275*

* — значимые корреляции для $p < 0,01$.

Затем был проведен сравнительный анализ по U-критерию Манна — Уитни показателей счастья студентов с высоким уровнем жизнестойкости (далее — жизнестойкие студенты) и студентов с низким уровнем жизнестойкости. Различия между показателями оказались достоверными ($U_{\text{эмп}} = 68 \leq U_{\text{кр}} = 188$ для $p < 0,05$, $U_{\text{кр}} = 158$ для $p < 0,01$).

Полученные результаты подтверждают предположение о том, что жизнестойкие студенты ощущают себя более счастливыми по сравнению со студентами с низким уровнем жизнестойкости.

Для проверки предположения о том, что у студентов с высоким уровнем счастья выше уровень жизнестойкости, чем у студентов с пониженным уровнем счастья, было сформировано две группы испытуемых. В первую вошли 24 студента с самыми высокими показателями счастья (> 58 баллов, далее — счастливые студенты), а во вторую — 24 студента с самыми низкими показателями (< 41 балла, далее — не очень счастливые студенты). Средние значения счастья в этих выборках достоверно различались ($U_{\text{эмп}} = 0 \leq U_{\text{кр}} = 207$ для $p < 0,05$; $U_{\text{кр}} = 174$ для $p < 0,01$). Результаты сравнения жизнестойкости и ее составляющих по U-критерию Манна — Уитни у испытуемых этих групп представлены в табл. 6.

Таблица 6

Сравнение показателей жизнестойкости у счастливых и не очень счастливых студентов

Показатель	Жизнестойкость	Вовлеченность	Контроль	Принятие риска
$U_{\text{эмп}}$	106*	124*	108*	144*

* — достоверное различие при $p < 0,01$.

Полученные результаты достоверно доказывают, что у студентов с высоким уровнем счастья выше уровень жизнестойкости, а также уровень всех трех относительно автономных ее компонентов, чем у студентов с пониженным уровнем счастья.

Сравнение копинг-стратегий у жизнестойких и счастливых студентов. Результаты исследования стратегий совладания в выборках жизнестойких студентов и счастливых студентов представлены в табл. 7.

Как видно из табл. 7, и жизнестойкими, и счастливыми студентами наиболее часто используются две стратегии: стратегия «планирования решения проблемы» и стратегия «положительной переоценки». Обе эти стратегии считаются продуктивными, они направлены на активное изменение ситуации или уменьшение ее

отрицательных последствий. На третьем месте по частоте использования у жизнестойких студентов находится стратегия самоконтроля, т. е. целенаправленное подавление и сдерживание эмоций, контроль поведения. А счастливые студенты предпочитают поиск социальной поддержки, т. е. стремятся разрешать проблемы за счет информационной, эмоциональной или действенной помощи окружающих их людей. Четвертая из выраженных предпочитаемых стратегий у счастливых студентов — стратегия «бегство-избегание».

Таблица 7

Результаты исследования копинг-стратегий у счастливых и жизнестойких студентов, баллы

Копинг-стратегии	Жизнестойкие студенты	Счастливые студенты	U-критерий Манна — Уитни
Конфронтация	58	66	196*
Дистанцирование	44	44	272
Самоконтроль	66	56	174**
Поиск социальной поддержки	59	73	140**
Принятие ответственности	59	58	276
Бегство-избегание	42	60	92**
Планирование решения проблемы	82	76	194*
Положительная переоценка	75	76	276

* — достоверное различие при $p < 0,05$; ** — достоверное различие при $p < 0,01$.

Сравнительный анализ по U-критерию Манна — Уитни показал, что счастливые студенты достоверно чаще используют такие стратегии, как конфронтация, бегство-избегание и поиск социальной поддержки, а жизнестойкие — стратегию планирования решения проблемы и самоконтроль.

Выводы

1. Исследование жизнестойкости студентов по выборке в целом показало, что для каждого пятого из них характерен низкий уровень жизнестойкости. Сравнительный анализ не выявил различий между средними показателями жизнестойкости у юношей и девушек.

2. Анализ уровня счастья показал, что абсолютно счастливых и абсолютно несчастливых студентов в выборке нет, а каждый пятый ощущает себя не очень счастливым человеком. При этом уровень счастья у девушек и у юношей не различается.

3. Результаты корреляционного и сравнительного анализов подтверждают гипотезу о положительной связи между жизнестойкостью и счастьем, а именно: студенты с высоким уровнем счастья обладают большей жизнестойкостью,

чем студенты с пониженным уровнем счастья, а студенты с высоким уровнем жизнестойкости ощущают себя более счастливыми по сравнению со студентами с низким уровнем жизнестойкости.

4. Наиболее часто студенты для преодоления стрессовых ситуаций используют такие стратегии, как положительная переоценка, планирование решения проблемы, самоконтроль и поиск социальной поддержки. В отличие от юношей, которые предпочитают активные стратегии преодоления, девушки достоверно чаще пользуются такими пассивными стратегиями, как поиск социальной поддержки и бегство-избегание.

5. Наиболее характерным и для счастливых, и для жизнестойких студентов является использование двух продуктивных стратегий — планирования решения проблемы и положительной переоценки. Помимо них счастливые студенты чаще, чем жизнестойкие, стремятся получить поддержку от окружающих, что также помогает им справляться со стрессами. Однако счастливые студенты, предпочитая конструктивные копинг-стратегии, чаще жизнестойких студентов в трудных жизненных ситуациях используют и такие формы поведения, как конфронтация и бегство-избегание, считающиеся непродуктивными. В отличие от счастливых студентов жизнестойкие чаще используют конструктивные стратегии самоконтроля и планирования решения проблемы. Таким образом, гипотеза о том, что и счастливые, и жизнестойкие студенты предпочитают продуктивные стратегии, но, возможно, разные, подтвердилась.

1. *Аргайл М.* Психология счастья. 2-е изд. СПб., 2003.

2. *Джидарьян И. А.* Психология счастья и оптимизма. М., 2013.

3. *Леонтьев Д. А., Рассказова Е. И.* Тест жизнестойкости. М., 2006. 63 с.

4. *Майерс Д., Динер Э.* Кто счастлив? // Психология мотивации и эмоций / под ред. Ю. Б. Гиппенрейтер, М. Ф. Фаликман. М., 2009. С. 399–411.

5. *Пермякова М. Е., Муртазина М. А.* Субъективное ощущение счастья у матерей и их детей юношеского возраста // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2016. № 1 (147). С. 85–91.

6. *Diener E., Chan M.* Happy People Live Longa: Subjective Well-Being Contributes to Health and Longevity [Electronic resource] // *Applied Psychology: Health and Well-Being*. 2011. № 3 (1). P. 1–43. URL: <http://internal.psychology.illinois.edu/ediner/Documents/Diner-Chan> (accessed: 11.11.2015).

7. *Diener E., Seligman M.* Very Happy People [Electronic resource] // *Psychological Science*. 2002. Vol. 13. P. 81–84. URL: http://www.researchgate.net/publication/11468365_Very_Happy_People (accessed: 21.11.2015).

8. *Eddington N., Shuman R.* Subjective well-being (happiness), continuing psychology education [Electronic resource]. 2006. URL: <http://www.texcpe.com/html/pdf/can/CARNSWB.pdf> (accessed: 11.11.2015).

9. *Permiakova M. Ye., Tokarskaya L. V., Yershova I. A.* The research of subjective sense of happiness in senior preschoolers // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2016. Vol. 233. P. 100–104.

10. *Permiakova M., Ershova I., Vindeker O. et al.* The relations between happiness and academic achievements, coping strategies and personal characteristics of adolescents 14–16 years old // *Proceedings of INTED*. 2017. P. 1597–1603 (11th International Technology, Education and Development Conference, 6th–8th March 2017, Valencia, Spain).

Статья поступила в редакцию 20.04.2017 г.

УДК 159.923.33 + 378.115.15(470) + 378.115.15(510)

Ю. В. Лебедева

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ КУЛЬТУРЫ И ПОЛА НА ОСОБЕННОСТИ ЭМПАТИИ (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ ИЗ РОССИИ И КИТАЯ)

Статья посвящена исследованию роли факторов культуры и пола в эмоциональных и когнитивных проявлениях эмпатии и ее направленности. Выборку составили 104 студента из России и Китая, юноши и девушки. В качестве диагностического инструментария были использованы методики В. В. Бойко и И. М. Юсупова. В качестве метода математической статистики применялся двухфакторный дисперсионный анализ. В результате обнаружено, что эмпатия к родителям и пожилым людям является универсальной, независимой от культуры и пола. Эмпатия к незнакомым, наоборот, находится под влиянием обоих факторов.

Ключевые слова: эмпатия; культура; пол; направленность эмпатии; студент; кросскультурный подход; Китай; Россия.

В современном обществе нарастает разобщенность, отчужденность людей друг от друга и от самих себя. В психологии в связи с этим особую актуальность приобретают исследования свойств личности, которые способствуют достижению понимания в межличностном и межнациональном контексте. Одним из них является эмпатия, позволяющая проникнуть в чувства и мысли партнера по общению, что способствует его принятию.

Мы рассматриваем эмпатию как свойство личности, интегрирующее эмоциональные, когнитивные и поведенческие проявления и направленное на определенный социальный объект. **Эмоциональными проявлениями** являются эмоциональное резонирование с переживаниями другого и формирование собственного эмоционального отклика, **когнитивными** — точное понимание внутреннего мира другого, **поведенческие** проявления представлены в виде выбора определенной стратегии взаимодействия с другим. Помимо содержательных проявлений эмпатии важна ее **направленность** — предпочтение в выборе объекта, на который личность готова реагировать эмпатически. Выраженность эмпатии в зависимости от объекта, на который направлена эмпатия, может быть различной [9]. Человек по-разному сочувствует родным и незнакомым людям, тем, к кому испытывает симпатию, и к тем, кто ему неприятен [10].

Эмпатией как психологическим свойством обладает любая личность. Однако существуют особенности в проявлениях эмпатии у представителей различных культур. На **эмоциональные** проявления влияет эмоциональный опыт, полученный личностью в процессе социализации [7]. Культура влияет на обусловленность эмоционального состояния личности, способы проявления чувств и интенсивность их выражения. В **когнитивных** проявлениях культура определяет ценность эмоций в жизнедеятельности личности и те когнитивные конструкторы, посредством

ЛЕБЕДЕВА Юлия Владимировна — старший преподаватель кафедры педагогики и психологии образования Уральского федерального университета (e-mail: ljulia1@rambler.ru).

© Лебедева Ю. В., 2017

которых происходит понимание партнера по общению, особенности оценки его эмоциональных состояний.

Таким образом, эмпатия представлена на двух уровнях: базовом и культурно обусловленном. *Базовый* уровень эмпатии составляют универсалии — общие проявления, встречающиеся у представителей различных культур [18]. С одной стороны, они определены психофизиологией головного мозга [12], а с другой — представляют собой общечеловеческие, панкультурные формы, необходимые для сохранения жизни общества. *Культурно обусловленный* уровень представлен специфическими особенностями эмпатии, характерными для представителей определенной культурной общности. Культуру вслед за Г. Триандисом мы определяем как «материальные и нематериальные элементы жизнедеятельности группы, которые в прошлом способствовали ее выживанию в существующей экологической нише и стали использоваться членами группы для взаимодействия и поддержания своей территориальной и социокультурной целостности» [14, 43]. Социализация в рамках определенной культуры формирует способы вчувствования, вмысливания во внутренний мир другого и проявление вышеперечисленного в поведении личности.

Помимо культуры на содержание и направленность эмпатии оказывает влияние фактор пола. Половые различия обусловлены разницей в психофизиологии представителей разного пола [2]. По результатам исследований девушки чаще демонстрируют более высокий уровень эмпатийности по сравнению с юношами, например, в исследовании Е. П. Ильина и А. Н. Липиной [3, 107–108]. Однако это происходит при использовании эмпирических методов, содержащих категории, входящие в тезаурус понятия «эмпатия» [20]. Ю. А. Менджеричка видит причину этих различий в страхе юношей не соответствовать гендерной роли, что заставляет их стараться выглядеть менее чувствительными, чем они есть на самом деле [6]. Для девушек характерны обратные тенденции: для соответствия гендерной роли они склонны преувеличивать собственную эмпатийность. Действительно, с точки зрения традиционных гендерных ролей девушки должны быть более эмоциональными, чувствительными и заботливыми, чем юноши. Поэтому большая часть различий скорее объяснима гендерной дифференциацией внутри культуры: в каждой культуре есть представление о традиционных гендерных ролях. Мы предполагаем, что именно гендерная социализация, включающая обучение определенным способам вчувствования, понимания партнера по общению и поведению, соответствующему собственной роли, обуславливает различия в содержании и направленности эмпатии, обнаруживаемые у представителей различных полов. Однако вопрос о врожденном и приобретенном в эмпатийности, общечеловеческом и культурном не теряет своей актуальности.

В настоящем исследовании мы поставили задачу выяснить, на какие аспекты эмпатии оказывают влияние фактор культуры, пола или взаимодействие этих факторов.

Выборка исследования. В исследовании приняли участие 104 человека: по 52 студента из Китая и России (31 девушка и 21 юноша в каждой выборке). Выборки рандомизированы по возрасту. Все респонденты обучались в Уральском

федеральном университете. Китайская выборка представлена студентами кафедры русского языка для иностранных учащихся (по направлению «Филология»).

Методы исследования. В качестве эмпирических были выбраны следующие методы:

1. *Методика диагностики уровня эмпатических способностей В. В. Бойко (в модификации В. В. Бойко и О. А. Клиценко)* [1]. Опросник содержит две шкалы. Шкала «Эмоциональная отзывчивость и понимание» (ЭОП) измеряет эмоциональные проявления — способность человека эмоционально откликаться на переживания другого и постигать смысл этих состояний для самого переживающего. Шкала «Непроизвольное внимание и интуиция» (НВИ) (когнитивные проявления) отражает способность человека проявлять немотивированное внимание к субъектной реальности другого и пользоваться интуицией при понимании партнера по общению.

2. *Тест эмпатийного потенциала личности И. М. Юсупова* [17, 106–113]: позволяет выявить выраженность эмпатии по отношению к шести различным социальным объектам (к родителям, детям, пожилым людям, животным, героям художественных произведений, а также незнакомым и малознакомым людям).

Анализ полученных результатов. Двухфакторный дисперсионный анализ дал возможность ответить на вопрос: какой фактор доминирует при влиянии на различные аспекты эмпатии — культурный фактор, фактор пола или их сочетание? В качестве первого фактора выступила культура, а в качестве второго — половая принадлежность респондентов. Таким образом, независимыми переменными в нашем исследовании являются культура и пол, а зависимыми — содержательные проявления эмпатии и ее направленность на определенный социальный объект (см. таблицу).

Эффекты факторов «Культура» и «Пол» на содержательные особенности эмпатии и эмпатию по отношению к различным социальным объектам

Проявления эмпатии	Фактор культуры		Фактор пола		Межфакторное взаимодействие	
	<i>F</i>	<i>p</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Когнитивные проявления	0,02	0,877	3,44	0,067	5,02	0,027
Эмоциональные проявления	5,43	0,022	7,95	0,006	2,87	0,093
Эмпатия к родителям	0,88	0,352	0,00	0,927	1,34	0,249
Эмпатия к животным	0,33	0,565	5,72	0,019	3,37	0,070
Эмпатия к пожилым	0,00	0,968	0,00	0,790	0,00	0,968
Эмпатия к детям	0,06	0,807	2,81	0,097	0,00	0,970
Эмпатия к ГХП	0,06	0,802	3,83	0,053	3,75	0,056
Эмпатия к незнакомым и малознакомым людям	8,73	0,004	6,77	0,011	4,78	0,031

Примечание. ГХП — герои художественных произведений; $N_1 = 52$; $N_2 = 52$.

Рассмотрим сначала аспекты, которые оказались независимыми от влияния факторов культуры и пола, т. е. универсальными.

На эмпатию по отношению к пожилым и родителям оба фактора оказывают незначительный эффект. Многие респонденты ставят **родителей** на первое место в списке социальных объектов. Родители являются наиболее близким и значимым объектом для респондентов как России, так и Китая, что говорит об эмоциональной значимости родителей и важности близости с ними. Это связано с формированием личности в онтогенезе, в процессе которого члены семьи, и прежде всего родители, играют огромную роль в ее развитии [5]. Заботливое, эмпатическое отношение родителей к детям основано на биологическом факторе, представленном в виде инстинкта заботы о потомстве. Отношение же взрослых детей к собственным родителям имеет социальную природу [13]. Мы предполагаем, что у представителей других культур родители также являются чрезвычайно важным социальным объектом. Таким образом, эмпатия к родителям представляется нам примером общекультурной универсалии.

Вторым универсальным социальным объектом оказался **пожилой** человек. Уважение к старшим — это ценность, значимая для представителей обеих культур нашей выборки. В китайской культуре возраст партнера по общению имеет большое значение: чем возраст больше, тем более уважительное отношение необходимо оказывать человеку [15, 58].

На эмпатию к **незнакомому человеку** оказывают влияние как факторы культуры и пола отдельно, так и их взаимодействие. Остановимся на этом социальном объекте более подробно. Незнакомый человек занимает особое место среди социальных объектов, так как общение в вузе, на работе, на улице чаще всего происходит именно с ним. Этот социальный объект является наиболее показательным с точки зрения кросскультурных различий в нашем исследовании. Сила и глубина эмоционального отклика по отношению к переживающему незнакомцу зависит от степени индивидуализма — коллективизма, характерной для каждой конкретной культуры. Более высокая степень коллективизма китайской культуры способствует дифференцированному отношению к представителям ин- и аут-группы, снижая эмпатию по отношению к незнакомым и малознакомым людям [4]. Поэтому мы ожидали эффект фактора культуры на данную переменную и предполагали, что эмпатия к незнакомым людям будет выше у российских респондентов. Наше предположение основано на представлениях о русской и китайской культурах. «Соборность» [11, 100–105] русской культуры обуславливает значимость общения с незнакомыми людьми, возможность быстрого сокращения дистанции с ними, ожидание помощи от них и помощь им, убеждение в том, что нужно действовать «всем миром» для решения проблем. В Китае, напротив, не принято относиться к внутреннему миру другого из аут-группы, как к чему-то важному, необходимо соблюдать должную дистанцию и уважать личные границы собеседника, формировать полезные связи, а не отношения. Китайцы склонны очень четко делить события на те, которые непосредственно связаны с ними, и те, которые их не касаются. Перенаселенность и конкуренция, характерные для Китая [16], не способствуют эмпатии по отношению к другому из аут-группы. Таким

образом, в китайской культуре, как в культуре коллективистической, отношения делятся на близкие и «остальные».

С одной стороны, данные, представленные в таблице, полностью подтверждают это предположение. С другой стороны, эффект фактора культуры был обеспечен, прежде всего, за счет российских девушек, результаты которых по эмпатии к незнакомым достоверно выше по сравнению как с китайками, так и с российскими юношами (рис. 1).

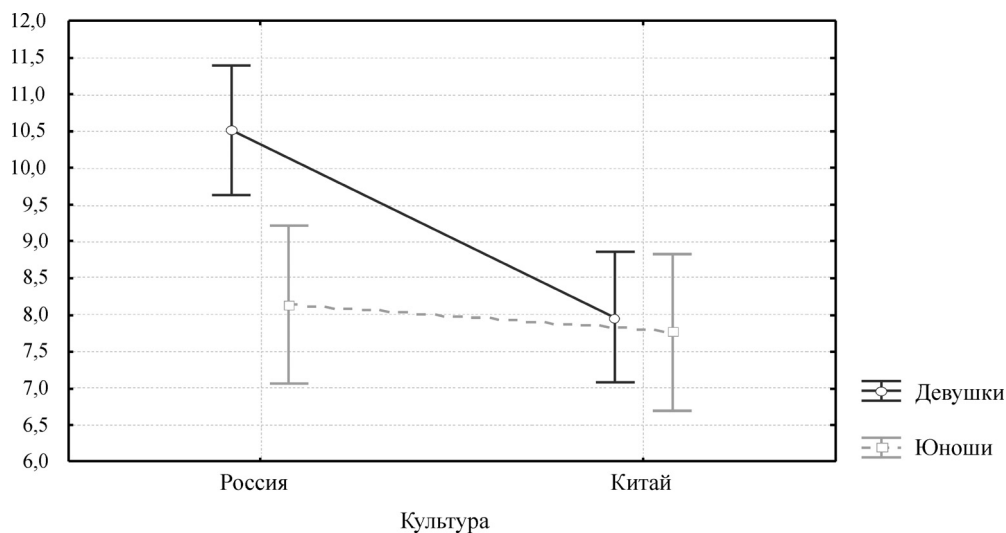


Рис. 1. Эффекты факторов «Культура» и «Пол» на переменную «Эмпатия к незнакомым и малознакомым людям» (методика И. М. Юсупова)

Казалось бы, это противоречит нашим предположениям, ведь юноши России и Китая имеют примерно равные результаты по эмпатии к этому социальному объекту. Однако для целей исследования большую значимость представляют результаты исследования девушек, чем юношей, так как в психологических особенностях женщин «глубинный менталитет этноса проявляется наиболее отчетливо» [8, 68]. То есть девушки в силу своих эмпатических особенностей более чувствительны к влиянию культуры, в рамках которой они социализируются, и, таким образом, их результаты дают больше информации о выраженности эмпатических проявлений в данной культуре. В любом случае эффект факторов культуры и пола на эмпатию по отношению к незнакомцу нуждается в дополнительном исследовании.

Еще одним аспектом эмпатии, в отношении которого были обнаружены как эффект культуры, так и эффект пола, оказались **эмоциональные проявления**, исследованные с помощью шкалы ЭОП методики В. В. Бойко. Причем факторы культуры и пола изолированно действуют на способность эмоционально откликаться на переживания другого и проникать в эти переживания посредством эмоций, постигая смысл этих состояний для партнера по общению. Девушки обеих

групп имеют более выраженный уровень развития эмоциональных проявлений эмпатии, чем юноши; у российских респондентов эмоциональные проявления более выражены, чем у китайских. Межфакторное взаимодействие проявляется лишь на уровне тенденций (при $p \leq 0,1$). Эти данные согласуются с результатами кросс-культурного исследования эмпатии у студентов из США и Китая [19]. Интересно, что фактор культуры оказывает эффект именно на эмоциональные проявления эмпатии, а не на когнитивные. Казалось бы, прежде всего направленность внимания и умение понимать партнера по общению должны зависеть от культурного фактора. Но было установлено, что эффект выражен по отношению к содержанию эмоционального отклика эмпата на переживающего другого.

Эффект фактора пола при слабом эффекте межфакторного взаимодействия был обнаружен на эмпатию к *животным* (рис. 2). В литературе описан факт отсутствия значимости животных как социального объекта в Китае. Исторически в Китае животные рассматривались как объект, который должен приносить пользу, прежде всего как источник пищи. Антропоморфизм, построение отношений с животным удивляет китайцев и может рассматриваться как недостаток близости с людьми, невозможность построить отношения с ними [16, 194]. Опыт взаимодействия с животными как домашними питомцами и «четвероногими друзьями», нуждающимися в заботе и любви, стал приобретаться китайцами не так давно (под влиянием западных стран) и более характерен для жителей китайских мегаполисов. Респонденты из Китая, принявшие участие в нашем исследовании, являются жителями больших городов, не раз бывали за границей и живут в России не первый год. В итоге результаты китайских респондентов (как юношей, так и девушек) оказались выше, чем результаты юношей из России.

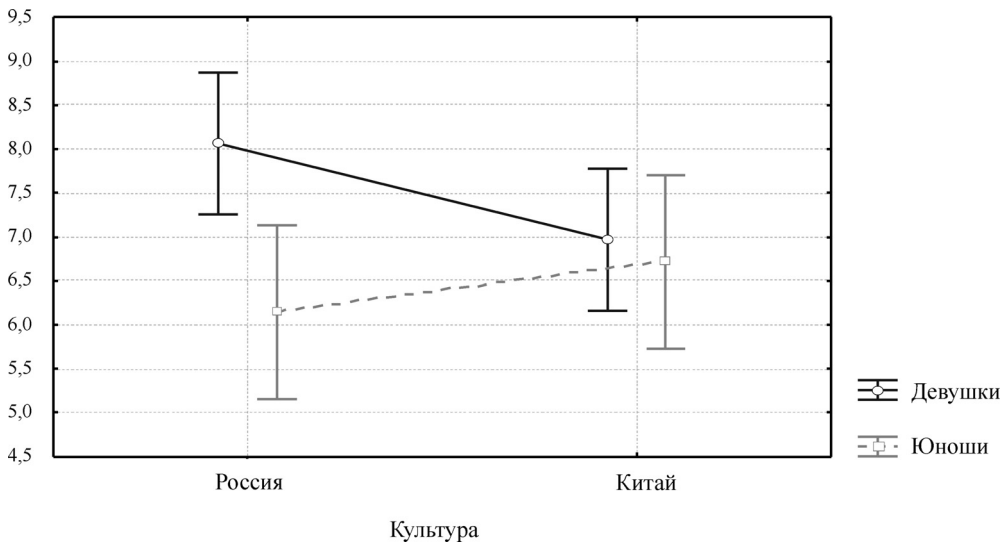


Рис. 2. Эффекты факторов «Культура» и «Пол» на переменную «Эмпатия к животным» (методика И. М. Юсупова)

По отношению к *героям художественных произведений* характерны те же тенденции, что и по отношению к животным: зафиксирован эффект пола с эффектом межфакторного взаимодействия на уровне тенденций. В русской литературе большое внимание уделяется душевным переживаниям персонажей, их внутреннему миру, терзаниям и сомнениям. Тогда как в китайской делается акцент на действие и на чувство долга, меньше внимания уделяется описанию чувств героев. Однако представители китайской выборки в процессе обучения знакомятся с классической русской литературой и преподаватели акцентируют их внимание на внутреннем мире героев произведений Ф. М. Достоевского, А. С. Пушкина, Л. Н. Толстого и др. Поэтому мы не выявили эффект фактора культуры на эмпатию к данному социальному объекту на респондентах нашей выборки. Это говорит о том, что проявление эмпатии во многом зависит от опыта, получаемого личностью в процессе социализации.

В *когнитивных проявлениях* эмпатии, исследованных с помощью шкалы «Непроизвольное внимание и интуиция», также обнаружено межфакторное взаимодействие с эффектом фактора пола на уровне тенденций. Китайские респонденты столкнулись с трудностями при ответе на вопросы данной шкалы: в формулировках не уточнялся тот социальный объект, по отношению к которому надо было оценивать степень собственной внимательности. Однако для Китая направленность эмпатии является принципиальным аспектом: существуют многочисленные правила, регламентирующие, по отношению к кому, насколько сильно и каким образом личность может проявлять эмпатию. В вопросах же данной шкалы не содержалась информация о поле, возрасте и социальном статусе собеседника, поэтому китайские респонденты воспринимали его как представителя аут-группы. В целом результаты по данному аспекту были получены благодаря ответам девушек российской выборки. Они оказались более внимательны по отношению к другому, чем российские юноши. В китайской выборке наоборот: юноши имеют более высокое (хотя и незначительно) среднее значение по этой шкале, чем китайские девушки. Вероятно, в России девушкам предъявляется больше требований, связанных с социальной компетентностью, включающей внимание по отношению к партнеру по общению. В Китае же как юноши, так и девушки достаточно холодно и без особого внимания относятся к представителям аут-группы.

Незначительный эффект фактора пола (значимость на уровне тенденции при $p \leq 0,1$) отмечен на эмпатию к *детям*: девушки обеих культур чуть эмпатичнее к детям, чем юноши. Это соответствует представлениям о женской гендерной роли [2], хотя мы ожидали более значимого влияния фактора пола. Данный результат можно объяснить тем, что в современном обществе как России, так и Китая ребенок является для студенток «далеким» социальным объектом, так как своих детей у них нет, и они в ближайшее время не планируют их заводить, предпочитая заняться карьерой.

В целом полученные данные подтверждают идею о том, что культурный фактор оказывает воздействие на развитие эмпатии. Фактор пола действительно влияет на эмпатию посредством формирующихся в процессе социализации гендерных особенностей. На эмоциональные проявления эмпатии и эмпатию к незнакомым обнаружены эффекты как факторов культуры, так и пола. Эффект фактора пола,

кроме того, выявлен на эмпатию к животным, героям художественных произведений и детям (на уровне тенденций). Межфакторное взаимодействие было установлено в когнитивных проявлениях эмпатии и в эмпатии к незнакомым людям. Эмпатия к родителям и пожилым является универсалией, не зависимой ни от культуры, ни от фактора пола.

Эмпатия как свойство личности, формирующееся в процессе социализации, «окультурируется», подвергаясь влиянию правил и норм. В итоге, оставаясь универсалией, свойственной людям любой культуры, эмпатия представляет собой уникальную внутрикультурную форму взаимодействия людей друг с другом и нуждается в дальнейшем изучении.

1. *Бойко В. В., Кличенко О. А.* Оценка эмпатии личности. СПб., 2002. 32 с.
2. *Ильин Е. П.* Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины. СПб., 2007. 544 с.
3. *Ильин Е. П., Литина А. Н.* Динамика характеристик эмоциональной сферы и агрессивности на протяжении периода от юности до старости // Вестн. практической психологии образования. 2007. № 4 (13), окт.-дек. С. 42–43.
4. *Кочетков В. В.* Психология межкультурных различий. М., 2002. 416 с.
5. *Кохут Х.* Анализ самости: Системный подход к лечению нарциссических нарушений личности [Электронный ресурс] / пер. с англ. и науч. ред. А. М. Боковикова. М., 2003. 368 с. URL: file:///C:/Users/pc/Downloads/haync_kohut_analiz_samosti_sovremennaya_psihoterapiya_-_2003.pdf (дата обращения: 03.05.2016).
6. *Менджерщицкая Ю. А.* Аточность эмпатии в ситуациях взаимодействия с представителем другой культуры // Рос. психол. журн. 2008. Т. 5, № 4. С. 22–33.
7. *Миллер А.* Вначале было воспитание. М., 2015. 296 с.
8. *Митина О. В., Петренко В. Ф.* Кросскультурное исследование стереотипов женского поведения (в России и США) // Вопр. психологии. 2000. № 1. С. 68–86.
9. *Орищенко О. А.* Дифференциально-психологический анализ эмпатии : дис. ... канд. психол. наук. Одесса, 2004. 222 с.
10. *Пономарева М. А.* Эмпатия: теория, диагностика, развитие : монография. Минск, 2006. 76 с.
11. *Прохоров Ю. Е., Стернин И. А.* Русские: коммуникативное поведение. М., 2007. 238 с.
12. *Риццолатти Дж., Синигалья К.* Зеркала в мозге: О механизмах совместного действия и сопереживания. М., 2012. 208 с.
13. *Субботина Н. Д.* Естественные и социальные составляющие эмпатии и альтруизма // Гуманитарный вектор. Сер. : Философия и культурология. 2011. № 2 (26). С. 58–66.
14. *Триандис Г.* Культура и социальное поведение. М., 2007. 382 с.
15. *Флауэр К.* Китай / пер. с англ. А. Голосовской. Москва ; Астрахань, 2006. 160 с.
16. *Чен Х.* Эти поразительные китайцы. М., 2006. 255 с.
17. *Юсупов И. М.* Вчувствование. Проникновение. Понимание. Казань, 1993. 202 с.
18. *Berry J. M., Poortinga Y. H., Segall M. H., Dasen M. H.* Cross-cultural psychology: research and applications [Electronic resource]. 2nd ed. Cambridge, 2002. 589 p. URL: https://www.tsu.ge/data/file_db/faculty_psychology/Cross-Cultural%20Psychology.pdf (accessed: 02.03.2016).
19. *Birkett M.* Self-compassion and empathy across cultures: Comparison of young adults in China and the United States [Electronic resource] // International Journal of Research Studies in Psychology. 2014. Vol. 3, № 3. P. 25–34. URL: <http://www.consortiacademia.org/index.php/ijrsp/article/view/551/255> (accessed: 14.05.2015).
20. *Eisenberg N., Lennon R.* Sex differences in empathy and related capacities [Electronic resource] // Psychology Bulletin. 1983. Vol. 94. P. 100–131. URL: https://www.researchgate.net/profile/Nancy_Eisenberg/publication/232536685_Sex_Differences_in_Empathy_and_Related_Capacities/links/00463520dbde76424c000000.pdf (accessed: 13.05.2015).

Статья поступила в редакцию 07.06.2017 г.

УДК 778.5(09) + 94(470)“19” + 008

Н. Б. Кириллова

СЕРГЕЙ ЭЙЗЕНШТЕЙН: РЕВОЛЮЦИОНЕР В ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЕ И МИФОТВОРЕЦ

Рассматривается многогранное творчество Сергея Эйзенштейна — признанного гения мировой культуры XX в. Автор, анализируя его фильмы, а также тексты теоретических работ Эйзенштейна и других исследователей, показывает художника с двух сторон: как великого режиссера-реформатора, создателя языка «интеллектуального кино» и как основоположника экранной мифологии, базирующейся на политических идеях революционной эпохи.

К л ю ч е в ы е с л о в а: экранная культура; «интеллектуальное» кино; «монтаж аттракционов»; революционная эпоха; историческая хроника; экранная метафора; герой — масса; патетический «взрыв»; мифологизация истории.

Писать о личности такого масштаба, как Сергей Михайлович Эйзенштейн (1898–1948), — задача невероятно сложная. Режиссер, сценарист, теоретик искусства, художник, педагог, он вошел в историю мировой культуры XX в. О творчестве С. Эйзенштейна, его личности, новаторских поисках и художественных открытиях писали многие отечественные и зарубежные исследователи и практики кино: И. Аксенов, Г. Александров, О. Булгакова, И. Вайсфельд, Л. Козлов, Г. Козинцев, М. Кушников, Н. Лебедев, М. Махоуни, М. Ромм, Ж. Садуль, Е. Теплиц, С. Фрейлих, В. Шкловский, Р. Юрнев, С. Юткевич и др. Большую работу по изучению творческого наследия С. Эйзенштейна провел известный историк кино Наум Клейман, собравший его архив, создавший Государственный центральный музей кино и Эйзенштейн-Центр в Москве. Своим учителем в кино Эйзенштейна считает один из культовых режиссеров современности Питер Гринуэй.

Сергею Эйзенштейну была уготовлена особая судьба. Он родился в г. Риге 23 января 1898 г. в семье архитектора М. О. Эйзенштейна, происходившего

КИРИЛЛОВА Наталья Борисовна — доктор культурологии, профессор, заведующая кафедрой культурологии и социально-культурной деятельности Уральского федерального университета (e-mail: urfo@bk.ru).

© Кириллова Н. Б., 2017

из прибалтийских немцев, и, естественно, мальчику прочили такую же карьеру. В 1915 г. он окончил реальное училище, затем был студентом Петроградского института гражданских инженеров. Но Октябрьская революция перевернула всю его жизнь. Впрочем, как констатирует Наум Клейман, «категорический императив» своей судьбы Эйзенштейн и раньше видел в сфере искусства, так как родился и получил воспитание в России эпохи Серебряного века с ее культом культуры и учености, с ее вселенскими утопиями и университетскими идеями [2, 12].

Однако сформировала Эйзенштейна-художника все-таки революционная эпоха. Он сам писал об этом не раз и в автобиографии, и в ряде статей: «Семейными традициями, воспитанием и образованием меня готовили на совсем другое поприще... Однако понадобился вихрь пронесшейся революции для того, чтобы мне раскрепоститься от инерции раз и навсегда намеченного пути и отдаться тому влечению, которое самостоятельно не решалось выбиться наружу. И это — первое, чем я обязан революции... чтобы, забросив почти завершённое образование и обеспеченное будущее, броситься самому в неведомые перспективы деятельности в области художества...» [14, 81].

Прослужив сапером в Красной армии, пройдя в составе агитпоезда фронта Гражданской войны, Сергей Эйзенштейн поступает в Государственные высшие режиссерские мастерские (ГВЫРМ), к Всеволоду Мейерхольду, а с 1922 г. руководит первым рабочим театром Пролеткульта. Человек энциклопедически образованный, увлеченный идеями преобразования мира, он, в поисках нового языка искусства, способного выразить революционный смысл и пафос эпохи, пытается объединить театр и цирк, эстраду и плакат, а в 1924 г. уходит в кино, считая его самым уникальным и действенным видом искусства. Вслед за американским режиссером Д. У. Гриффитом, к творчеству которого он неоднократно обращался [10, 129–180], Эйзенштейн верит в силу монтажа как конструкта художественного произведения: «Моим художественным принципом было и остается: не интуитивное творчество, но осознанное конструктивное построение воздействующих элементов; воздействие должно быть заранее рассчитано и проанализировано, — это самое важное [1, 45].

Собственная теория, родившаяся в сценических работах театра Пролеткульта, которую Эйзенштейн называет «монтаж аттракционов» [11, 269], находит отражение уже в фильме «Стачка» (1924). Это была во многом экспериментальная работа, вызвавшая неоднозначную реакцию критики. «Стачка» была задумана как часть цикла, состоящего из семи серий на тему «от подпольной работы к диктатуре пролетариата». Снята была только первая серия — «Стачка». И оказалось, что фильм, посвященный лишь одной стихийной революционной «вспышке», сумел вобрать в себя, отразить замысел всех семи серий [2, 10].

Новаторским здесь было то, что впервые в истории кино главным героем картины стали массы рабочих. Здесь Эйзенштейн, как и его современники-экспериментаторы Дзига Вертов и Лев Кулешов, ищет возможность создания экранной метафоры средствами монтажа: сталкивая крупные планы полицейских, шпииков с крупными планами животных — обезьяны, бульдога, совы, он сатирически высмеивает врагов рабочего класса. Монтируя кадры разгона демонстрации

казаками с кадрами убоя быка, он пытается метафорически выразить понятие «бойня». Не все опыты удались, но все же «Стачка» стала первым игровым фильмом о массовых выступлениях пролетариата, о росте революционного сознания рабочих. Это было новаторское экранное произведение, в котором соединялись неразрывно художественное творчество и идеология, где почти хроникально были воспроизведены «вспышки» революционного движения и где все взывало к необходимости диктатуры пролетариата.

Вот как писал о фильме «Стачка» сразу после его выхода на экран историк, социолог, теоретик кино Николай Лебедев: «Это первая картина, идеология которой не возбуждает споров, целеустремленность которой не вызывает сомнений, образы которой убедительны. Это картина, в которой впервые дан новый метод показа мира через коллектив, а не героя через массы. Метод, при помощи которого может быть создан эпос грандиозных социальных движений. Этот метод должен быть освоен всеми пролетарскими искусствами и самым могущественным из них — кино. “Стачка” — первая интернациональная картина. Не в смысле пацифистского “интернационализма” фильма “Нетерпимость” Гриффита, но в смысле пролетарской солидарности рабочего класса. Это не конкретная забастовка такого-то завода в таком-то году. Это стачка вообще. Это образ стачки. И даже национально-русское в ней лишь фон, не выпирающий бытом, а подчеркивающий интернационально-классовое» [5, 61]. Таким образом, фильм Эйзенштейна оказался созвучен одной из главных идей эпохи — идее мировой революции.

«Стачка», несмотря на отсутствие привычного сюжета и традиционных героев, привлекла к себе внимание общественности, и Эйзенштейн получает новый «соцзаказ» на создание фильма к двадцатилетию первой русской революции. В СССР в государственном масштабе начинается процесс мифологизации истории, в который включается и молодой режиссер.

Предложенный сценарий Нины Агаджановой-Шутко, четкий и ясный в своей хронологической последовательности, назывался «1905 год». Эйзенштейн берет из него только один эпизод — восстание матросов на броненосце «Князь Потемкин-Таврический». Так рождается один из шедевров отечественной и мировой киноклассики. Стремясь к «хроникально-документальной» правдивости, Сергей Эйзенштейн вместе с оператором Эдуардом Тиссе и ассистентами режиссера Григорием Александровым и Максимом Штраухом (группа в этом же составе работала над «Стачкой») проводили съемки в Одессе, в подлинных местах революционных событий 1905 г. Снимался фильм при участии актеров театра Пролеткульта, населения города и моряков Черноморского флота. Такова предыстория «лучшего фильма всех времен и народов».

Французский историк Жорж Садуль назвал «Броненосец “Потемкин”» «инсценированной хроникой», которую Эйзенштейн выстраивает, опираясь на «монтаж аттракционов» [7, 174].

Здесь, как и в «Стачке», постановщик создает коллективный образ героя-массы, хотя в картине есть исторические лица: матрос Вакулинчук (актер А. Антонов) — руководитель восстания, старший офицер «Потемкина» Гиляровский (Г. Александров) и др. В тесной связи друг с другом в картине выступают

образы-символы: Броненосец и Город. Фильм снимался как «историческая хроника», а композиционно строился, по словам самого режиссера, как классическая трагедия, в которой выделялось пять частей («актов»): «Люди и черви», «Братья», «Мертвый взывает», «Одесская лестница», «Встреча с эскадрой».

Вот как описывает свои ощущения от фильма «Броненосец “Потемкин”» Ж. Садуль: «...Кульминационный момент “Потемкина” — знаменитый расстрел на лестнице. Этот кусок фильма, вошедший в антологию кино, представляет собой прекрасный образец эйзенштейновского стиля, сочетавшего в себе литературные и театральные теории “левого” искусства. Толпа индивидуализирована при помощи крупных планов: лиц, поз, деталей костюма, отобранных с исключительным пониманием характеров действующих лиц. Натурщики выразительно чередуются с вещами: сапоги, лестница, решетка, пенсне, каменные львы. Но особую силу приобретает эпизод, благодаря применению душераздирающих “аттракционов”: мать с трупиком своего ребенка на руках; детская коляска, которая сама катится вниз по лестнице; выбитый окровавленный глаз за разбитым стеклышком очков в железной оправе. Надуманность теории (речь идет о *марксистской теории классовой борьбы*. — Н. К.), ее бесчеловечность здесь забывались; мы чувствовали огромный народный революционный порыв и глубокую искренность Эйзенштейна, его неукротимость, его нежность, его человеческую теплоту и его гнев...» [7, 175].

Садуль отмечает также, что за пределами СССР цензура всюду запретила «Броненосец»; зрители собирались тайком, чтобы смотреть его; фильмотеки разных стран тщательно хранили копию. Фильм сразу стал самым знаменитым в мире, за исключением разве только фильмов Чаплина. Геббельс после прихода фашистов к власти, воздал ему невольно похвалу, когда приказал немецкому кино дать Германии нового «Потемкина»...

В анализе знаменитого историка мирового кино нет и не может быть даже намек на мифологизацию исторического события в фильме Эйзенштейна; он оценивает шедевр с точки зрения его эстетической «новизны», открытий в сфере «киноязыка» и специфики эмоционально-идеологического воздействия. Однако, констатируя здесь мифологизацию истории, мы опираемся на достаточно веские аргументы. К ним в первую очередь относятся мысли самого С. Эйзенштейна, синтезировавшего в своем творчестве искусство и марксистско-ленинскую идеологию, многие догматы которой оказались мифологическими.

«...Наше кино оригинально отнюдь не только формой, приемом или методом, — пишет Эйзенштейн. — Форма, прием и метод — не более как результат основной особенности нашего кино. Наше кино — не умиротворяющее средство, а боевое действие. Наше кино прежде всего — оружие, когда дело идет о столкновении с враждебной идеологией, и прежде всего — орудие, когда оно призвано к основной своей деятельности — воздействовать и пересоздавать.

Здесь искусство поднимается до самосознания себя как одного из видов насилия, страшного орудия силы, когда оно использовано “во зло”, и сокрушающего оружия, пролагающего пути победоносной идее.

Годы нашей жизни — годы неустанной борьбы. И годы подобной титанической борьбы не могли не вызвать к жизни и разновидности подобного

агрессивного искусства и своеобразной “оперативной эстетики” искусствовопонимания...» [13, 13].

Эйзенштейн не скрывает, что его искусство «агрессивно» по своей природе, а значит, наступательно, деятельно, что его цель — борьба, революционное воздействие и пересоздание мира, т. е. «конструирование» новой реальности и формирование нового общественного сознания.

Силу своего творчества режиссер видит в «патетическом взрыве», о чем размышляет в «Мемуарах» через много лет после выхода на экран «Потемкина»: «...О “Потемкине”, не кичась, можно сказать, что видели его многие миллионы зрителей. Самых разнообразных национальностей, рас, частей земного шара. У многих, вероятно, перехватывало горло в сцене траура над трупом Вакулинчука. Но, вероятно, никто из этих миллионов не усмотрел и не запомнил крошечного монтажного куска в несколько клеток в этой самой сцене. Собственно, не в ней, а в той сцене, когда траур сменяется гневом и народная ярость прорывается гневным митингом протеста вокруг палатки.

“Взрыв” в искусстве, особенно “патетический” взрыв чувств, строится совершенно по такой же формуле, как взрыв в области взрывчатых веществ. Когда-то я изучал это в школе прапорщиков инженерных войск по классу “минное дело”. Как там, так и здесь сперва усиленно нагнетается напряжение...» [13, 80].

От агрессии и патетики Эйзенштейн ведет зрителя к пафосу идей революционного переустройства мира, символом которого в фильме является красный флаг броненосца «Потемкин» (самый мощный эстетический и идеологический эффект фильма). Объясняя столь сильный «взрыв» воздействия фильма, Эйзенштейн утверждает, что это связано с признаками патетической композиции, среди которых выделяются «непрестанное исступление, непрерывный “выход из себя”, непрерывный “скачок” каждого отдельного элемента из качества в качество, благодаря чему нарастает интенсивность эмоционального содержания кадра, эпизода, сцены, произведения в целом» [12, 72].

Фильм «Октябрь», снятый в 1927 г. к десятилетию революции, не стал открытием в сфере киноязыка, хотя и в нем есть много ярких метафор. Он интересен сегодня опять-таки с точки зрения мифологизации истории.

В «Октябре», многие кадры которого войдут впоследствии в научно-популярные и учебные ленты по предметам «История СССР» (в школе) и «История КПСС» (в вузе) и будут восприниматься как реальный факт Октябрьской революции, соединяются «игровые» и «хроникальные» элементы. Здесь впервые был дан образ В. И. Ленина, в гриме которого на экране предстал не актер, а эйзенштейновский типаж — питерский рабочий Никандров, воссозданы важнейшие события революции 1917 г.: речь Ленина с броневика на Финляндском вокзале, июльский расстрел, борьба с корниловщиной, штурм Зимнего, Второй съезд Советов. События революции Эйзенштейном героизированы, на их основе создан романтический миф о закономерности и справедливости социалистической революции и ее вождей, сумевших поднять народ на борьбу за лучшую жизнь.

Работая над «Октябрем», Эйзенштейн пришел к мысли, что кино может создавать и использовать не только художественные образы, но и научные понятия,

что оно должно стать «интеллектуальным». Экранизируя в своих фильмах многие политические лозунги и поднимая философские проблемы («революция и народ», «народ и власть», «личность и история» и др.), он мечтал поставить фильм по «Капиталу» Карла Маркса. И хотя этот дерзкий замысел остался неосуществленным, идеи «интеллектуального кино» расширили горизонты экранного искусства, выводя его на лидирующее место в структуре медиаккультуры XX в.

Для того чтобы воссозданные на экране реалии и мифы революции действовали как факт, документ эпохи, Эйзенштейн в первое десятилетие своего творчества отказывается от профессиональной актерской игры, с ее психологизмом, национальными стереотипами, предпочитая подбирать исполнителей непрофессиональных, которых он называет «типажами».

По такому же принципу Эйзенштейн снимал «Старое и новое» (1929) — о процессе коллективизации советской деревни с участием реальных «героев» эпохи — и потерпел фиаско из-за несовпадения мифотворческих элементов с реалистическими, хотя и в этой картине есть запоминающиеся кадры и «монтаж аттракционов». Идея фильма (сценарий назывался «Генеральная линия» — это генеральная линия XIV партсъезда ВКП(б), направленная на коллективизацию деревни) вызрела с 1926 по 1929 г. Основная тема — преобразования в советской деревне — соединялась с «пафосом сепаратора», затеей Эйзенштейна «“патетизировать” предмет сельскохозяйственного оборудования» [12, 73].

Действие начинается с картин нищеты русской деревни, вызванной мелко-собственническим ведением хозяйства. Крупным планом дана жизнь крестьянки (в финале — колхозницы) Марфы Лапкиной. Надежды на лучшую долю в фильме связаны с техникой. У крестьян, объединившихся в артель, появляется трактор и другая техника. Сергей Эйзенштейн и Григорий Александров (соавтор сценария и сорежиссер), работая над «Старым и новым», раскрывают патетику самого «будничного» материала. «Мы должны влюбить нашу аудиторию, — писали авторы фильма, — в племенного бычка, в трактор, идущий рядом с захудалой лошадежкой...» [9, 142].

Драматична и история создания фильма о мексиканской революции на латиноамериканском континенте, где Эйзенштейн оказался вместе с Григорием Александровым и Эдуардом Тиссе после триумфальной поездки по Европе и посещения Голливуда. Фильм «Да здравствует Мексика!», оставшийся незавершенным и собранный в 1979 г. по частям и отдельным кадрам Г. Александровым, поражает тем не менее не столько экзотикой, сколько техникой съемки, методом подхода к живому, «натуралистическому» материалу и удивительной красотой человеческих лиц, одухотворенных пафосом революции.

Нереализованной осталась и идея фильма «Бежин луг» (1937) — о классовой борьбе в колхозной деревне, сюжетная линия которого была навеяна историей уральского пионера Павлика Морозова (сценарий А. Ржешевского). Фильм, задуманный как трагедия борьбы старого и нового в деревне, был снят с производства; он сохранился в виде фотофильма и находится в Эйзенштейн-Центре.

Два последних фильма Эйзенштейна — «Александр Невский» (1938) и «Иван Грозный» (1945–1947) — являются во многом антиподами, несмотря на то, что

главные роли в них исполняет один и тот же актер — Николай Черкасов, а отделяет их друг от друга всего несколько лет. Причина в том, что первый фильм в полной мере соответствует жанровым признакам мифа (легенды, былины), выполняющего патриотическую миссию предвоенного времени: «Кто с мечом к нам придет — от меча и погибнет». «Александр Невский» прекрасно вписался в когорту лучших советских фильмов историко-биографического жанра эпохи социалистического реализма, таких как «Петр I» и «Кутузов» Владимира Петрова, «Минин и Пожарский», «Суворов» и «Адмирал Нахимов» Всеволода Пудовкина, «Адмирал Ушаков» Михаила Ромма и других.

Иной подход к концепции роли личности в истории — в фильме «Иван Грозный», в котором Эйзенштейн отказывается от идеализации и мифологизации истории в соответствии с социальным заказом власти. Более того, в отечественном кино «Иван Грозный» стал первым фильмом, содержащим аллегорический протест против культа личности И. В. Сталина и деспотии власти, и потому он остался незавершенным. Две серии фильма «Иван Грозный» представляют собой философски сложное полифоническое произведение, в котором синтезируется слово и живопись (на экране соединяются черно-белые кадры с цветными), пластика и музыка Сергея Прокофьева (композитор С. Прокофьев работал с Эйзенштейном и в «Александре Невском»), создавая неповторимый звукозрительный образ. А психологическая глубина актерской игры (Николая Черкасова, Серафимы Бирман, Павла Кадочникова, Людмилы Целиковской, Михаила Жарова, Михаила Кузнецова, Михаила Названова и др.), создающая особую атмосферу фильма, дает возможность говорить о близости эстетики фильма к лучшим образцам театрального искусства (хотя Эйзенштейн долгие годы стремился уйти от «театральщины»).

Интересным кажется сопоставление фильмов «Броненосец “Потемкин”» и «Иван Грозный», которые не только отдалены друг от друга временной пропастью в двадцать лет, но и имеют разную идейно-эстетическую основу. В них нет того, что называется «сквозной темой», разве что философский подход к историческому материалу. Сам Эйзенштейн, предвидя подобные аналогии, писал: «... Что может быть более разительно несхожего, чем темы и разработка подобных двух сочинений, по времени отстоящих друг от друга на двадцать лет? Коллектив и масса — там. Единодержавный индивид — здесь. Подобие хора, сливающееся в коллективный образ, — там. Резко очерченный характер — здесь. Отчаянная борьба с царизмом — там. Первичное установление царской власти — здесь. Если здесь, на этих двух крайностях, темы кажутся разбежавшимися во взаимно исключают друг друга противоположности, то, что между ними, на первый взгляд кажется просто невообразимым хаосом совершенно случайно разбросанной тематики...» [8, 293].

И тем не менее Эйзенштейн считал, что конечная идея всех его фильмов одна — это тема достижения единства: национально-патриотического («Александр Невский»), государственного («Иван Грозный»), коллективно-массового («Броненосец “Потемкин”»), социалистически-хозяйственного («Старое и новое») [8, 295].

Справедливости ради отметим, что мифологизации истории не избежали и фильмы других классиков отечественного кино: Всеволода Пудовкина, Александра Довженко, братьев Васильевых, Михаила Ромма и др.

Сергей Эйзенштейн был в стране одним из первых теоретиков и практиков, кто попытался осмыслить и проблему взаимоотношений кино с возникающим телевидением. Он знал первые шаги отечественного телевидения не только как зритель: зимой 1940–1941 гг. его часто приглашали в телецентр на Шабаловке для обучения работников телевидения монтажу, который осуществлялся сразу же — когда передача шла в эфир [15, 72]. Следы практического знакомства Эйзенштейна с телевидением можно обнаружить в ряде его теоретических работ 1946–1947 гг.

Сошлемся в связи с этим на статью Валентина Михалковича «Кино и телевидение, или О несходстве сходного». Анализируя знаменитую фразу Эйзенштейна о том, что благодаря телевидению «реальность вваливается как следующая стадия вваливания экрана вообще» [6, 460], исследователь приходит к таким выводам. Вероятно, фразу Эйзенштейна следует понимать в том смысле, что появление телеприемника в доме («вваливание экрана») неизбежно столкнет зрителя с действительностью как таковой, т. е. «сырой», творчески не преобразованной. А это значит, что телевидение, по мнению режиссера, по природе своей ориентировано на завоевание «пространства», в то время как кинематограф оперирует «временем».

Ради преодоления «сырого» состояния действительности, которая «вваливается» к зрителю через посредство приемника, Эйзенштейн изобретает фигуру, ставшую хрестоматийно известной в отечественной телетеории, — «киномага телевидения», который, «жонглируя размерами объективов и точками кинокамер, будет прямо и непосредственно пересылать миллионам слушателей и зрителей “свою” художественную интерпретацию события...» [6, 461].

Сегодня, в эру не только эфирного, но и кабельного, спутникового и цифрового телевидения, оно в полной мере оперирует и «пространством», и «временем», усиливая свои контакты с эпохой и зрителями, являясь не только самым массовым и востребованным фактором медиакультуры, но и «фабрикой мифов» [3, 129–130].

Вместо заключения

Подводя итоги, хочется особо подчеркнуть, что Сергей Эйзенштейн как художник был «рожден» Октябрьской революцией, 100-летие которой отмечает страна, а его многогранное творчество, сформированное в эпоху социалистических преобразований, выразило смысл исканий всей советской культуры. Будучи человеком своего времени, Эйзенштейн неистово верил в идеи революции и в силу «важнейшего из искусств», способного изменить мир. Ради этого он жил и творил, осмысливая прошлое ради будущего.

В условиях новой демократической России, казалось бы, свободной и открытой, хотя и взбудораженной мировыми катаклизмами, мы с горечью осознаем, что наша культура в глубоком кризисе. Причина в том, что общество давно утратило идеалы, утратило веру, а в творчестве иссякла жажда поиска, энергия духа, осталось только «рыночное мышление» — желание прибыли. Как в связи с этим

не вспомнить Сергея Эйзенштейна, мысли которого так актуальны: «...Пусть светильники в руках у нас, ожидающих света, будут чисты и готовы к тому мгновению, когда искусствам нашим предстанет необходимость выразить новое слово жизни...»

1. *Аксенов И. А.* Сергей Эйзенштейн: портрет художника. М., 1991.
2. *Вайсфельд И.* Путь Эйзенштейна-драматурга // Эйзенштейн С. М. Избр. произведения : в 6 т. М., 1971. Т. 6. С. 7–26.
3. *Кириллова Н. Б.* Медиалогия. М., 2015.
4. *Клейман Н.* Мемуары Эйзенштейна: система координат // Эйзенштейн С. М. Мемуары. М., 1997. Т. 1. С. 5–16.
5. *Лебедев Н. А.* Внимание: кинематограф! : статьи, исследования, выступления. М., 1974.
6. *Михалкович В. А.* Кино и телевидение, или О несходстве сходного // Экранная культура: теоретические проблемы : сб. ст. / под ред. К. Э. Разлогова. СПб., 2012. С. 423–487.
7. *Садуль Ж.* История киноискусства. М., 1957.
8. *Эйзенштейн С. М.* Автор и его тема // Эйзенштейн С. М. Мемуары. М., 1997. Т. 2. С. 291–297.
9. *Эйзенштейн С. М.* Восторженные будни. К выпуску картины «Генеральная линия»// Эйзенштейн С. М. Избр. произведения : в 6 т. М., 1964. Т. 1. С. 141–143.
10. *Эйзенштейн С. М.* Диккенс, Гриффит и мы // Эйзенштейн С. М. Избр. произведения : в 6 т. М., 1968. Т. 5. С. 129–180.
11. *Эйзенштейн С.* Монтаж аттракционов // Эйзенштейн С. М. Избр. произведения : в 6 т. М., 1964. Т. 2. С. 269–273.
12. *Эйзенштейн С. М.* Пафос // Эйзенштейн С. М. Избр. произведения : в 6 т. М., 1964. Т. 3. С. 72–233.
13. *Эйзенштейн С.* Почему я стал режиссером // Эйзенштейн С. М. Мемуары. М., 1997. Т. 1. С. 11–24.
14. *Эйзенштейн С. М.* Через революцию к искусству — через искусство к революции // Эйзенштейн С. М. Избр. произведения : в 6 т. М., 1964. Т. 1. С. 81–83.
15. *Юровский А.* Телевидение — поиски и решения. 2-е изд. М., 1983.

Статья поступила в редакцию 06.06.2017 г.

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ КОНСТРУКТИВИЗМА М. Я. ГИНЗБУРГА*

Использование культурологического подхода позволяет увидеть архитектуру конструктивизма без ряда негативных коннотаций, сформированных в работах по истории советской архитектуры, выполненных в рамках классической парадигмы и часто под влиянием определенного политического заказа. На примере проектов одного из идеологов конструктивизма М. Я. Гинзбурга показана логика конструктивистских идей, обусловленная экономическими, политическими, техническими обстоятельствами, в их связи с социальными и личностными контекстами эпохи.

К л ю ч е в ы е с л о в а: культурологическая интерпретация; культурологический анализ; конструктивизм; архитектура конструктивизма; советская архитектура; М. Я. Гинзбург.

Выходя за пределы классической парадигмы науки (образования, музейной деятельности, эстетики, этики), мы понимаем, насколько радикально меняется в них оценка одних и тех же объектов, в особенности в эстетической сфере. Размываются представления об идеале, красоте, должном, достойном и т. д. Этот процесс, предугаданный еще Фридрихом Ницше, представлен в работах по постмодернизму (Ж. Деррида, Ж. Бодрийар, М. Н. Липовецкий, И. П. Ильин, Н. Б. Маньковская и др.) как «перевод» ценностной вертикали в горизонтальную плоскость и признание наличия и сосуществования разных по качеству, уровню, степени реализованности артефактов и феноменов культуры.

В отношении советской архитектуры в целом и конструктивизма в частности парадокс состоит в том, что, признавая их бесспорную самобытность и новизну, авторы — за исключением ангажированных в различные периоды «теоретиков» — судят о них с позиций классической архитектурной парадигмы. Волей-неволей они сравнивают планировочные и композиционные решения, материалы, декор с признанными образцами других периодов. Получается нечто вроде обывательских констатаций: «Замечательная архитектура, но недолговечные строительные материалы»; «Прекрасные образы, но в другой архитектуре жить удобнее». Выйти из замкнутого круга ставших стереотипными суждений помогает культурологический подход, для которого естественен уход от иерархий в суждениях о продуктах культуры. Необходимо увидеть конструктивизм как продукт мышления и действия конкретных людей, живущих в непростых, порой трагических условиях.

* Исследование выполнено в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 17-22-07001 «Комплексный алгоритм культуральной регенерации малых индустриальных городов в контексте агломерационных процессов России и Европы».

БЫСТРОВА Татьяна Юрьевна — доктор философских наук, доцент, профессор кафедры культурологии и дизайна Уральского федерального университета, профессор Екатеринбургской академии современного искусства (e-mail: Taby27@yandex.ru).

Методология работы

Рассматривая объекты архитектуры конструктивизма, в частности одного из его идеологов М. Я. Гинзбурга, как феномены культуры, мы следуем нескольким методологическим установкам.

В культурологическом подходе для нас актуальны: отказ от спора о первичности идеального или материального, преодоление оппозиции «высокого» и «низкого» в культуре, установка на «прочтение» и интерпретацию объектов. Именно они обеспечивают включение в исследовательское поле большего объема деталей, на которые может не обратить внимания классическая наука, стремящаяся к максимальной четкости предмета исследования.

Дискуссия

Впервые не из Франции, а из России прилетело новое слово искусства — конструктивизм, понимающий формальную работу художника только как инженерную, нужную для оформления всей нашей жизни...

В. В. Маяковский

Теоретических работ, посвященных именно архитектуре конструктивизма, в том числе ее социокультурному контексту, почти нет в отечественной литературе. Наибольшее количество информации, в том числе материалов дискуссионного характера, содержится в источниках по истории российской (включая советскую) архитектуры [9, 13]. Пищу для размышлений дает издание «Мастера советской архитектуры об архитектуре» [9], содержащее тексты манифестов, докладов, статей практически всех представителей конструктивизма. Но и они не всегда в полной мере прочитываются нами, уже не знающими всех реалий процесса быстрого становления и еще более быстрого уничтожения конструктивизма.

В науке принято выделять предпосылки становления отдельных направлений и стилей архитектуры, но эта процедура «объективирует» общую картину: если предпосылки были, то рано или поздно нечто обязательно произойти. Отдавая дань традиции, отметим как сами предпосылки, так и их масштаб. К примеру, эстетико-художественные предпосылки конструктивизма можно найти в русской деревянной архитектуре с ее стремлением к компактности, рационалистической западноевропейской архитектуре от античности до классицизма, искусстве авангарда начала XX в. По сути, речь идет о переработке и трансформации громадных культурных и художественных пластов, следы присутствия которых проще и легче обнаружить в конкретных архитектурных объектах, нежели изучать «в общем».

Вместо подробного анализа предпосылок мы постараемся представить синхронный социокультурный контекст творческих поисков советских архитекторов, в котором могут быть значимыми даже случайные переключки их идей с другими авторами и продуктами культуры. Эту, не меньшую по объему работу нельзя вписать в рамки одной статьи.

Предметом интерпретации стало творчество Моисея Яковлевича Гинзбурга (1892–1946), в том числе потому, что ряд его решений, таких как повторяющийся Дом Наркомфина в Москве (1928) дом переходного типа (ул. Малышева, 16), проект Синтетического театра на 5 тыс. мест, проект жилого комплекса Урал-облсовнархоза, предназначались для Свердловска-Екатеринбурга [10]. В этих зданиях сконцентрированы итоги довольно продолжительных творческих поисков и взаимодействий. Рассмотрим основные идеи М. Я. Гинзбурга, значимые для его версии конструктивистской архитектуры как результата эстетического формообразования и места жизни (даже «формирования») советского человека.

*Идея типовой архитектуры:
первичность экономики и качества строительства*

Возможно, многие почитатели эстетики конструктивизма не согласятся с выдвинутым идею типовой архитектуры на первый план. Однако М. Я. Гинзбург очень много пишет об этом, в особенности в отношении жилья. Эта идея актуализируется сегодня, российские архитекторы возвращаются к ней, заново читая его работы.

Известный теоретик архитектуры А. В. Иконников, напрямую связывая эксперимент конструктивистов в области формообразования с социальным экспериментом советской власти, говорит о «рациональном всепроникающем порядке» [5]. Однако сам М. Я. Гинзбург выражает свои устремления несколько иначе, не скрывая связи поисков новых форм с социальными процессами, но и не подчиняя их какой-то узкой доктрине. «Мы утверждаем, что в эпоху строительства социализма... задача архитектора — прежде всего “изобретение” новых социальных конденсаторов жизни — новых типов архитектуры», — пишут А. А. Веснин и М. Я. Гинзбург в 1923 г. [8]. Почему же именно «типов»?

С одной стороны, во все времена это экономически целесообразнее: привязка готового проекта к местности стоит дешевле, чем проектирование всего объекта, и именно на этом делает упор М. Я. Гинзбург в большинстве своих работ. С другой стороны, в конкретных исторических условиях это способствует повышению качества застройки новых советских городов за счет «непрерывного совершенствования стандартов» (идея М. Я. Гинзбурга). В условиях дефицита строительных материалов, при нехватке квалифицированных специалистов тиражирование проекта вполне закономерно, но люди редко задумываются над тем, какими были бы, к примеру, города Уральского региона, не случись конструктивизма [11]. Воспринимая его как непреложную данность и (часто) ностальгируя по дореволюционным особнякам, мало кто ставит вопрос таким образом.

Есть и третья, и четвертая стороны. К примеру, централизованное проектирование способствует упрочению вертикали власти, в том числе в сфере архитектуры [14, 27]; позже этот путь повторит архитектура сталинизма. Но можно указать на прямо противоположную характеристику — связь типологизирующего подхода М. Я. Гинзбурга с традициями народной архитектуры. Русское народное жилище широко использовало прием, который позже назовут модульным

проектированием: в качестве его «единицы» выступала длина бревна. Каноническая структура избы позволяла ей быть поставленной в любом месте и климате, не требуя дополнительных усилий по разработке нового проекта.

М. Я. Гинзбург в молодости изучал жилище крымских татар, строивших из камня, притом в очень суровых условиях. Выходец из семьи архитектора, он закончил Академию изящных искусств в Милане (1914), позже архитектурный факультет Рижского политехнического института, находившегося в годы Первой мировой войны в Москве, для получения диплома инженера-архитектора (1917) [12]. Его привлекает не столько эстетико-художественная, сколько конструктивная и техническая сторона архитектуры. Система преподавания в Милане, предполагавшая работу в группе из 10–15 человек под руководством профессора над реальными проектами, отличалась от традиционной академической школы тем, что не ограничивалась исключительно изучением классических памятников. Увлечение идеями Маринетти и одновременно исследование народной архитектуры приводят М. Я. Гинзбурга к программному тезису: «Конструктивная проработка жилья должна строиться на принципе максимальной стандартизации всех элементов, должна стремиться к индустриализации строительного производства» [3, 5]. Интересно, что он тут же добавляет ряд конкретизирующих замечаний: «Легкий вес элементов, возможность изготовления их фабричным путем в зимний период и монтаж на месте малоквалифицированной рабочей силой» [Там же].

От широко известных идей строителей американских небоскребов Л. Г. Салливана и Ф. Л. Райта подход Гинзбурга отличается тем, что модульные единицы, из которых состоит то или иное здание, формируются как особого рода «программы», учитывающие различные внешние обстоятельства. Этих типовых единиц может быть сколь угодно много, и именно они придают конструктивистскому зданию выразительность [4; 7, 8–9]. Тогда как американцы, открывшие эпоху индустриального строительства, мультиплицировали планы одинаковых этажей, добиваясь выразительности чисто внешним декорированием (орнамент, скульптуры и т. п.) [1, 57]. Этот момент в свое время не заметили критики, распинавшие Гинзбурга за стремление развивать новое и передовое, что есть в архитектуре Запада [6].

Типовое, по Гинзбургу, не означает «одинаковое» — за счет исходной множественности и вариативности его элементов. Со времен Платона «тип» предполагался как нечто, в чем доминируют всеобщие, обезличивающие черты. Предварительная раскладка типового здания на типовые элементы, возможность их видоизменения и составления различных конфигураций позволяет преодолевать монотонность, которой прославились, к примеру, хрущевки. Такая архитектура становится активным идентификатором советского пространства, но не выглядит «штампованной».

Единственным аргументом против такого подхода, с нашей точки зрения, может быть механицизм в создании архитектурного объекта, утрата целостности, которая для М. Я. Гинзбурга подразумевается как сама собой разумеющаяся в профессиональном проектировании, но быстро забывается последователями. Этим с эстетической точки зрения опасен любой конструктор, и предложенный Гинзбургом не составляет исключения. Преодолеть механицизм, как полагает

архитектор, позволяет разработанный им «метод функционального творчества», до которого не дошли руки как у практиков, так и у системы советского архитектурного образования.

К сожалению, и великое открытие М. Я. Гинзбурга о функции, в полной мере определяющей выразительную форму здания, осталось не оцененным, сильно критиковалось, а потом было запрещено к реализации.

*Минимизация площадей —
революция композиционных решений в архитектуре*

Тезис конструктивистов о минимизации площадей подсобных помещений не менее спорен. К нему приводит необходимость экономить строительные материалы и тепло. «Тщательная рационализация планировки квартиры старого дореволюционного типа, аналитическое изучение бытовых и трудовых процессов, протекающих в комнатах, в частности и в кухне — может привести к экономии около 10 %», — пишет М. Я. Гинзбург, сам называя этот процесс «уминанием» [3]. Он предостерегает от сокращения жилых площадей, призывая свести к минимуму переходы и коридоры, «рационализировать кубатуру», построить на новых основаниях, к примеру, кухню.

Идею обслуживания двух этажей жилого здания одним коридором можно считать гениальной; она полностью меняет внутреннюю структуру пространства в доме переходного типа. Коридор позволяет попасть в двухуровневую «жилую ячейку», не имеющую кухни и туалета, но весьма просторную именно в силу сокращения коммуникаций и подсобных помещений (рис. 1–3).



Рис. 1. Жилой комплекс «Дом Уралоблсовета» (дом переходного типа). Свердловск-Екатеринбург. 1930–1933. Архитекторы М. Я. Гинзбург, П. А. Пастернак, С. Л. Прохоров (фото: <http://itsmycity.ru/blog/post/id/1894>)



Рис. 2. Дом Наркомфина в Москве. Интерьер комнаты. 1930.
Архитекторы М. Я. Гинзбург, И. Ф. Милинис. Пространство по центру
существенно выше комнат внизу и вверху

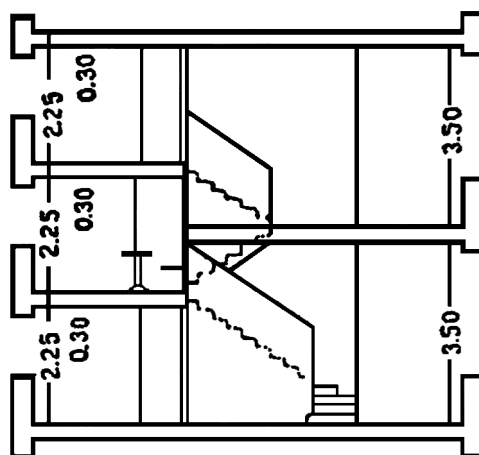


Рис. 3. Дом переходного типа. Архитекторы М. Я. Гинзбург, И. Ф. Милинис.
Этаж в разрезе. Один коридор (центральный проход на чертеже)
обслуживает два этажа; над и под коридором располагаются
жилые комнаты. Конструкция высвобождает дополнительную
жилиую площадь и сокращает коммуникации

Как архитектор, Гинзбург был, безусловно, прав: он ориентировался на нужды человека, ведь подсобные помещения даже в классицистской архитектуре выкраивались почти случайным образом, с изнанки здания, на стыках между не сошедшимися друг с другом частями (пример — здание Генштаба в Санкт-Петербурге, описанное Н. Явейном). Исходя из наблюдений за действиями человека на кухне,

просчитать длину и объемы, предусмотреть под них ровно столько места, сколько это необходимо, — насущная задача современной архитектуры. Сегодня это называется сценарным подходом к проектированию и устойчивостью. Но в политизированном мире тезис М. Я. Гинзбурга, естественно, был вырван из контекста. «Уминание» стало самоцелью деятельности по отношению к имевшемуся и возводимому жилью.

Конструктивизм как метод и стиль: вне политической конъюнктуры

К моменту, когда М. Я. Гинзбург ставит чрезвычайно актуальный вопрос о стиле советской архитектуры, уже вышла в свет работа О. Шпенглера «Закат Европы», трактующая стиль как проявление «души культуры». Феноменологическая трактовка стиля, не сводящая его к совокупности внешних формальных черт, свойственна обоим авторам. По О. Шпенглеру, стиль нельзя имитировать или насадить искусственно, ведь для его появления должна существовать живая развивающаяся культура, обладающая своим «прасимволом», своим художественным языком. По М. Я. Гинзбургу, короткое время преподававшему историю архитектуры, общие алгоритмы свойственны всем стилям: «...Система архитектурного стиля складывается из целого ряда проблем: пространственной и объемной, представляющих собой решение одной и той же задачи изнутри и извне, овеществляемой формальными элементами; последние организуются по тем или иным композиционным признакам, порождая динамическую проблему ритма» [9, 283]. Выведа эти закономерности, он хочет создавать на их основе новый стиль, а точнее, дать раскрыться потенциалу конструктивистского проектирования.

По его мнению, стилевая ясность проекта состоит не в чистой художественности или абстрактной символической, которыми увлечены В. Татлин, К. Малевич, но в функциональном назначении здания. Сравнивая два проекта 1923 г. — офисное здание «Chicago Tribune» В. Гропиуса и проект Дворца труда братьев Весниных, он находит, что первый — «блестяще выполненная, радикально сконструированная и по-новому просто оформленная вещь» — по внутреннему содержанию представляет «обычное американское решение business house». «Веснинский “дворец” исходит прежде всего из нового социального развития организма здания, устанавливая, таким образом, коренную особенность советского конструктивизма» [2]. Органичность для него (как и для О. Шпенглера) — ключевой концепт нового стиля. Это обрекает архитектора на критику и забвение, ведь его версии в силу ее неудобства для архитектурной политики через некоторое время не смогут принять проводники сталинской архитектуры.

Выводы

Понятно, что основным фактором деформации и редукции идей М. Я. Гинзбурга были политические обстоятельства советской действительности рубежа 1920–1930-х гг. Честно и последовательно разрабатывая новаторские, высокопрофессиональные идеи в архитектуре, М. Я. Гинзбург не мог учесть разнообразия

интерпретаций, особенно со стороны критиков, твердящих о недостаточности в его работах «диалектического материализма» [6]. Он стремился сделать архитектуру молодого советского государства более продуманной, тиражируемой и одновременно качественной, функциональной и тем самым эстетичной. В его программных статьях не упоминаются соцгорода или колхозы. Но по косвенным признакам ясна его осведомленность об истинных размерах жилплощади рабочих или деталях коммунального быта.

Об архитекторе принято судить главным образом по его объектам. В случае с конструктивистами, в том числе М. Я. Гинзбургом, можно сделать это, зная их теоретические разработки, проекты и здания. И здесь, как показано в статье, специалистам может помочь культурологический подход.

1. Быстрова Т. Ю. От модернизма к неорационализму: творческие концепции архитекторов XIX–XXI вв. Екатеринбург, 2013. 288 с.

2. Гинзбург М. Итоги и перспективы СА [Электронный ресурс] // Современная архитектура. 1927. № 4–5. URL: <http://theory.totalarch.com/node/82> (дата обращения: 21.05.2017).

3. Гинзбург М. Проблемы типизации жилья РСФСР: докл. на пленуме Стройкома РСФСР // Современная архитектура. 1929. № 1. С. 4–6.

4. Гинзбург М. Я. Проект дома акционерного о-ва «Оргаметалл» в Москве [Электронный ресурс] // Современная архитектура. 1927. № 2. С. 62–63. URL: <http://tehne.com/event/arhivsyachina/arhiv-sa-nasha-deystvitelnost-puti-k-standartu-1927#orgametall> (дата обращения: 21.05.2017).

5. Иконников А. В. Между утопиями и реальностью [Электронный ресурс] // Изв. высш. учеб. заведений. Architecton. 1994. № 1. С. 43–51. URL: http://archvuz.ru/2012_33/3 (дата обращения: 07.06.2017).

6. Искусство в массы : журн. Ассоциации художников революции. 1930. № 6 (14). С. 14–17 [Электронный ресурс]. URL: <http://artguide.com/posts/515-archive-functionalism-is-not-our-style>

7. Карпов В. В. Типология и идеология. Возвращение М. Я. Гинзбурга // Academia. Архитектура и строительство. 2013. № 3. С. 5–17.

8. Критика конструктивизма (ред. статья) [Электронный ресурс] // Сов. архитектура. 1928. № 1. С. 1–2. URL: <http://tehne.com/event/arhivsyachina/arhiv-sa-leonidov-kinofabrika-1928#kritik> (дата обращения: 07.06.2017).

9. Мастера советской архитектуры об архитектуре : избр. отрывки из писем, статей, выступлений и трактатов : в 2 т. / под общ. ред. М. Бархина [и др.]. М., 1975. Т. 1. 541 с., ил.

10. Овсянникова Е., Васильев Н., Панин О. Архитектор Моисей Гинзбург. Основные проекты и постройки 1917–1946 : плакат. М., 2013. [Электронный ресурс]. URL: https://tatlin.ru/shop/architektor_moisej_ginzburg_osnovnye_proekty_i_postrojki_1917-1946-plakat (дата обращения: 07.06.2017).

11. Фрумкина Р. Моисей Гинзбург — теоретик и практик конструктивизма [Электронный ресурс] // Троицкий вариант — Наука. 2016. № 204. С. 14. URL: <http://trv-science.ru/2016/05/17/moisei-ginzburg/> (дата обращения: 07.06.2017).

12. Хан-Магомедов С. О. М. Я. Гинзбург. М., 1972. 182 с.

13. Хмельницкий Д. Архитектура Сталина: психология и стиль. М., 2006. 376 с.

14. The Modern City Revisited. Edited by Thomas Deckker. L. ; N. Y., 2000. 260 p.

Статья поступила в редакцию 22.06.2017 г.

УДК 325.(470) + 316.4.063.7

М. В. Воробьева

МЕХАНИЗМЫ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ МАРГИНАЛИЗАЦИИ ДИССИДЕНТСКОГО ДВИЖЕНИЯ В ПОЗДНЕСОВЕТСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Статья посвящена социально-культурной маргинализации диссидентского движения в Советском Союзе. Основное внимание уделено механизмам социально-культурной маргинализации, которые задействовала государственная власть в борьбе с диссидентами. Автором выявлено три основных механизма маргинализации — деактуализация диссидентского движения, отчуждение от социальной среды и вытеснение из социальной среды. В заключение автор приходит к выводу об эффективности мер государства по маргинализации диссидентского движения.

Ключевые слова: диссиденты; правозащитники; инакомыслящие; СССР; социально-культурная маргинализация; государственная идеология; государственная пропаганда.

История диссидентства в советскую эпоху, весьма бурная, обильная трагическими событиями и судьбами, еще до распада Советского Союза и позже, в начале 1990-х гг., была объектом изучения отечественных ученых. Они занимались восстановлением хронологии и событийной канвы диссидентства, его социальных контекстов, направлений, политических взглядов участников, целей протестной деятельности и их эволюции [1, 2, 12]. Особое внимание при этом уделялось сопротивлению государству и репрессиям, которым подвергались диссиденты. Этот аспект важен для истории советского диссидентства, однако плодотворным было бы его дополнить, выявляя не только прямые репрессии и противодействие им, но также иные средства оказания массивного давления на диссидентов, использовавшиеся государственной властью. На наш взгляд, одним из таких средств выступала целенаправленная социально-культурная маргинализация диссидентов. Исследование, итоги которого подводит данная статья, не претендует на полноту освещения столь сложного феномена и ставит локальную задачу — выявить механизмы социально-культурной маргинализации диссидентов¹.

Приступая к выявлению механизмов социально-культурной маргинализации, прежде всего конкретизируем значение понятий «инакомыслие», «диссидентство» и «правозащитное движение», поскольку в отечественной научной традиции сложились разные их трактовки². Под инакомыслием, определяемым максимально

¹ Понятие механизма истолковывается следующим образом: это комплекс способов и мер, позволяющих реализовывать поставленную цель. В нашем случае целью выступает социально-культурная маргинализация диссидентского движения.

² См. обзор распространенных определений инакомыслия, диссидентства и правозащитного движения у А. И. Прищепа [12, 5–7].

ВОРОБЬЕВА Мария Владимировна — кандидат культурологии, доцент кафедры философии Уральского государственного экономического университета (e-mail: vorobyova-mariya@yandex.ru).

© Воробьева М. В., 2017

широко, мы подразумеваем убеждения, противоречащие идеологии советской государственной власти и высказываемые публично. Диссидентство нами понимается как инакомыслие, открыто и в конкретных поступках выражающее оппозицию идеологии, политике государственной власти — например, посредством публикации собственных текстов за границей, распространения «самиздата» и «тамиздата», подписания протестных писем, участия в несогласованных демонстрациях, изготовления и распространения оппозиционных листовок, организации несанкционированных органами власти выставок, концертов и т. п. Правозащитное движение — составная часть диссидентства, преследующая цель защиты прав человека в Советском Союзе. Мерами, при помощи которых реализовывалась эта цель, могли выступать фиксация нарушений в судебных процессах, составление «Хроники текущих событий», собирающей воедино информацию о нарушениях прав человека на территории СССР, выпуск журналов «Исход», «Белая книга исхода», раскрывающих нарушения права советских граждан на свободу передвижения, публикация в самиздате памяток о поведении при обыске, допросе и пр. В статье речь пойдет главным образом о диссидентах — тех, кто так или иначе публично заявлял о несогласии с официальной идеологией и политикой, а также проявлял его в действиях. Соответственно, в поле зрения попадают и правозащитники, которые, если так можно выразиться, были диссидентами с узкой специализацией.

Условные хронологические рамки диссидентства: конец 1960-х гг. (начало обозначили суд над А. Синявским и Ю. Даниэлем, процесс А. Гинзбурга, Ю. Галанскова, А. Добровольского, В. Лашковой, демонстрация на Красной площади против ввода советских войск в Чехословакию и создание «Хроники текущих событий») — конец 1980-х гг. (финал маркировали появление политики «гласности» и объявление амнистий для политзаключенных). По мнению участников диссидентского движения, последнее охватывало около 10 тыс. человек³, хотя, скорее всего, оно было масштабнее. Авторы сборника «Крамола. Инакомыслие в СССР при Хрущеве и Брежневе 1953–1982 гг. Рассекреченные документы Верховного суда и Прокуратуры СССР», ссылаясь на данные КГБ, утверждают, что количество людей, осужденных в 1957–1985 гг. за антисоветскую агитацию и пропаганду и за распространение заведомо ложных сведений, порочащих советский государственный и общественный строй, составило 8 124 человека [6]. Движение охватывало весь СССР, локализуясь преимущественно в крупных городах. Центрами диссидентского движения являлись в первую очередь Москва и Ленинград.

Советская государственная власть прилагала разнонаправленные усилия по подавлению диссидентского движения, и далеко не первое место в них занимали прямые репрессии вроде ареста, осуждения, заключения в тюрьму или отправки в лагерь. Во многом государственная власть старалась «профилактировать» потенциальных участников движения. «Профилактирование» означало как минимум проведение сотрудниками КГБ разъяснительных бесед с теми,

³ См. оценку участника движения П. Литвинова [9, 129].

кто обнаруживал инакомыслие, склонность к политическому протесту, пытался общаться с иностранцами и пр. Разъяснительная беседа завершалась вынесением под расписку официального предупреждения с разъяснением правовых последствий его неисполнения. КГБ содействовали комсомольские, партийные и профсоюзные организации посредством проведения собраний, осуждающих «антиобщественное поведение» объекта «профилактирования». Отдаленными последствиями «профилактирования» могли стать исключение из ВЛКСМ, КПСС, вуза, увольнение с работы. Цель «профилактирования», с одной стороны, заключалась в том, чтобы пресекать угрозами и запугиванием участие в оппозиционных государственной власти акциях, с другой — чтобы препятствовать радикализации инакомыслящих, которой определенно способствовали бы судебное преследование, заключение в тюрьму или лагерь. «Профилактирование» в качестве превентивной меры воздействия стало применяться с середины 1950-х гг., получило официальный статус после выступления Н. С. Хрущева на XXI съезде в 1959 г. и было окончательно легитимизировано секретным Указом Президиума Верховного Совета СССР от 25 декабря 1972 г. «О применении органами госбезопасности предостережения в качестве меры профилактического воздействия» [6]. Особенно широкого размаха «профилактирование» достигло тогда, когда председателем КГБ стал Ю. Андропов [9, 299]. Участник диссидентского движения В. Давыдов, попавший под воздействие «профилактирования» в середине 1970-х гг., свидетельствует о том, что оно неизменно сопровождалось так называемым «делом оперативной разработки» (ДОР). ДОР включал в себя сбор информации об объекте через допросы родственников, друзей, коллег, знакомых, соседей, слежку, прослушивание телефона, установку в жилье «жучков», тайные обыски, внедрение агентов в среду общения и, наконец, вызов на допросы самого объекта «профилактирования». Все это в сумме содействовало разрушению коммуникативных связей в среде, благоприятной для возникновения диссидентских моделей поведения, и устрашало потенциальных участников движения [Там же, 300–301].

Кроме того, помимо «профилактирования» государственная власть пыталась разными путями скрывать от жителей Советского Союза существование движения диссидентов либо всячески искажать информацию, находящуюся в открытом доступе. Соккрытие и искажение информации должно было выступать мощным средством воздействия на сознание людей, не имеющих доступа к альтернативным источникам информации, — именно в этом, на наш взгляд, состоит суть первого механизма социально-культурной маргинализации диссидентов, содержание которого мы раскроем ниже. Данный механизм условно обозначим как механизм *д е а к т у а л и з а ц и и*. С его помощью работники идеологического аппарата пытались скрыть факт существования диссидентства и, шире, инакомыслия в Советском Союзе. Способов проведения такой задачи в жизнь было несколько.

Во-первых, работа велась на уровне языка. Понятия «инакомыслящие», «диссиденты» и «правозащитники» хотя и фигурировали в официальной подцензурной литературе (стоит упомянуть пропагандистскую книгу Н. Яковлева

«ЦРУ против СССР»), но употреблялись исключительно вкупе с ироническими кавычками («так называемые “диссиденты”», «эти “диссиденты”») и снабжались незавидными характеристиками [5, 20]. Однако шире использовался другой прием, связанный с отрицанием актуальности для Советского Союза диссидентства как оппозиции власти. Подобный прием оказывался типичным для массовых изданий академического толка — разного рода словарей, справочников и т. п. В книге Н. Яковлева, по меньшей мере, не отрицалось присутствие инакомыслящих и диссидентов в Советском Союзе. Академические же издания описывали понятия «диссиденты», «инакомыслящие» с добавлением пометок «книжное», «устаревшее», тем самым либо давая их внеисторическое общее определение, либо помещая в исторический контекст ушедших эпох.

Процитируем несколько определений из словарей 1970-х гг. — времени наибольшей активности диссидентского движения.

1. Большая советская энциклопедия (1972, т. 8):

«**Диссиденты** (от лат. *dissidens* — несогласный) — в западноевропейских государствах в средние века все “отступники” от католицизма, которых церковь рассматривала как еретиков; со времени Реформации — верующие-христиане, которые не придерживаются господствующего в данной стране вероисповедания (католического или протестантского). Вопрос о гражданских правах диссидентов был особенно острым в 16–17 вв. в Англии (диссентеры) и Франции (гугеноты), в 17–18 вв. — в Польше» [3].

2. Словарь русского языка С. И. Ожегова (1978):

«**Диссидент** (книжн.) — лицо, отколовшееся от господствующего вероисповедания, вероотступник» [11, 153]; «**Инакомыслящий** (устар.) — имеющий несходный с чьим-нибудь образ мыслей» [Там же, 228].

3. Советский энциклопедический словарь (1979):

«**Диссиденты** (от лат. *dissidens* — несогласный) — в государствах, где государственной религией является католицизм или протестантизм, верующие христиане, не придерживающиеся господствующего вероисповедания. Перен. — инакомыслящие» [13, 401].

Во-вторых, подцензурными изданиями проводилась работа по подмене понятий, заключающаяся в уравнивании на смысловом уровне понятий «диссидент», «инакомыслящий», «правозащитник» с понятием «антисоветчик» [5; 8, 122], нагруженным негативными коннотациями в официальной культуре [11, 28]. Зачастую в подцензурных текстах понятия «диссидент», «инакомыслящий», «правозащитник» брались в кавычки и расшифровывались через понятие «антисоветчик». В свою очередь, понятие «антисоветчик» позиционировалось в одном смысловом ряду с понятиями «империалист», «западный агент» и «фашист» [8, 31], а деятельность правозащитного движения расценивалась как инспирированное Западом выражение идеологической борьбы между Советским Союзом и капиталистическими странами, враждебное советскому государству [10, 62]. Советская идеологическая пропаганда убеждала, что нет никакого политического инакомыслия, противостояния власти и стремления защитить права человека, а есть вдохновляемые и финансируемые западными капиталистическими

странами «матерые антисоветчики», ведущие вероломную борьбу со своей прекрасной социалистической Родиной.

В-третьих, деактуализация диссидентства и оппозиции государственной власти осуществлялась путем отрицания преследования по политическим мотивам и маскировке политических мотивов преследования. В начале 1960-х гг. диссидентов судили уголовным судом, расценивая их, таким образом, как уголовных преступников. Позже, когда возросло количество преследований по политическим мотивам, высшие партийные инстанции по представлению КГБ в сентябре 1966 г. одобрили текст Указа Верховного Совета РСФСР о дополнении Уголовного кодекса статьями 190–1 («Распространение заведомо ложных измышлений, порочащих советский государственный и общественный строй»), 190–2 («Надругательство над Государственным гербом или флагом»), 190–3 («Организация или активное участие в групповых действиях, нарушающих общественный порядок»). Эти статьи конкретизировали основные понятия 70-й статьи Уголовного кодекса РСФСР «Анτισоветская агитация и пропаганда» и относили их к числу особо опасных государственных преступлений. Это давало возможность объявлять преследуемых по политическим мотивам особо опасными преступниками и вуалировать причины их преследования [12, 159].

Приведем несколько примеров. Как известно, писателей А. Синявского, Ю. Даниэля судили уголовным судом формально по статье 70 Уголовного кодекса РСФСР «Анτισоветская агитация и пропаганда», а фактически за «антисоветский» настрой литературных произведений, публикацию или попытку публикации их за рубежом, т. е. квалифицировали политическое дело как уголовное [16, 490].

Аналогичен случай их «коллеги по цеху», уральского писателя П. Молокова, хотя судили его уже как «особо опасного государственного преступника». П. Молоков был журналистом и писателем, работал заведующим отделов писем в газетах небольших городов Свердловской области. В 1969–1973 гг., используя в качестве материалов письма читателей, написал повести «Первый ухаб», «Суд в Симонятах», «Осина горькая», где выражалась идея враждебности человеку советского общественного и государственного строя, говорилось о диктаторском характере советской власти, вторжении государства в интимные сферы человеческой жизни, отсутствии свободы в Советском Союзе. В 1970 г. П. Молоков попытался опубликовать повесть «Первый ухаб» в журнале «Урал», но получил вполне ожидаемый отказ. Годом позже в Москве он познакомился с грузинским поэтом Е. Пертая и через него передал рукопись повести корреспонденту американского журнала «Таймс» Д. Бонавиа для публикации за границей. Очевидно, что это обстоятельство стало известно «компетентным органам» и в итоге 18 марта 1974 г. в Свердловске судебная коллегия на открытом заседании рассмотрела дело по обвинению П. Молокова. В качестве одного из главных эпизодов по делу ему предъявляли попытку опубликования книги за границей. Писатель не признал свою вину и в соответствии со статьей 190–1 Уголовного кодекса РСФСР («Распространение заведомо ложных измышлений, порочащих советский государственный и общественный строй») был осужден на лишение свободы сроком

на два года и шесть месяцев с отбыванием в исправительно-трудовой колонии общего режима [12, 54–56].

Кроме квалификации политических дел как дел уголовных и «особо опасных государственных преступлений», активно применялась искусственная фабрикация дел на диссидентов, формально судимых за туеядство, а фактически за оппозиционную или правозащитную деятельность. Так, руководитель Христианского семинара А. Огородников был осужден за туеядство, предварительно для него организованное, хотя реальными причинами его преследования выступала социальная активность, шедшая вразрез с одобряемым властью поведением [Там же, 246].

Наконец, попытка приписать Московской Хельсинкской группе (МХГ) взрыв в московском метро, произошедший 8 января 1977 г., тоже обращает на себя внимание. Московская Хельсинкская группа сформировалась сравнительно незадолго до взрыва, в мае 1976 г. Чтобы дискредитировать деятельность группы и подменить ее правозащитное содержание на агрессивно-террористическое, пропагандистские издания начали муссировать слухи о том, будто взрыв устроили члены МХГ [2]. Соответственно, диссидентов-правозащитников пытались представить террористами, а не политическими оппозиционерами.

Следующий механизм социально-культурной маргинализации диссидентства можно назвать механизмом отчуждения от социальной среды. Его цель — создание негативного образа диссидентского движения, дискредитация нравственного облика и действий его сторонников. Кратко охарактеризуем выделяемые нами несколько способов создания негативного образа диссидентского движения.

Напомним, что понятие «диссидент» уравнивалось по смыслу с понятием «антисоветчик» в подцензурных пропагандистских текстах. Также диссидентов-правозащитников называли «отщепенцами» и «предателями Родины» [12, 192]. Уточним значения упомянутых номинаций для официальной советской культуры.

Согласно Словарю русского языка С. И. Ожегова (1978), «антисоветчина (презр.) — агитационная деятельность и средства пропаганды, враждебные Советскому Союзу, советской власти»; антисоветчик — «тот, кто занимается антисоветчиной, распространяет антисоветчину» [11, 28].

Словарь по научному коммунизму 1983 г. издания уточняет, что антисоветизм является одной из разновидностей антикоммунизма. Антикоммунизм же представляет собой «основное идейно-политическое оружие империализма в его борьбе против сил социализма, демократии и прогресса, против международного рабочего и коммунистического движения, против народов, отстаивающих свое национальное освобождение». Добавляется, что одной из гибких, завуалированных форм антикоммунизма выступает «защита “демократических ценностей” и “прав человека”» [10, 7–8]. В том же словаре защита прав человека названа частью идеологической борьбы стран Запада против СССР [Там же, 62].

К патриотизму и единству общества у советских идеологов имелось особое отношение. В патриотизме усматривалась «неотъемлемая черта морального облика советских людей» и «одно из величайших достижений страны». Быть советским

патриотом значило «всемерно укреплять активную оборону Советской Родины от агрессивных действий ее врагов, быть бдительным к их проискам» [17, 219], а в преданности своей стране (к которой приравнивалось государство) виделся критерий нравственных достоинств личности [Там же, 274].

Единомыслие социума (или, в соответствии с клишированной формулой начала 1980-х гг., «социально-политическое и идейное единство общества») расценивалось в качестве большого преимущества социализма перед капитализмом и «основы внутренней устойчивости, стабильности развития социализма» [10, 300].

Председатель КГБ Ю. Андропов по поводу диссидентов писал: «Инакомыслящие» становятся на путь подрыва советской власти, подрыва советского общественного строя, становятся на путь предательства, наносящего ущерб безопасности нашей страны» [12, 4].

Итак, диссиденты-правозащитники — в терминологии официальной культуры «антисоветчики», «западные агенты», «отщепенцы», «предатели Родины» — не соответствовали представлениям идеологов об образцовом советском патриоте. Мало того, они обвинялись в том, что, участвуя в идеологической борьбе на стороне врага, расшатывали основу внутренней устойчивости, приписываемой социализму, лишали страну преимуществ перед капитализмом, следовательно, вели себя по-вражески.

Ясно, что приравнивание диссидентов к внутренним врагам, отщепенцам, антипатриотам вело к дискредитации диссидентов перед разными слоями советского социума и в конечном счете — к их отчуждению от социальной среды.

Существовали и другие способы дискредитации диссидентов и диссидентского движения в целом в рамках механизма отчуждения диссидентов от социальной среды.

Дискредитация диссидентов происходила посредством объявления их психически больными, в чем советская государственная власть следовала давней отечественной традиции приравнивать политическое инакомыслие к психической болезни. Со времени своего возникновения советская власть применяла психиатрическую карательную медицину к «политически неблагонадежным», но особую роль карательная психиатрия приобрела в период затухания массовых репрессий после смерти И. Сталина. В начале 1960-х гг. укрепилась ее правовая база: новый Уголовный кодекс РСФСР 1961 г. предусматривал статьей 58 применение принудительных медицинских мер к лицам, «совершившим общественно опасные деяния в состоянии невменяемости или совершившим такие деяния в состоянии вменяемости, но заболевшим до вынесения приговора или во время отбывания наказания душевной болезнью», т. е. «помещение в психиатрическую больницу с обычным, усиленным или строгим наблюдением» [15]. К концу 1960-х гг. упрочилось и материальное основание карательной медицины — была создана сеть специальных ведомственных, подчиненных МВД и КГБ, психиатрических лечебниц. Завершала создание прочной базы для психиатрических репрессий разработка «научной основы» — появляется печально известная концепция «вылотекущей шизофрении» академика-психиатра А. Снежневского, позволяющая

объявить психически больным практически любого человека, политические взгляды и социальная активность которого были неуютны власти. Некоторые советские психиатры — профессора Института психиатрии имени Сербского — утверждали, будто борьба за правду и справедливость служит признаком «паранойальной структуры личности»; инакомыслие ими выводилось из болезни мозга и развития патологического процесса [12, 141].

Объявление диссидентов психически больными выполняло, помимо их дискредитации, еще несколько весомых задач. Во-первых, достигалось фиктивное уменьшение количества политических процессов (дела объявленных психически больными не разбирались в суде). Во-вторых, для направленных на лечение в специальные психиатрические больницы МВД не предусматривалось фиксированного срока: «больных» держали там неограниченное время, до «излечения», что эффективно и надолго выводило их из диссидентского движения и социальной жизни в целом. Это позволяло задействовать по отношению к направленным на принудительное лечение другой механизм социально-культурной маргинализации — механизм вытеснения из социальной среды, о содержании которого речь у нас пойдет ниже. В-третьих, принудительное лечение разрушало здоровье репрессированных, делая проблематичным не только возвращение к протестной деятельности, но и к полноценной жизни в целом⁴.

Дискредитация диссидентов перед разными слоями советского социума реализовывалась также посредством принуждения к демонстративному публичному раскаянию в своей протестной деятельности и выдаче единомышленников. Государственная власть высоко ценила подобные ситуации, стремилась к их созданию и максимально широкой огласке такого рода эпизодов. Иллюстрацией могут послужить несколько случаев: знаменитое дело П. Якира и В. Красина, завершившееся выдачей ими более 200 участников правозащитного движения, разгромом «Хроники текущих событий» и показательным покаянием на пресс-конференции с участием иностранных журналистов, избранные фрагменты которой показало советское телевидение [2, 34–35]. Помимо того, имело место не столь знаменитое, но все же резонансное дело профессора Московского авиационного института А. Болонкина, при аресте в 1973 г. выдавшего единомышленников-диссидентов, членов подпольной организации «Просветительское общество», и тайник с адресами членов общества, а в 1982 г. всенародно «покаявшегося». Этим А. Болонкин скомпрометировал диссидентское движение в целом и нанес ему большой моральный урон [12, 135–136]. Наряду с этим достойны упоминания спровоцированные давлением демонстративное «раскаяние» учредителя Грузинской Хельсинкской группы З. Гамсахурдия и священнослужителя Д. Дудко в 1979–1980 гг. [18].

Дискредитация диссидентского движения осуществлялась и путем демонстрации срежиссированного «общенародного осуждения» инакомыслящих — публикуемых прессой так называемых «писем трудящихся» и негативно-осуждающих отзывов авторитетных деятелей советской официальной культуры. К примеру, в случае с процессом над А. Синявским и Ю. Даниэлем состоялась публикация

⁴ См. воспоминания В. Давыдова, подвергнутого психиатрическим репрессиям [9, 314].

гневных писем «простых советских людей», осуждающих преследуемых писателей, прессой тиражировалось выступление М. Шолохова, сожалеющего относительно недостаточно жесткого приговора для шельмуемых писателей [16, 28–29, 495–496, 500–502]. Кроме того, «письма трудящихся» публиковались в ходе кампаний против А. Сахарова и А. Солженицына, других крупных фигур диссидентского движения, даже против уральских рок-музыкантов, осуждаемых за приверженность к западной музыке и явное несоответствие государственной идеологической политике в сфере культуры [12, 79]. Посредством срежиссированных кампаний «всенародного гнева» создавалась иллюзия полномасштабного социального осуждения диссидентов, отсутствия у них каких бы то ни было сторонников, что, разумеется, не могло не влиять на мнение людей, лишенных доступа к информации, не проходящей сквозь фильтр идеологии.

В общем ряду способов дискредитации диссидентского движения назовем упомянутую нами ранее меру, применяемую к диссидентам, — осуждение за тунеядство. В условиях информационного вакуума объявление диссидентов тунеядцами без пояснения подлинных причин отсутствия официального трудоустройства, которые часто заключались в принудительном увольнении и отказе в приеме на новое место работы, оказывало, вероятно, негативное воздействие на восприятие диссидентов.

Третий механизм социально-культурной маргинализации диссидентского движения, относящийся уже не к работе аппарата идеологии, а скорее к работе «компетентных органов», — механизм вытеснения диссидентов из социально-культурной среды. Тот, кто дерзнул открыто выказать несогласие с политикой и идеологией советского государства, ставил под угрозу благополучие своей жизни. В более мягком варианте его ждали помехи в получении образования, т. е. исключение из учебного заведения и препона для карьерного роста. В промежуточном, среднем по жесткости варианте могли быть исключение из комсомола, партии, лишение прописки, увольнение с работы, невозможность заниматься профессиональной деятельностью, кампании травли в прессе, принуждение к эмиграции из СССР, вымарывание из анналов культуры личных достижений («зачистка» упоминаний покинувших Советский Союз писателей, композиторов, танцоров, музыкальных исполнителей). В наиболее трагичных случаях человека лишали средств к существованию, не беря ни на какую работу, арестовывали, помещали в тюрьму, лагерь или специальную психиатрическую лечебницу. Все это приводило к исключению из общества участников диссидентского движения, их социальной и культурной деградации, пресекало влияние их взглядов и жизненной позиции на ближайшее окружение, что сужало и без того не слишком большие возможности диссидентов по воздействию на советский социум.

Если обобщить перечисленные механизмы социально-культурной маргинализации диссидентства в Советском Союзе — механизмы деактуализации движения, отчуждения от общества и вытеснения его участников из социальной среды, — становится ясно, что государственная власть посредством разнонаправленных мер пыталась нивелировать диссидентство, отрицая его существование

как движения, представляя в искаженном виде цели, действия, нравственный облик участников, создавая негативный образ диссидентства посредством демонстрации фиктивного «общественного мнения», наконец, репрессивными мерами маргинализируя и отлучая от социальной среды диссидентов, зачищая их следы в отечественной культуре.

Вместе с тем возникает вопрос: была ли эффективной деятельность по маргинализации диссидентского движения? Этот вопрос тесно коррелирует с вопросом о влиянии диссидентов на разные прослойки советского общества. Свидетельства современников противоречивы: одни, как П. Вайль и А. Генис, уверены в высокой степени влияния движения протеста, большой популярности лидеров диссидентского движения [4, 180–182] и считают эффективность усилий государства низкой. Другие исследователи говорят о слабой связи диссидентства с основной массой советских людей, отсутствии общественной поддержки этого движения [19, 219–221]. В частности, исследователь А. Юрчак в известной своей монографии «Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение» касается и темы диссидентства. Он рассматривает ее в аспекте отношения к диссидентам тех, кто родился между серединой 1950-х гг. и началом 1970-х гг., делая несколько замечаний, плодотворных для выяснения вопроса о влиянии диссидентов на советское общество. Кроме того, замечания А. Юрчака опосредованно позволяют судить о том, насколько успешными оказались усилия государства по социально-культурной маргинализации движения. Во-первых, по мнению исследователя, представители последнего советского поколения (вплоть до «перестройки») ничего не знали о диссидентах или знали очень мало. Диссиденты представлялись тем, кто не сталкивался с ними непосредственно, чем-то вроде абстракции, а вероятность свести знакомство с реальным диссидентом была очень мала [Там же, 219, 221]. Во-вторых, представители последнего советского поколения не питали к диссидентам выраженного интереса, воспринимали их как нечто не стоящее внимания [Там же, 220]. В-третьих, не наблюдалось сочувствия к диссидентам и у знакомых с ними, например, по работе. Напротив, в диссидентах видели источник неприятностей. А. Юрчак приводит конкретный пример реакции сотрудника ленинградского издательства на поведение диссидентствующего коллеги, который отказался по моральным соображениям платить комсомольские взносы: «Большинству из нас он не нравился. То, что он делал, казалось не только глупым, но и бесполезным. Но главное: это могло создать проблемы для других людей, работавших с ним» [Там же, 221]. Такие проступки, поясняет А. Юрчак, могли повлечь за собой выговор комсorghу отдела, в котором работал диссидентствующий комсомолец, созыв собрания и обсуждение его поведения, и даже процедуру исключения из комсомола. (От себя добавим, что коллеги по работе могли, кроме перечисленного, попасть под «профилактирование» и подвергнуться допросу в КГБ.) Наконец, диссиденты подозревались в ненормальности — моральных или даже психических отклонениях [Там же, 222].

Но, возможно, подобное восприятие было присуще лишь одной ограниченной в размерах возрастной группе? Думаем, что это не так. Косвенным свидетелем успехов государственной власти по социально-культурной маргинализации

диссидентов являются советские анекдоты, в силу жанровой и общекультурной специфики играющие роль показателя общественного мнения. Анекдот, подобно любому фольклорному произведению, лишен авторства, анонимен, вариативен, т. е. подвержен изменениям, которые вольны вносить на свое усмотрение его рассказчики. Автор анекдота, по сути, коллективен, поэтому в совокупности анекдотов предстает не индивидуальная картина мира, а видение жизни, свойственное конкретной общественной прослойке (определим ее предельно общим образом как городское население), включающей в себя разные субкультуры, разные возрастные и профессиональные группы. Особенность бытования анекдота заключается в том, что он в процессе распространения проходит через своеобразный «естественный отбор», т. е. отсеивание неудачных текстов. Факт сохранения отдельно взятого анекдота может означать, что предлагаемая им точка зрения нашла поддержку среди людей. Примечательно, что анекдотов с упоминанием диссидентов мало (7 текстов в глобальном, насчитывающем более 1000 страниц собрании анекдотов М. Мельниченко «Советский анекдот. Указатель сюжетов»; 4 текста в сборнике «1001 избранный советский политический анекдот» Ю. Телесина; 2 текста у А. Юрчака в книге «Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение»). Данное обстоятельство обнаруживает отсутствие социального интереса к теме. Что касается образа диссидента в анекдотах, то он представлен в двух вариациях — оценочно-нейтральной, фиксирующей репрессии по отношению к диссидентам, без наделения их какими-либо характеристиками⁵, и оценочно нагруженной, определенным образом характеризующей диссидентов. В последнем случае образ диссидента дан в двух негативных проявлениях: в виде активиста — защитника прав человека, который своими действиями только ухудшает положение подопечных⁶, и психически больного, параноидально усматривающего вокруг следы присутствия государственной власти⁷. Особо заметим, что во втором случае анекдот солидаризируется с государственной властью, выдававшей диссидентов за психически больных людей. Это свидетельствует об инфигированности общественного мнения идеями государственной пропаганды.

Изложенное выше не позволяет сделать вывод, что воспринимаемые таким образом диссиденты оказывали сколько-нибудь заметное влияние на умы и поведение людей. Наша позиция заключается в том, что влияние диссидентского движения на советское общество следует признать скорее слабым, а деятельность государства по социально-культурной маргинализации движения диссидентов успешной.

⁵ Например, следующий анекдот: «А/р “На какие категории подразделяются советские диссиденты?” — “На сидентов, досидентов, отсидентов, пересидентов, ожидантов и вновьсидентов”» [7, 413].

⁶ «Грешники в аду стоят в дерьме по горло. Туда швырнули новенького — диссидента. Он завозмутился, замахал руками, стал качать права человека. К нему повернулась страшная рожа соседа, который сказал: “Не гони волну, падла!”» [14].

⁷ «Диссидент выходит из дома. На улице идет дождь. Посмотрев в небо, он восклицает с негодованием: “Что хотят, то и делают!”. На следующий день диссидент выходит из дома, а на улице светит солнце. Он снова смотрит в небо и с негодованием восклицает: “Вот на это у них денег хватает!”» [19, 548].

1. *Алексеева Л. М.* История инакомыслия в СССР. Новейший период. Вильнюс ; Москва, 1992 [Электронный ресурс]. URL: http://www.libros.am/book/read/id/112089/slug/istoriya-inakomyслиya-v-sssr#ТОС_idp2461696 (дата обращения: 02.05.2017).
2. *Безбородов А. Б., Мейер М. М., Пивовар Е. И.* Материалы по истории диссидентского и правозащитного движения в СССР 50-х – 80-х гг. М., 1994.
3. Большая советская энциклопедия. М., 1972. Т. 8 [Электронный ресурс]. URL: <http://bse.slovaronline.com/Д/ДИ/11893-DISSIDENTY> (дата обращения: 02.05.2017).
4. *Вайль П., Генис А.* 60-е. Мир советского человека. М., 2001.
5. Из совершенно секретной записки Ю. В. Андропова и Р. А. Руденко в ЦК КПСС о мерах по пресечению деятельности диссидентов. 20 января 1977 г. [Электронный ресурс] // Книга для учителя: История политических репрессий и сопротивления несвободе в СССР. М., 2002. URL: http://www.nnre.ru/istorija/kniga_dlja_uchitelja_istorija_politicheskikh_repressii_i_soprotivlenija_nesvobode_v_ssr/p1.php#metkadoc68 (дата обращения: 02.05.2017).
6. Крамола: Инакомыслие в СССР при Хрущеве и Брежнев 1953–1982 гг. : рассекреч. док. Верховного суда и Прокуратуры СССР / под ред. В. А. Козлова, С. В. Мироненко. М., 2005 [Электронный ресурс] URL: <http://profilib.com/chtenie/121600/kollektiv-avtorov-kramola-inakomyслиe-v-sssr-pri-khruscheve-i-brezhneve-5.php> (дата обращения: 02.05.2017).
7. *Мельниченко М.* Советский анекдот : указатель сюжетов. М., 2014.
8. *Мокиенко В. М.* Толковый словарь языка Совдепии : ок. 10 000 слов и выражений. 2-е изд., испр. и доп. М., 2005.
9. *Морев Г.* Диссиденты. М., 2017.
10. Научный коммунизм : словарь / под ред. А. М. Румянцева. 4-е изд., доп. М., 1983.
11. *Ожегов С. И.* Словарь русского языка : около 57 000 слов. 12-е изд., стереотип. / под ред. д-ра филолог. наук проф. Н. Ю. Шведовой. М., 1978.
12. *Прищеп А. И.* Инакомыслие на Урале (сер. 1940-х – сер. 1980-х гг.). Сургут, 1998.
13. Советский энциклопедический словарь / гл. ред. С. М. Ковалев. М., 1979.
14. *Телсин Ю.* 1001 избранный советский политический анекдот. Нью-Йорк, 1986. URL: <http://lib.ru/ANEKDOTY/anec1001.txt> (дата обращения: 02.05.2017).
15. Уголовный кодекс РСФСР : утв. ВС РСФСР 27.10.1960 [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_2950/d633447bac250dbfb90c1c0516b97998924419f4/ (дата обращения: 02.05.2017).
16. Цена метафоры, или Преступление и наказание Синявского и Даниэля / сост. Е. М. Велликанова. М., 1989.
17. *Шишкин А.* Основы коммунистической морали. М., 1955.
18. *Шубин А. В.* Диссиденты, неформалы и свобода в СССР. М., 2008 [Электронный ресурс]. URL: http://www.e-reading.by/bookreader.php/1018132/Shubin_-_Dissidenty,_neformaly_i_svoboda_v_SSSR.html (дата обращения: 02.05.2017).
19. *Юрчак А.* Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение. М., 2014.
20. *Яковлев Н. Н.* ЦРУ против СССР. М., 1983 [Электронный ресурс]. URL: <http://lib.ru/POLITOLOG/yakowlewnn.txt> (дата обращения: 02.05.2017).

Статья поступила в редакцию 02.05.2017 г.

УСПЕШНОСТЬ КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО МАССОВОГО ОБЩЕСТВА И ПРОЯВЛЕНИЕ НОВОГО УРОВНЯ СТАНДАРТИЗАЦИИ КУЛЬТУРНЫХ ОБРАЗЦОВ

В статье на основе использования методов аксиологического познания феноменов культуры рассматривается успешность как продукт социокультурного контекста и как специфическое проявление ценностного отношения человека к миру. Делается вывод о том, что успешность является отражением ценностной социокультурной трансформации, сведением разнообразия и сложности ценностно-смысловых и социально-психологических установок личности к некоей упрощенной стандартизированной ценности, что представляет собой характерную черту современной культуры.

Ключевые слова: успешность; культура; массовое общество; потребление; стандартизированная ценность; культурный образец.

Исследование проблемы успеха и успешности является важной составляющей проблемы человека в европейской гуманитарной мысли. Ее природу исследовали Р. Декарт, М. Хайдеггер, К. Г. Юнг, Г. В. Гегель, Х.-Г. Гадамер, Ю. Хабермас, Л. Витгенштейн, Г. Олпорт, П. Рикер и др. Освальд Шпенглер, характеризуя фаустовский тип души культуры, своеобразии европейского мироощущения, его деятельностную основу, отмечал, что «...взору фаустовского человека весь мир предстает как совокупное движение к некоей цели. <...> Жить значит для него бороться, преодолевать, добиваться» (8, 578, 526).

Понятия «успех» и «успешность» являются типичными и для американской традиции. К числу авторов, которые обращались к этой проблеме, можно отнести Р. М. Хубера, В. Галстона, А. В. Грисволда и др. [9–11].

Феномен успешности стал актуальным для России в связи с развитием рыночных отношений и влиянием западных ценностных ориентиров и начал осмысляться вначале в прикладном, а позже и в теоретическом плане. Культурологический и философский аспекты проблемы успеха исследовали в своих работах Ю. М. Бородай, П. П. Гайденок, Ю. Н. Давыдов, Б. С. Ерасов, Г. П. Щедровицкий, М. К. Мамардашвили, Г. Л. Тульчинский, этой теме посвящены диссертационные исследования О.И. Ефремовой («Успех как социокультурный феномен», 1993), О. В. Михайловой («Образование “человека успешного”: социокультурный анализ», 2009) и др.

При этом если понятие «успех» имеет довольно определенный смысл, а именно «положительный результат деятельности субъекта по достижении значимых для него целей», то понятие «успешность» такой определенности не имеет.

КУЗЬМЕНКО Елена Олеговна — кандидат филологических наук, доцент кафедры «Управление и туризм» Смоленского института экономики — филиала Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики (e-mail: eokuzmenko@mail.ru).

В современных отечественных исследованиях подчеркивается широта и многогранность этого понятия. Успешность понимается как ресурс (активность), результат (материальная обеспеченность, общественное положение), рассматривается как базовая потребность человека, как стимул поступков, мотив поведения, цель, оценка и самооценка деятельности, сближается с понятиями «самоудовлетворенность», «личностный рост», «самоактуализация», «профессиональная компетентность», «самореализация», «система регуляции социального поведения» и т. п. Такой диапазон интерпретаций сам по себе представляет научный интерес. Очевидно, что на экзистенциальном уровне восприятие успешности индивидуально и субъективно, однако и составляющие социальной успешности человека едва ли могут быть сведены к единым интегральным оценкам, одинаково адекватным в отношении разных людей [6, 117].

Мы ставим перед собой цель — рассмотреть успешность как продукт социокультурного контекста и как специфическое проявление ценностного отношения человека к миру, используя методы аксиологического познания феноменов культуры.

Ценностное отношение предполагает оценивание на основе сравнения как специфического мыслительного акта, т. е. сопоставление с некоторым эталонным представлением, идеалом, образцом. Образец заключает в себе момент целеполагающего программирования, «пусковой механизм» целенаправленных действий человека, ориентир его жизнедеятельности. С точки зрения аксиологического познания феноменов культуры успешность является разновидностью культурных образцов, культурных стандартов, обладает символической структурой, заключает в себе набор смыслов и служит ценностным ориентиром и критерием оценки. Аксиология успешности включает в зону внимания все стороны жизнедеятельности человека.

Социокультурная модернизация, связанная с динамикой технологической революции, отражает наметившиеся кардинальные изменения в социокультурной стратификации сообществ, новые возможности тиражирования и трансляции культуры, новые формы социализации и инкультурации личности. Углубление специализированности всякой профессиональной деятельности приводит к тому, что общество все в большей степени испытывает потребность в системе средств «перевода» информации с языка высокоспециализированных областей культуры на общедоступный язык. Процесс упрощения сложных интеллектуальных проблем и сведение их к простым смыслам является характерной особенностью современного общества и массовой культуры. В этих условиях актуализируется стандартизация социокультурных установок, потребностей, интересов, управление потребителем спросом на услуги, товары, идеи, т. е. структура бытия задается как набор стандартных ситуаций, ценностей, критериев престижности и успешности, что в совокупности обуславливает трансформацию национальной культуры в транснациональную.

Основными критериями оценки успешности личности в рамках обыденного восприятия чаще всего выступают какие-либо внешние показатели, которые в контексте рыночных отношений связаны с социально-экономическим аспектом.

С одной стороны, как отмечают исследователи, это связано с тем, что внешние показатели являются объективно более доступными для людей, поскольку упрощают процесс отнесения конкретного человека к определенной группе, не вдаваясь в процесс социального и психологического анализа. С другой стороны, общество с рыночной экономикой через массовую культуру формирует стандарты и стереотипы, внедряет оценочные критерии, связанные со способностью или неспособностью удовлетворять материальные потребности.

Давая характеристику современному обществу, исследователи часто используют эпитет «общество потребления», подчеркивая, что в основе нашей цивилизации лежит удовлетворение малоосмысленных, но постоянно растущих потребностей, которые складываются под непосредственным влиянием современного производства и при этом стимулируются социальными, культурными, психологическими средствами [3, 63]. Как отмечал Жан Бодрийяр, общество потребления — это общество, в котором потребление сделалось главным содержанием общественной жизни, оттеснив на второй план производство и накопление. И это уже не просто потребление как материальная практика, а его иная форма — потребительство, которое не сводится к удовлетворению потребностей, а выражает отношение человека к вещам, идеям, другим людям, к миру в целом [1].

Социокультурные трансформации порождают новые возможности и инструментарий социализации личности. Сегодня, как отмечают многие исследователи, утверждается тип социализации, присущий обществу массового потребления, т. е. социализация граждан начинает все в большей степени реализовываться через культуру потребления [5, 18].

Машина, мебель, украшения, одежда становятся знаками личного успеха, конкретный товар — «имиджевой вещью», символом стиля жизни, эталоном жизненной состоятельности, самоутверждения и самореализации, возможностью приобщиться к той или иной социальной группе, передать окружающим информацию о реальном или желаемом статусе его обладателя. Потребление становится индикатором социальной стратификации. Происходит замена функциональной сущности вещи — знаковой или, иначе говоря, виртуализация реальности через потребление.

Хотя все отмеченные характеристики ценностных сдвигов относятся преимущественно к западным странам, уже достигшим постиндустриальной стадии, однако и у нас в стране мы наблюдаем весь «набор» отмеченных изменений и социальных стереотипов, которые легко заняли лакуну, образовавшуюся после разрушения советской идеологии.

Новые культурные образцы задают стандартную схему для развития, самореализации личности, и несоответствие ей «отторгает» человека в разряд неуспешных. Успешность заменяет в массовом сознании все добродетели.

Общество требует от человека соответствия этим ожиданиям. Массовое общество провозгласило эру «казаться, а не быть». Реальная жизнь редуцирована к самопрезентации, в том числе в социальных сетях, где люди с упоением создают свой образ успешности, и здесь главное — не сама жизнь, а создание образа жизни в товарной упаковке, своеобразная пластическая операция личности сообразно

общепринятому стандарту, формирование собственной востребованности, спроса на себя в социальных отношениях и личной жизни.

Массовая культура мифологизирует реальную действительность, лишая ее статуса реальности посредством монтажа, обработки, произвольной смонтированности образов и фактов, игры смыслами. Все подается в формате «зрелище — потребитель». У реципиента формируется стороннее отношение к реальным событиям и лицам — это отношение любопытствующего наблюдателя. Технологии отчуждения, перенося внимание на форму, обыгрывая ее в плане зрелищности, декорированности, уводят от содержания, не оставляя места для глубокого осмысления.

Массовое перемещение людей в альтернативную медийную социальность приводит к тому, что виртуальные реалии — образы, контакты, роли, функции, а также маркеры успешности — становятся более значимыми, чем реальные. С другой стороны, многие люди в погоне за внешними атрибутами успешности идут на любые жертвы, теряя финансовую и личную независимость, здоровье и душевный покой.

Несмотря на то, что в современном обществе регулирование сознания преимущественно принадлежит потреблению, а не созиданию, феномен творческой личности, причем знаменитой, превращается в тренд и является эталоном жизненной состоятельности и успеха. Причем, с одной стороны, человек действительно незаурядный, являющийся образцом, идеалом, обладает способностями и талантами, упорством и настойчивостью в достижении цели, творческой активностью, ему присущи самоконтроль и самодисциплина, стремление к самосовершенствованию и самореализации, с другой стороны, медийная среда мифологизирует его образ, представляя в ореоле некой условной сказочности. Совершенно очевидно, что людям, действительно добившимся крупного успеха, свойственна не только целеустремленность, но и большое трудолюбие, однако восприятие их именно в минуты триумфов, признаний создает устойчивую иллюзию легкости труда. Зрелищность, софиты, интервью воспринимаются в массовом сознании как повседневная и феерическая праздничность. Поэтому, как это ни парадоксально, очень часто успешность в массовом сознании связывается не с самоотверженным трудом, а с «красивой жизнью», особенно если учесть, что знаменитости в медийной среде часто вообще не занимаются какой-либо деятельностью и не имеют особых талантов. Их медийный образ может, например, содаться на основе связи с каким-то известным лицом (дочь крупного бизнесмена, подруга знаменитого футболиста), публичности в совокупности с применением маркетинговой технологии [7, 36–37].

Парадоксально то, что в основе стремления к успешности лежит стремление самореализоваться, выделиться из общей массы, избежать нивелирования, выйти из узких рамок стандартизированной жизни, но выражается это в формах сведения уникального, культурно значимого к обыденно-общедоступному, к готовому персонифицированному рецепту успеха, простому и понятному всем. Причем наблюдается упрощение не только смыслов, но и путей достижения цели, чему способствует легкость, с которой «имиджевую вещь» можно купить за деньги и в итоге приобщиться к кругу успешных и избранных.

Экономист и социолог Т. Веблен рассматривает капиталистическую культуру через призму конкуренции денег и показного потребления. Он доказывает, что вкус, мода и в целом культура начинают определяться деньгами [2, 218]. Деньги при этом можно потратить и на материальное и на духовное, т. е. они не только выступают универсальным посредником между двумя формами культуры, но как бы уравнивают материальное и духовное, порождая у многих людей иллюзию того, что все покупается и все продается. Все начинает просчитываться с точки зрения экономической эффективности. Такие нематериальные реалии, как человеческие качества и личностные достижения, превращаясь в маркер успешности, через отработку функций приобщения, подражания, тиражирования начинают оцениваться по законам рыночной экономики, с точки зрения экономических критериев.

Таким образом, с точки зрения ценностей массовой культуры «успешность» является парадоксальным сведением разнообразия и сложности ценностно-смысловых и социально-психологических установок личности к некоей упрощенной стандартизированной ценности. При этом необходимо отметить наличие и иных векторов конструирования успешности. В связи с этим представляется весьма продуктивной концепция О. В. Михайловой, в которой акцент переносится с внешних показателей на экзистенциальное содержание успешности как наиболее полного саморазворачивания личности [4]. Причем автор справедливо отмечает, что успешность как социокультурная категория возможна лишь в русле определенных социальных ориентиров, заданных обществом характеристик. В контексте логики данного исследования можно дать определение успешности как наиболее полного саморазвития и самореализации личности, стремящейся к социальному утверждению своего жизненного проекта и его социальной значимости.

В заключение отметим, что успешность как феномен связана с интенсификацией всех сторон социальной жизни, она выступает транслятором ролевого поведения, функционально востребованного социумом, демонстрирует новый уровень стандартизации культурных образцов и является отражением ценностных трансформаций, характерных для современного общества и современной культуры.

1. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления : [Royallib : электрон. б-ка]. URL: http://royallib.com/book/bodriyyar_gan/obshchestvo_potrebleniya.html (дата обращения: 20.03.2017).

2. *Васильева И. А.* Деньги как предмет исследования философии культуры // Вестн. науки Сибири. 2012. № 3 (4). С. 216–220.

3. *Кузьменко Е. О.* Консьюмеризм как специфический способ социализации // Культура, искусство, образование: проблемы и перспективы развития : материалы науч.-практ. конф. с междунар. участием. Смоленск, 2013. С. 63–66.

4. *Михайлова О. В.* Образование «человека успешного»: социокультурный анализ : дис. ... канд. филос. наук. Томск, 2009. 123 с.

5. *Николаев М. С.* Метаморфозы социализации в обществе потребления // Вестн. Казан. гос. ун-та культуры и искусств. 2011. № 3. С. 17–21.

6. *Толочек В. А.* Социальная успешность человека: внесубъектные и интересубъектные ресурсы // Изв. Саратов. ун-та. 2015. Т. 4, вып. 2 (14). С. 115–123.

7. *Тульчинский Г. Л.* Личность как автопроект и бренд: некоторые последствия // Филос. науки. 2009. № 9. С. 30–50.
8. *Шпенглер О.* Закат Европы. М., 1993. Т. 1.
9. *Galston W.* Public morality and religion liberal state // PS. 1986. Vol. 15, № 5. P. 810–812.
10. *Griswold A. W.* New thought: A cult of success // The American journal of sociology. Vol. 40, № 3. P. 309–318.
11. *Huber R. M.* The American idea of Success. N. Y., 1987. P. 563.

Статья поступила в редакцию 22.06.2017 г.

УДК 316.334.56 + 008

А. В. Сурков

ДИНАМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ВОСПРИЯТИЯ МЕГАПОЛИСА В КОНТЕКСТЕ ГОРОДСКИХ КУЛЬТУРНЫХ ПРОЦЕССОВ*

Статья посвящена разработке и визуализации модели восприятия образа города как единства объективного и духовно-психологического начал. Образ города рассматривается как элемент и фактор городских культурных процессов. Научная фиксация динамических компонентов образа города стала возможной благодаря появлению новых методов анализа с привлечением технологии big data, делающих возможным перевод данных о качественных характеристиках образа города в количественные показатели. Визуализация динамической модели восприятия становится эффективным инструментом мониторинга, позволяет прогнозировать изменения, формировать и корректировать культурные процессы.

К л ю ч е в ы е с л о в а: город; городская среда; динамическая модель; культура города; модель восприятия образа города; образ города.

В современном информационном обществе образ мегаполисов, за редким исключением, представляется стихийно сложившимся набором графических констант, идеологически окрашенных культурных кодов и неотрефлексированного повседневного опыта горожан. При этом город наполнен людьми, вещами, архитектурными объектами, у каждого из которых, помимо объема, есть собственный ритм жизни, собственное временное измерение. При учете различных темпоральностей элементов города возникает политическая, социокультурная и экологическая необходимость в регулировании образа городской среды. По мнению ряда исследователей, регулирование образа является основой в дизайн-проектах по брендингу территорий и городов, поиске региональной идентичности и других видах деятельности, повышающей узнаваемость и инвестиционную привлекательность региона [4, 93; 16, 1].

* Работа выполнена при финансовой поддержке РФНФ, проект 17-22-07001.

СУРКОВ Артем Владимирович — заведующий учебной лабораторией Высшей школы экономики и менеджмента, аспирант кафедры культурологии и социально-культурной деятельности Уральского федерального университета (e-mail: mарт2004@mail.ru).

Предметом исследования является процесс восприятия города человеком. Междисциплинарный анализ восприятия городского пространства ранее представлен в работах Н. Буррио [3], Т. Быстровой [4], К. Линча [12], С. Маккуайра [14], Л. Мановича [15]. С точки зрения выбора методологии моделирования наиболее значимы тезисы Б. Глинского [7], Р. Ингардена [9]. Критически и в целом положительно оценивая опыт предшественников [11, 19], мы полагаем, что необходимо объединить несколько методологических подходов при изучении продуктов и процессов города и отказаться от доминирующего положения семиотики в их интерпретации. Актуальность и новизна работы обусловлена синтезом методологий *моделирования процессов восприятия* и *анализа повседневности*.

В 1950-х гг. известный американский архитектор-семиотик К. Линч провел исследование, ставшее основой книги «Образ города» [12]. Его ключевой задачей являлось получение структурированного представления образов трех американских индустриальных городов и доказательство того, что восприятие образа города — основной фактор в процессе формирования пространства для жизни. Методика К. Линча предполагала анализ интервью (кабинетных и сделанных во время прогулок по определенным маршрутам) и нарисованных респондентами планов города [Там же, 113–115]. Оценивая опыт семиотической методологии К. Линча, отметим, что анализ современного городского культурного пространства подобными средствами, по сравнению с серединой XX в., затруднителен — резко возросло количество знаковых систем: наружной рекламы, архитектурных форм, автотранспорта и носимых портативных устройств.

Разработкой методологии анализа массивов культурных данных сегодня занимается Л. Манович, применяющий big data при анализе изображений, в частности, исследование образов городов в социальной сети Instagram [25]. Точка пересечения работ К. Линча и Л. Мановича — это рассмотрение проблемы восприятия пространства города через неявно представленный *дискурс повседневности*. Потребность в конструировании социальности через анализ культурных практик и повседневности не теряет актуальности начиная с 1980-х гг. За социологией культуры и cultural studies методология гуманитарных наук перенимает инструментарий математики, физики и кибернетики. Тяготеющий к поиску адекватной и гибкой методологии исследования культуры П. Бурдьё отмечает: «Встреча двух дисциплин — это встреча двух личных историй, а следовательно, двух разных культур; каждая расшифровывает то, что говорит другая, исходя из собственного кода, из собственной культуры» [2, 156]. Такой методологией могут быть не только методы гуманитарного знания. Вслед за естественными науками в гуманитарных науках распространение получает метод *моделирования*. Ю. М. Лотман, подчеркивая когнитивный потенциал метода, утверждает, что «познать объект — значит смоделировать его» [13]. Основной задачей подхода становится обеспечение условий для возникновения *нового, в частности, эвристического знания* за счет выявления в модели определенных черт.

Именно поэтому в статье уделяется особое внимание методологии, и основными методами исследования выбраны *моделирование процессов восприятия* и *анализ повседневности* как дискурсивного пространства. На первый взгляд эти

методы исключают друг друга. Однако дискурс повседневности хотя и позволяет приблизиться к видению целостного индивидуализированного образа города, может дать избыток эмпирического материала в условиях распространения массовой фотографии. Объемы информации необходимо упорядочить подобно тому, как это делал в свое время К. Линч: выделяя основные структурные единицы любого города, он заполнял их в дальнейшем конкретными визуальными данными. Поэтому для построения точной и эффективной модели восприятия городской среды оправданно использовать обе методологии одновременно. Цель данной статьи — *выделить целесообразность и преимущества визуализации четырехмерной модели восприятия образа города как объекта культурного и социального значения*. Потенциал метода для специалистов различных направлений видится в расширении исследовательского, культурного и экономического инструментария.

Моделирование — исследование объектов познания на их моделях; построение и изучение моделей реально существующих объектов, процессов или явлений с целью получения объяснений этих явлений, а также для предсказания явлений, интересующих исследователя [7]. В частности, при моделировании процессов восприятия человека возникает необходимость визуализации количественных данных — оценка явления целиком как единого объекта. Как утверждает Л. Манович, актуальность продиктована постоянно увеличивающимся «массивом культурных данных», с которыми сталкивается индивид [15]. В этом случае при построении модели могут использоваться пространственные характеристики объектов: длина, ширина, высота. Однако три параметра не всегда удовлетворяют задачи исследования, и когда речь заходит о перцепции, наиболее адекватной для изучения процесса восприятия города является четырехмерная модель, отражающая динамику изменений пространства-времени.

Учитывая, что город — основное место обитания человека в XXI в., определим образ города как *цельное образование социально-культурных особенностей пространства, выраженных в визуальной форме*. Динамическая модель восприятия в данном случае — четырехмерная модель, где, кроме пространственных характеристик, используется характеристика *темпоральности*.

Темпоральность как категория теории восприятия. Согласно определению, темпоральность (англ. *tempora* — временные особенности) — *временная сущность явлений, порожденная динамикой их особенного движения, в отличие от тех временных характеристик, которые определяются отношением движения данного явления к историческим, астрономическим, биологическим, физическим и другим временным координатам* [20, 298]. Поскольку при анализе восприятия городской среды субъект постоянно находится в социальном окружении, обозначим два уровня: *темпоральность субъекта* (жителя города или приезжего) и *темпоральность города* (как совокупности социальных процессов). В конкретном случае, вопреки определению, урбанистический контекст можно представить не только как систему физических координат, но и как динамическое социальное, экономическое, культурное пространство.

Темпоральность субъекта. Говоря о восприятии, отметим, что учет темпоральности жителя/приезжего играет решающую роль. Иллюстрацией этого служит появление в крупных городах навигационных систем, рассчитывающих расположение достопримечательностей по времени маршрута: в 5 минутах ходьбы расположены театры, рестораны и памятники [30]. Появляется учет времени перемещения субъекта в пространстве: так, Европейский суд по правам человека включает дорогу до места работы и обратно в учет рабочего времени [22]. Актуализируется необходимость в круглосуточном транспортном сообщении [5]. Оптика современного горожанина — лобовое стекло автомобиля [3, 137], а параметры темпоральности часто определяются временем пребывания в пути: например, заторы описывают в категориях времени («Два часа простояли в пробке»). С 1960-х гг. на эту особенность указывают и художники [19] и аналитики логистических компаний [24]. Временные характеристики процессов жизнедеятельности становятся намного важнее, чем пространственные параметры. В связи с этим субъект воспринимает город как динамическую систему образов, неодновременное пространство с разными жизненными ритмами.

С. Маккуайр утверждает, что существует взаимосвязь медиа с восприятием городского пространства [14, 5]. При этом на темпоральность субъекта городских процессов влияют приложения мультимедийных устройств. Трехмерные карты, геотаргетинг¹, технологии виртуальной (virtual reality), дополненной (augmented reality) и смешанной (mixed reality) реальности — лишь немногие факторы, влияющие на восприятие пространства. Понимание этого приводит нас к следующему тезису: *при оценке процесса восприятия субъектом пространства необходимо учитывать множество факторов и характеристик, опосредующих его темпоральность.*

Темпоральность современного городского пространства. Под *темпоральностью городской среды* мы понимаем динамику пространственно-временных изменений, протекающих в городе как социокультурном и экономическом пространстве. Важно отметить, что этот процесс протекает не синхронно и часто не зависит напрямую от человека. Теоретик и проектировщик динамической архитектуры Д. Фишер констатирует: «К архитектуре присоединилось четвертое измерение — время» [21]. В рамках концепции постиндустриального общества С. Маккуайр утверждает, что город — массовый товар со своим сроком годности, подлежащий износу [14, 152]. Это утверждение применимо и к образу города. Перечислим основные сферы подобных изменений:

1. Экономическая: размещение и демонтаж [6] экономических объектов — магазинов, киосков, ресторанов и кафе. Они могут быть вызваны сменой собственников помещения, ребрендингом и редизайном вывесок и т. п.

2. Архитектурная и градостроительная: застройка, малые архитектурные формы, реконструкция и реставрация зданий, изменение естественного освещения, зависящее от высотности зданий [14, 192; 28].

¹ Таргетинг (англ. geo targeting) — в веб-разработке и интернет-маркетинге метод выдачи посетителю содержимого, соответствующего его географическому положению.

3. Технологическая: строительство транспортных артерий, в том числе подземных, водных и навесных, искусственное изменение освещения, монтаж звукозащитных экранов, замена теплотрасс, электросетей и коммуникаций.

4. Образно-эстетическая: фирменный стиль, герб, логотип города.

5. Климатическая: выпадение осадков, образование льда на водных артериях городов [23] и т. д.

6. Событийная: проведение в городе массовых мероприятий. Перечисленные особенности подчеркивают автономность динамики процессов, происходящих без участия реципиента. Рассмотрим асинхронность темпоральностей городской среды с темпоральностью восприятия образа города.

Асинхронность темпоральностей: городская динамика и восприятие образа. Современный мегаполис находится в постоянной динамике, а его образ — проводник не только для туристов, но и для жителей города: «Расположены ли привычные здания, магазины и рестораны на прежнем месте, открыт ли проход или, наоборот, на пути следует тупик?» Проект «Живая Москва» [17] иллюстрирует эту динамику, демонстрируя изменения в городском устройстве на кратком временном промежутке. Компания «Prinzip» в Екатеринбурге ежемесячно фотографирует этапы строительства объектов [8], и одной из причин этого является потребность компании-девелопера в отображении изменений, которые горожанин не успевает воспринять в своем ежедневном ритме. Перечисленные особенности городских процессов приводят нас к необходимости разработки универсальной модели, учитывающей асинхронность темпоральностей. Для визуализации изменений рассмотрим возможность применения динамической четырехмерной модели.

Четырехмерная модель образа города. Программный директор института «Стрелка» Б. Браттон [10] подчеркивает, что анализ городского пространства целесообразно вести по слоям: уровень городского жителя, уровень инфраструктуры зданий, уровень навигационных карт. Р. Ингарден, анализируя литературные произведения, прибежал к помощи двухмерных моделей [9], также оформляя их в виде диаграмм с несколькими уровнями отображения информации.

Представление процесса восприятия динамического пространства в визуальной форме видится возможным с применением компьютерных технологий, например, разработка компании «Marc ten Bosch», игра «Miegakure» [28], когда виртуальная головоломка эмулирует взаимодействие пользователя с четырехмерным пространством. Разработчики подчеркивают, что в рабочей версии игры четырехмерным пространством выступает не время, но принцип визуализации динамики можно применять для отображения динамики многомерности. На сайте компании содержится видео, способное проиллюстрировать игровой процесс как вероятную модель для построения процесса восприятия. Необходимый объем информации может быть получен с помощью метода big data: Л. Манович при анализе сети Instagram демонстрирует, как метод представляет визуальные образы городского пространства [26].

Выделим ключевые характеристики модели:

- *Гибкость и динамичность* по сравнению со статичными двухмерными и трехмерными моделями позволяет оперативно отображать изменения.
- *Отражение временных особенностей* дает возможность представлять процесс восприятия городской среды более *достоверно и эффективно*.
- *Визуальная аттрактивность* делает модель привлекательной как для исследователей, так и для коммерческого использования.

Культурологический потенциал построения четырехмерной модели. Очевидно, что перечисленные ранее характеристики модели восприятия при рассмотрении применительно к культуре обладают рядом отличительных преимуществ по отношению к графическим способам представления данных (таблицам, диаграммам и пр.). Оценивая культурологический потенциал визуализации четырехмерной модели процесса восприятия, выделим основные целевые группы реципиентов. В зависимости от конкретной аудитории могут меняться параметры представления модели, выделяться наиболее значимые характеристики.

Исследователю модель позволяет увидеть анализируемую область (экономическую, политическую, социокультурную) в максимальной информационной полноте: отобразить меняющиеся семантические поля, оценить динамику процесса и пространства. Как пример, маркером могут стать граффити — реакция социально активной аудитории, отражающая внутренние культурные процессы в городе.

Для инвестора, рассматривающего город как потенциальный объект для вложений, данная модель позволяет продемонстрировать динамику социально-экономических и культурных процессов. В отличие от графиков с числовыми данными, четырехмерная модель отражает условия этих изменений, позволяет спрогнозировать ситуацию: так, плотная застройка высотных зданий может лишить районы естественного дневного освещения, что приведет к изменению экономического климата внутри прилегающих кварталов. Четырехмерная модель позволяет спрогнозировать эти изменения еще на стадии закладки фундамента.

Для туриста и жителя образ города становится объектом особой значимости. По мнению историка архитектуры В. Басса [1], мы оцениваем города на уровне собственного зрения, для нас архитектура это «близкие, тактильные вещи», мы видим преимущественно текстуры и фактуры. Замечание справедливо и по отношению к городскому освещению: художник Т. Радя демонстрирует, как уличные фонари, помимо своей непосредственной функции, ассоциируются с ощущением уюта [18]. Совокупность субъективных переживаний и рождает в восприятии «атмосферу»: шумные бары, тихие кафе, просторные парки. Динамическая модель обладает *выразительными качествами*, формирующими привлекательный образ городского пространства, в первую очередь за счет целостной картины протекающих процессов. Многие популярные туристические центры не имеют своего актуального образа: руководствуясь «открыточными» видами или Google-картами, реципиент не может сформировать достоверный образ города. Напротив, четырехмерная модель позволяет учесть разные типы аудиторий городского пространства, смешать презентационное изображение с повседневной

динамикой. На практике динамическая модель, оформленная в виде мобильного приложения, может получить инструментарий для взаимодействия с городской средой: трехмерный навигатор, включающий динамический прогноз погоды, афишу и дорожную сводку.

Выводы

Перечисленные преимущества — лишь часть возможностей, открывающихся при использовании динамической модели восприятия образа городской среды. В рамках статьи не рассматриваются практические аспекты создания модели. Как и в описанных выше примерах из международного опыта, подобные исследования требуют обширной материальной и технической базы. Кроме этого Л. Манович говорит о необходимости критического анализа привычных терминов и категорий [15].

Использование методологии big data, технологии дополненной реальности, машинного обучения, аэросъемки и сканирования позволяет формировать подобные модели восприятия образов городов. Процесс существенно упрощают существующие разработки компании Apple (сервис «Apple maps») и Google (сервис «Google maps» и «Google Earth»).

В комплексе перечисленные технологии способствуют осуществлению качественного анализа количественных данных, в результате визуализация динамической модели восприятия городской среды способна стать как эффективным исследовательским инструментом, так и аттрактивным способом презентации облика города.

-
1. *Басс В.* Архитектура как средство коммуникации // Арзамас : [сайт]. URL: <http://arzamas.academy/episodes/92> (дата обращения: 21.11.2016).
 2. *Бурдые П.* Начала. Choses dites. М., 1994.
 3. *Буррио Н.* Реляционная эстетика и постпродукция. М., 2016. 216 с.
 4. *Быстрова Т. Ю., Путинцев П. А.* Визуальные коды промышленных городов Свердловской области // Акад. вестн. УралНИИпроект РААСН. 2015. № 3. С. 93–99.
 5. В Лондоне запускается ночное метро // ВВС. Русская служба : [сайт]. 2016. 19 авг. URL: <http://www.bbc.com/russian/news-37129171> (дата обращения: 21.11.2016).
 6. Вторая «ночь длинных ковшей» в Москве // РБК : [электрон. информ. агентство]. URL: <http://www.rbc.ru/photoreport/29/08/2016/57c3b44c9a7947bfae6f8648> (дата обращения: 21.11.2016).
 7. *Глинский Б. А.* Моделирование как метод научного исследования. М., 1965. 246 с.
 8. Девелоперская компания «Prinzip» : [сайт]. URL: <http://prinzip.su/newtonpark/progress>, (дата обращения: 21.11.2016).
 9. *Ингарден Р.* Исследования по эстетике / пер. с польск. А. Ермилова и Б. Федорова. М., 1962. 572 с.
 10. Лекция Б. Браттона «Новая норма: машинный интеллект в масштабах города» в Ельцин-центре (Екатеринбург) 8 окт. 2016 г. [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=L_xiTWpNUWU&feature=youtu.be (дата обращения: 21.11.2016).
 11. *Ленту Б.* Некоторые общие вопросы междисциплинарного подхода // Споры о главном: Дискуссия о настоящем и будущем исторической науки вокруг французской школы «Анналов». М., 1993. С. 71–77.

12. Линч К. Образ города. М., 1982. 328 с.
13. Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб., 1998. 285 с.
14. Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство. М., 2014. 392 с.
15. Манович Л. Как сравнить миллион изображений? : лекция 9 июня 2015 г. в рамках цикла семинаров Высшей школы урбанистики «Адаптивный город» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=x5PraDeAaa0> (дата обращения: 21.11.2016).
16. Морозова Т. А. Имидж города как основа его продвижения [Электронный ресурс] // Вестн. Адыгейск. гос. ун-та. Сер. 2 : Филология и искусствоведение. 2010. № 1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-goroda-kak-osnova-ego-prodvizheniya> (дата обращения: 15.02.2017).
17. Проект «Живая Москва» [Электронный ресурс]. URL: <http://moschange.ru/> (дата обращения: 21.11.2016).
18. Радя Т. : [персональный сайт]. URL: <http://t-radya.com/street/37/> (дата обращения: 21.11.2016).
19. Ретина Л. П. Междисциплинарность и история // Диалог со временем : альм. интеллектуальной истории. 2004. №. 11. С. 5–17.
20. Современная западная философия : словарь / ред. В. Н. Садовский. М., 1991.
21. Фишер Д. Интервью [Электронный ресурс]. URL: <http://strelka.com/ru/magazine/2015/05/19/david-fisher-interview>, (дата обращения 21.11.16).
22. Court of Justice of the European Union: PRESS RELEASE № 99/15. 2015. 10 Sept. [Electronic resource]. URL: <http://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2015-09/cp150099en.pdf> (accessed: 21.11.2016).
23. Deep Freeze Turns Amsterdam Canals into Skating Rinks // Join LiveScience : [cite]. URL: <http://www.livescience.com/31162-amsterdam-frozen-canals-ice-skating.html>, (accessed: 22.12.2016).
24. Kabbaj W. What a driverless world could look like // TED : [cite]. URL: https://www.ted.com/talks/wanis_kabbaj_what_a_driverless_world_could_look_like (accessed: 21.11.2016).
25. Manovich L. Inequaligram : [cite]. URL: <http://inequaligram.net/> (accessed: 21.11.2016).
26. Manovich L. Zooming into an Instagram City: Reading the Local Through Social Media // Manovich : [cite]. URL: <http://manovich.net/index.php/projects/zooming-in> (accessed: 21.11.2016).
27. Mapping the Shadows of New York City [Electronic resource]. URL: <http://www.nytimes.com/interactive/2016/12/21/upshot/Mapping-the-Shadows-of-New-York-City.html> (accessed: 21.11.2016).
28. Miegakure : [cite]. URL: <http://miegakure.com/> (accessed: 21.11.2016).
29. Ruscha E. Every Building on the Sunset Strip // МоМа : [cite]. URL: <https://www.moma.org/collection/works/146931>, (accessed: 21.11.2016)
30. Urbica : [cite]. URL: <https://medium.com/@urbica/%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%BE%D0%BD-c7360acf1ec4#.k5lu5qe9x> (accessed: 21.11.2016).
31. Visual Culture Questionnaire / S. Alpers, E. Apter, C. Armstrong et al. // October. 1996. Vol. 77. P. 25–70.

Статья поступила в редакцию 11.05.2017 г.

УДК 81'22 + 316.772.4

С. В. Михельсон

ПРАГМАТИКА НАЦИОНАЛЬНОГО ЯЗЫКА В ПОЛЕ ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Статья посвящена анализу прагматики языковых конструкций в деловой коммуникации. Показано, что представление о деловой культуре, которое закреплено в идиомах языка и традициях поведения, оказывает существенное влияние на процессы деловой коммуникации и, соответственно, на экономическую деятельность, бизнес. Проанализированы примеры декодирования фраз делового общения на английском языке представителями неанглоязычных культур. Доказано соответствие между смыслами языковых выражений и стереотипами культур США, Китая, Японии, России. Зафиксировано сильное воздействие языка на предельную эффективность деловой деятельности. Сделан вывод о наделении языковых выражений деловой культуры значением на основании прагматических критериев национальной культуры.

К л ю ч е в ы е с л о в а: культура; язык; деловая коммуникация; деловая культура; коммуникативные барьеры; международное деловое общение.

Современное общество характеризуется процессами экономической и социокультурной глобализации, расширением экономических связей и интеграции. Важным фактором развития, успешного функционирования и стабилизации отношений между субъектами хозяйственной деятельности является формирование бизнес-партнерства. Обычно считается, что в международных отношениях, чтобы избежать недоразумений и неудобств при проведении деловых переговоров, достаточно правильно использовать свой язык и родной язык партнера или вести переговоры на одном из принятых для международного общения языке (например, английском). Тем не менее даже знание правил вежливого поведения и нескольких вежливых фраз на языке партнера не гарантирует успеха в деловом общении, поскольку нечеткость в интерпретации смыслов вербальной и невербальной коммуникации может препятствовать общению. Чтобы достичь целей бизнеса

МИХЕЛЬСОН Светлана Викторовна — аспирант кафедры деловых иностранных языков Красноярского государственного аграрного университета (e-mail: autel@inbox.ru).

© Михельсон С. В., 2017

и быть успешным в международной бизнес-среде, важно обладать компетентностью в психологии, логике, знать аксиологию делового общения.

Целью данного исследования являлся анализ причин возникновения культурных барьеров, связанных с прагматикой языка бизнес-партнера, и определение способов их преодоления в деловой коммуникации. Соответственно, перед нами стояли следующие задачи:

- определить роль и влияние культуры в языке деловой коммуникации;
- представить типичные ошибки при интерпретации нечетких формулировок в деловой коммуникации;
- рассмотреть темы-табу и фразы-табу.

Многие ученые занимались анализом национальной деловой культуры (Р. Льюис. «Деловые культуры в международном бизнесе: от столкновения к взаимопониманию»; Э. Холл. «За пределами культуры»; Г. Хофстеде. «Влияние культуры»; Ф. Тромпенаарс, Ч. Хэмден-Тернер. «Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса»). В своих исследованиях они в основном рассматривали принципы вежливости, правила поведения и обычаи, принципы общепития и особенности менталитета. Однако практически нигде не учитывался контекст языкового общения, который предполагает жесткую связь с бизнесом, прежде всего с целью бизнес-коммуникации, и знание особенностей языка и дискурса.

Важно отметить, что в процессе переговоров выкладывается не вся информация и не все намерения четко проговариваются. В деловой культуре имеются свои правила отношений к партнеру. Так, считается, что все стороны переговоров должны быть осведомлены об их общих и частных целях, даже если они противоречат друг другу. Однако переговоры для того и существуют, чтобы попытаться достичь общих и дополнительных целей, приемлемых для каждой из сторон. В бизнесе, где все может стать предметом переговоров, каждая из сторон должна найти способ, который позволит получить ей больше уступок и в то же время представить достаточно уступок другой стороне, чтобы поддержать заинтересованность в сделке [9].

Часто затруднения в переговорах возникают на уровне личностей, являющихся представителями своих национальных культур. В международном бизнесе в качестве контекста переговоров могут выступать уровни социального и экономического статуса коммуникантов, нравы, правовые нормы, язык, культурные и религиозные обычаи и традиции. В условиях деловой культуры они могут проявляться как аффективные позиции культурных установок и правил. Необходимо четко понимать, что у каждой культуры есть свои особенности интерпретации общечеловеческих ценностей, таких как трудолюбие, патриотизм, мужество, целеустремленность. Другими словами, в многонациональный мир бизнеса каждый участник приносит свою матрицу культурной идентичности, которая определяет сценарии его поведения в деловых переговорах, в оформлении документов, в понимании удачной сделки и т. п. Эти сценарии коммуникативного поведения в деловой среде, по мнению Д. Ангоури, определяются множеством культурных и социальных факторов: национально-культурными позициями по отношению

к коммуникативному процессу, языковыми стандартами, социальными практиками, временными и интеракционными обстоятельствами, особенностями личности коммуникантов, решаемыми проблемами и т. д. [7].

К примеру, слово «контракт» легко переводится с одного языка на другой, но его смысл имеет множество толкований. Для жителей Швейцарии, Германии, России, Скандинавских стран, США или Великобритании это некий документ, который подписан сторонами для того, чтобы затем соблюдать его условия. Подписи сторон придают ему смысл окончательного и бесповоротного решения. Но многие представители Востока, жители Японии и Китая, рассматривают контракт как предварительный документ, который может быть изменен или написан заново в зависимости от изменившихся обстоятельств. Южноамериканец убежден, что договор — это недостижимый идеал, который принимается сторонами, чтобы избежать лишних споров [3].

Плохое представление о невербальных особенностях той или иной культуры также может оказать негативное воздействие на деловую коммуникацию. «Недружественную атмосферу встречи может создать шокирующая собеседника жестикация или другие нарушения этикета. Подобные ошибки могут делать даже представители близких культур, например, соседних европейских стран» [6, 68].

Ричард Льюис в своей книге «Деловые культуры в международном бизнесе: от столкновения к взаимопониманию» приводит несколько примеров таких ошибок:

— Германия: «Какая у вас линия смерти? Вместо: Какой у вас конечный срок поставки? (*deathline* вместо *deadline*)»;

— Япония: «Я едва ли работаю 10 часов в день. Вместо: Я усердно работаю по 10 часов в день (*hardly* вместо *hard*)»;

— Швеция: «Вы надеетесь на перемены? — Нет, я безнадежен. Вместо: Я потерял надежду (*I am hopeless* вместо *I am not hopeful*)»;

— Финляндия: «Он принимал по два грузовика каждый вечер. Вместо: Он принимал каждый вечер по две таблетки (*trucks* вместо *drugs* = pills)» [3].

Существует множество фирм, которые серьезно относятся к многоязыковой среде международного бизнеса, но испытывают трудности в своих международных рекламных кампаниях из-за некачественного перевода. К примеру, американские фирмы рекламировали сигареты с низким «асфальтом» (вместо смолы), компьютерное «нижнее белье» (вместо программ) и «мокрых овец» (вместо гидроцилиндров). Из-за таких ошибок в переводе американские компании понесли убытки в миллионы долларов, не говоря уже об ущербе, нанесенном их авторитету и репутации.

Продолжая тему, отметим, что не только идиоматические выражения могут вызвать непонимание. Даже простые слова, которые, например, обозначают время суток — утро, день, вечер, — могут стать причиной срыва сделки. Представители разных культур по-разному делят сутки, при этом и обращения, и приглашения на встречи будут фиксироваться приветствиями, привязанными к данным делениям. В русском языке четкой границы нет, а деление зависит от света — тьмы. Условно, утро — это время, когда люди уже просыпаются, но еще не пообедали,

день — от обеда до конца работы, вечер — от окончания работы до сна, ночь — время сна. В английском же языке части суток строго фиксированы по часам. Поэтому фразы типа «позвоните вечером», «позвоните в обед» вызывают у иностранцев достаточно большие трудности [5].

С другой стороны, глобализация заставляет меняться и деловую культуру. По корпоративным правилам некоторых компаний запрещено здороваться с клиентами, обозначая утро, день, вечер и тем более ночь. Принято здороваться «Добрый день» на протяжении всего рабочего дня (примерно с 9 утра до 6 вечера), т. е. под словом «день» подразумевается не время суток, а рабочий день [1].

Подобные «расхождения» могут породить недопонимание, а возможно, и недоверие к деловому партнеру другой культуры. Поэтому изучение деловой культуры своих партнеров, осмысление ее особенностей позволят во многом преодолеть трудности общения и достичь успеха в совместной деятельности.

Однако несмотря на тесную связь между языком и культурой, не следует думать, что эта тенденция абсолютна. Тем не менее культура влияет на язык, а язык влияет на культуру различными способами. Например, такая черта, как индивидуализм, в США отражается в стандартном американском английском. Одним из таких показателей является слово «self» — с данным словом можно найти около 150 словосочетаний в американском словаре: self-absorbed (поглощенный собой), self-appointed (самопровозглашенный), self-centered (самовлюбленный), self-confident (самоуверенный), self-supporting (самостоятельный). Список английских терминов, относящихся к личности, существенно больше, чем в культуре, которая делает больший акцент на корпоративных или групповых отношениях. В Соединенных Штатах индивидуальное счастье есть высшее благо, а в культуре Японии, ориентированной на группу, люди стремятся к благу для семьи, общины или общества в целом. В Японии «мы» всегда раньше «я»; коллективизм всегда преобладает над индивидуализмом. В японском обществе есть важное структурное различие между «uchi» (в группе) и «soto» (вне группы), между «нами» и «ними». Эти базовые социальные различия находят свое отражение в японском языке. Например, от того, является ли человек «одним из нас» или «одним из них», зависит, какие разговорные приветствия будут использоваться: либо «Ohayo gozaimasu (Привет)», которое обычно адресуется близким членам группы, либо «Konichiwa (Здравствуйте)», которое используется, чтобы приветствовать тех, кто находится за пределами внутреннего круга.

Члены группы в Японии не любят выделяться или заявлять о своей индивидуальности, потому что, согласно японской поговорке, «Deru kuiwa utareru (По выступающему гвоздю бьют)». В Японии основной упор делается на гармонизации и избегании открытых разногласий внутри группы. Люди в Соединенных Штатах оправдывают свой индивидуализм, ссылаясь на поговорку «The squeaky wheel gets the grease (Смазывают прежде колесо, которое скрипит)».

В данном контексте примером делового общения становится способ отправки и получения речевых сообщений. В США, например, речевая коммуникация — явная, прямая и однозначная. Поэтому в такой «откровенной» культуре в ход идут усилители, т. е. слова, которые подчеркивают негативные эпитеты в критических

высказываниях, например, *абсолютно, совершенно, чрезвычайно*: «Это абсолютно неприемлемо» или «Это совершенно непрофессионально» [4].

В Китае и Японии образцы речи значительно более двусмысленны, неточны и неявны. К примеру, если китаец решит отказать вам, он, вероятно, воспользуется фразами типа «Мы не можем ответить на этот вопрос сейчас», «Мы рассмотрим это позже, возможно, а теперь...». Имея же дело с англичанами, нужно пропускать мимо ушей все смягчающие смысл обороты. Ниже приведены выражения, которые можно в различных вариантах найти в Интернете. Из этих примеров видно, каким образом возникают недоразумения:

«*I hear what you say*». Британцы подразумевают то, что «не согласны с этим и не намерены обсуждать это далее», но другие понимают: «он принимает мою точку зрения».

«*That's not bad*». Британцы подразумевают то, что «это нормально», но другие понимают: «это ужасно».

«*Very interesting*». Британцы подразумевают то, что «это нонсенс», но другие понимают: «они впечатлены».

«*I'm sure it's my fault*». Британцы подразумевают то, что «это ваша ошибка», но другие понимают: «Почему они думают, что это была их вина?!»

«*I'm almost agree*». Британцы подразумевают то, что «я совершенно не согласен», но другие понимают: «он скоро согласится».

«*Could we consider some other options*»? Британцы подразумевают то, что «мне не нравится ваша идея», но другие понимают: «они еще не решили» [8].

Как известно, речевая коммуникация в целом и деловая коммуникация в частности регламентированы различными нормами и традициями, предписывающими представителям той или иной лингвокультурной общности определенные способы вербального и невербального взаимодействия для достижения эффективного и гармоничного общения. Китаец никогда не станет жестко критиковать коллегу, и тем более в присутствии третьих лиц, а голландец привык всегда быть откровенным и честным и высказываться прямо. Американцы заворачивают негативный отзыв в какой-нибудь комплимент, а французы критикуют со страстью, на похвалу же скупаются.

Соответственно, существуют коммуникативные табу, представляющие собой запреты и ограничения, связанные «...с необходимостью сохранения лица адресата, с запретом на причинение, прежде всего, морального ущерба другому (не обязательно участнику данной ситуации общения), с предписанием сдерживать негативные эмоции, смягчать или вуалировать негативную информацию, не допускать унижения или оскорбления человеческого достоинства, исключать грубость и насилие» [2, 79]. При общении с представителями другой культуры лучше избегать использования жаргона, сленга или эвфемизмов. В английском языке, к примеру, тема смерти является запрещенной темой для разговора. Поэтому в данной культуре люди «не умирают (die)», а «уходят в мир иной (pass away)».

При переговорах с индийскими партнерами американец употребил фразу, которая обидела индусов: «*I've been reviewing the materials you gave me. You have*

a real *cash cow* here. Excellent. (Я просматривал материалы, которые вы мне дали. У вас действительно *хороший источник дохода*. Превосходно!).

Люди из ряда культур не любят обсуждать отдельные исторические темы, например, немцы и японцы — Вторую мировую войну, мексиканские бизнесмены — нелегальную иммиграцию в США.

Кросскультурные недопонимания также могут возникать из-за жестикულიции. Например, большинство людей в США знают, что чтобы показать «всё нормально или хорошо (Ok)», нужно поднять одну руку и сделать круг большим и указательным пальцами. Однако во Франции подобный жест означает «ноль» или «никчемный», в Японии — «деньги», на Мальте — «мужчина-гомосексуалист» и общее сексуальное оскорбление в разных частях Южной Америки.

Подводя итог, можно сделать вывод, что международное деловое общение, имеющее рациональную основу, должно строиться с учетом особенностей национального языка. И даже если переговоры ведутся на английском языке, национальная традиция заставляет интерпретировать языковые выражения в прагматике национальной культуры. Отказаться от своих представлений и стереотипов и попытаться выяснить, какие формальные и неформальные силы могут повлиять на процесс принятия решений, довольно сложно. И как показывает практика, годы мало что меняют: скрытые культурные тенденции, определяющие особенности взаимодействия людей, например, соотношение коллективного и индивидуального, честности и справедливости, факторы статуса в данном обществе (достижения, знания, социальное положение, возраст и т. д.), всяческого рода табу, все так же сильны в деловой культуре, как и много лет назад.

1. Как различить время суток? [Электронный ресурс] // Stack Exchange. URL: <http://rus.stackexchange.com/questions/25254/Как-различить-время-суток> (дата обращения: 15.02.2017).

2. *Колтунова М. В.* Конвенции как прагматический фактор делового диалогического общения. М., 2005.

3. *Льюис Р. Д.* Деловые культуры в международном бизнесе: от столкновения к взаимопониманию. 2-е изд. М., 2001. 448 с.

4. *Мейер Э.* Как критиковать представителей разных культур [Электронный ресурс] // Harvard Business Review Россия. URL: <http://hbr-russia.ru/karera/lichnye-kachestva-i-navyki> (дата обращения: 15.02.2017).

5. *Тер-Минасова С. Г.* Война и мир языков и культур [Электронный ресурс] // Социокультурное регионоведение. URL: <http://regionalstudies.ru/publication/monograph/war/70--7.html> (дата обращения: 15.02.2017).

6. *Франк С.* Предпринимательство без границ: Бизнесмен на randevу // Ведомости. 2002. 14 марта. С. 68.

7. *Angouri J.* If we know about culture it will be easier to work with one another: developing skills for handling corporate meetings with multinational participation // Language and Intercultural Communication. 2010. Vol. 10, № 3. P. 210.

8. What the British mean when they say “Quite good” [Electronic resource] // Imgur. URL: <http://imgur.com/gallery/eyJNd> (accessed: 15.02.2017).

9. *Zhao D., Nie J.* Vague Language in Business Negotiation: From a Pragmatics Perspective // Theory and Practice in Language Studies. 2015. Vol. 5, №. 6. P. 1257–1262.

Статья поступила в редакцию 24.03.2017 г.

УДК 221.3 + 008 + 316.74:2

Н. С. Лебедев

ДАО И СОВРЕМЕННОСТЬ

В статье представлено исследование даосских традиций в современном мире, показаны проблемы древнейшей религии даосизма, ее влияние на нынешнюю мировую культуру. Дано описание даосских храмов и ритуально-богослужебной практики в современном Китае.

К л ю ч е в ы е с л о в а: даосизм; инь; культура; религия; традиции; янь.

Актуальность темы. Китайская цивилизация — одна из великих и древних, которая на протяжении тысячелетий обеспечивала себе запас прочности благодаря культуре, основанной на стремлении к компромиссам и гармонии во имя самосохранения.

Традиционная культура Китая восходит к незапамятным временам и представляет собой обособленно развивающуюся, глубокую, таинственную, загадочную восточную культуру [9, 92].

В современном китайском обществе вопрос о роли и месте даосизма достаточно широко дискутируется в общественных и научных изданиях, выступлениях государственных деятелей и представителей даосских кругов.

Методологическую базу нашего исследования составляют работы российских, китайских и других зарубежных философов, культурологов. Доминирующей позицией стало соотношение философско-культурологических систем российской и китайской школ. В настоящем исследовании мы придерживаемся позиции В. Ф. Феокистова, С. Ю. Рыкова, А. И. Кобзева, которые осмысливали Дао как путь всей традиционной китайской культуры. Осмысление влияния даосской философии на культуру Китая построено через контекст трактовки Дао.

В основе исследования лежит предположение о том, что современная культура Китая, сохраняющая тенденции традиционализма, является рефлексией духовной культуры общества, исторически доминирующее основание которой составляет даосизм.

Именно потому развитие и сохранение даосских традиций, выявление их места и роли, степени воздействия на мировую науку и культуру как Китая, так и других цивилизаций продолжает привлекать внимание мировых исследователей. Этой теме подчинены многочисленные узкие исследовательские работы и публичные выступления, дискуссии в научных кругах и широкое общественное обсуждение. Не последнюю роль в данной тенденции играет определенная трансформация, которой оказалась подвержена даосская традиция в условиях мировой глобализации XXI в.

ЛЕБЕДЕВ Никита Сергеевич — руководитель проектов Агентства стратегических инициатив (АСИ) (e-mail: ns.lebedev@asi.ru, lebedev.translate@gmail.com).

© Лебедев Н. С., 2017

Даосизм был и по праву остается одним из наиболее распространенных национальных философско-религиозных учений. Даосские идеи легли в основу многих форм верований, а также программ различных тайных обществ [4, 105–106].

Даосизм представляет собой многообразное учение, не ограничивающееся лишь одними теоретическими построениями. Даосами была выработана своя собственная, глубокая и оригинальная концепция культурного развития человека, которая послужила основой даосской культуры психической деятельности [1].

Глубокие изменения, которые переживает течение даосизма, повлияли практически на все аспекты деятельности даосских религиозных институтов, в числе которых оказалась не только религиозная практика, но и социальное функционирование, и даже некоторые аспекты доктринального содержания учения.

Например, даосский деятель Чэнь Ляньшэн напрямую связывает жизнеспособность даосизма с его участием в общественной жизни, называя традиционную самоизоляцию даосских монахов путем, который может лишить эту религию будущего [2].

Приверженцы подобного взгляда на развитие даосизма настаивают на ведении сторонниками и последователями древней традиции активной общественной деятельности, основная цель которой — социальное служение обществу или проповедование религиозных ценностей путем собственных действий и демонстрации собственного примера.

Общественная деятельность даосских ассоциаций Китая имеет широкий резонанс, ее освещают средства массовой информации, издается также и узкоспециализированная литература. Однако, по мнению некоторых исследователей, адекватное восприятие публичной деятельности даосских проповедников осложнено влиянием идеологических и политических аспектов, что, в свою очередь, не лучшим образом отражается на формировании общественного мнения. Несмотря на это, значение и роль ассоциаций последователей даосизма в истории современной религии остаются довольно существенными.

Роль и влияние ассоциаций последователей даосизма выходят далеко за пределы религиозной и ритуальной деятельности, проявляясь в благотворительной активности, борьбе за сохранение экологического равновесия, миротворчестве и многих других гуманитарных направлениях. Подобный подход изначально поддерживается даосской доктриной «Канонического текста нефритовой печати» («Юй цянъ цзин»). Так, генетическая память китайского народа бережно хранит имена даосских целителей Тао Хунцзина и Сунь Сымяо, благодетелей Ма Гу и Юй Сяньгу, героя Цюй Ту, который пожертвовал свою кровь людям, и многих других.

Подобные идеалы, которые заключаются в служении близким и всему человечеству, сохраняют свою значимость до сих пор, а благотворительная деятельность даосов находит поддержку в обществе, одновременно выступая в виде действенной проповеди.

В настоящее время открытые даосские храмы контролируются даосской ассоциацией. Некоторые даосские храмы стали музеями и продолжают вести религиозную деятельность.

В скульптурах в доступной для понимания форме проявляется одна из основных эстетических ценностей даосизма, которая выражается в единстве естественного и искусственного начала, предполагая взаимное проникновение и взаимную обусловленность нерукотворных достояний и того, что создается человеческими руками. Так, открытые монастырские сады и общественные парки даосов не только дарят отдых и восхищают посетителей, но и пропагандируют религиозную философию древней традиции.

В неразрывной связи с даосской философией находятся также практически все культурные достижения Поднебесной. Так, в формировании законов китайской живописи, которые вырабатывались тысячелетиями, даосские космологические принципы передачи целостности единства мироздания при помощи изображения частного в виде отдельных сегментов сыграли определяющую роль.

За весь период своего развития даосизм оказывал влияние на разнообразные сферы жизнедеятельности традиционного общества Китая, в частности на его культуру. Даосской традиции принадлежала роль консерванта архаических мифологических представлений, которые были дополнены собственными верованиями и культами, что в итоге привело к образованию универсальной для китайской культуры модели восприятия дикой природы, которая реализуется во всех художественных направлениях и традициях. Также даосские космолого-онтологические воззрения обусловили зарождение художественно-эстетических концепций, которые составили основу индивидуально-творческой деятельности китайского народа, противостоящей традиции официального искусства.

Следовательно, религиозный институт даосизма представляет собой неотъемлемую часть современного китайского общества и продолжает оказывать существенное влияние на разные стороны его жизни. На данный момент государство заинтересовано в активном сотрудничестве с даосскими религиозными кругами, используя их авторитет и влияние в качестве фактора социальной стабильности. С помощью даосских организаций, в свою очередь, происходит укрепление внеконфессиональных связей, которые способствуют адаптации социального института в современных условиях.

Даосские идеалы следования зову природы наиболее полно воплощаются в традиционных парковых миниатюрах, так называемых пейзажах пэньцзин, в которых безграничность Вселенной моделируется на ограниченном пространстве.

В современном Китае важнейшей сферой деятельности даосизма является охрана природы. На доктринальном уровне она обусловлена самоценностью основного принципа проявления благой мощи *Дэ*, т. е. категорией естественности. Природу даосы рассматривают как образ, воплощенный в этом мире: «Мудрый... отвечая колебаниям жизни, считает своим учителем природу...» [2, 97].

Особенность даосской концепции заключалась в том, что природное рассматривалось в ней как способ реализации всеобщих, универсальных закономерностей структурной организации и существования мира, единых для живой и неживой природы. Поэтому в современных условиях ведущая задача даосской практики психотренинга и психической саморегуляции (так называемой даосской йоги) заключается не в подчинении человека своему биологическому началу,

а в выявлении изначально заложенного в нем космического начала, в подчинении психофизиологических процессов всеобщим космическим законам с тем, чтобы устранить все препятствия для их естественного самопроявления на макроскопическом уровне. В результате этого человек предстает в качестве равноправного во всех отношениях члена космической триады «небо — земля — человек». Предельным выражением всеобщей закономерности функционирования Вселенной есть «великое Дао», что отождествлялось даосами с «истинной сущностью» человека и в полном подчинении которому они видели высшую цель культурного развития человеческой личности [1, 79].

Сегодня святые места даосов посещают сотни тысяч верующих. Большую популярность во всем мире приобрели базирующиеся на даосском учении фэн-шуй (геомантия), цигун (психофизиологические практики, связанные с дыхательной гимнастикой), некоторые стили традиционных боевых искусств ушу, китайская астрология [3, 25].

Именно даосским философам приписывается авторство древнего трактата «Слово о живописи из Сада с горчичное зерно», который содержит в себе древние знания о технике художественного исполнения, композиционных приемах, перспективах и других тайнах изобразительного мастерства, на весь мир прославивших китайских художников. Немалое влияние даосские традиции оказывают также на деятельность современных китайских художников, таких как, например, Цин Сюегун, Шэнь Цюаньлинь, Се Сяоль и многих других, в картинах которых отражаются тайны мироздания и даосское ощущение вселенской гармонии.

Развитие всего китайского искусства изначально было основано на глубоком символизме — передаче образов через выражение деталей или символов человеческого бытия. Философское содержание и поэтическое толкование образцов китайского изобразительного искусства пропитаны этическим символизмом, передающим цивилизационные ценности китайского общества.

Слияние искусства живописи с поэтическим словом и иероглифической орнаментикой в полной мере отражено в творчестве признанного современного художника Ван Тидзюня, яркой демонстрацией чего являются его работы «Осенний снег пруда Лун», «Отражение в реке ущелья и гор, которые наполнены листьями» и многие другие.

Даосизм также выступает одновременно в роли творца, последователя и хранителя неповторимых музыкальных традиций китайской культуры. Именно музыке древнекитайские мыслители называли важной составляющей мироздания, наделяя ее ритуальными свойствами и функциями. Так, сообразно подходу инь и ян, которые символизируют бесконечное взаимодействие пассивного и активного начал бытия, музыке и ритуалам отводятся роли воплощения противоположности мироустройства бытия, в котором ритуал отвечает за иерархию и порядок, а «музыка гармонизирует отдельные уровни и составные части единого целого» [7, 218].

В основе ритуальной даосской музыки лежат традиции пентатоники, которые подразумевают соответствие для каждой ладовой ступени собственного первоэлемента.

Так называемая теория «у син» представляет собой пятизвучную систему, созданную еще в III–IV вв. до н. э., на которой до сих пор базируются различные жанры музыкального искусства Китая. Особая роль в даосском музыкальном искусстве отводится музыкальной изобразительности, не только передающей мелодику, ритмические рисунки и разнообразие динамических свойств, но в первую очередь олицетворяющей в звуковом выражении единство человека и природы с одновременной мифологической и религиозной, философской и эстетической трактовкой музыкальных образов.

Даосская музыка также связана с конфуцианскими традициями. Однако если в конфуцианстве ритуальный смысл является социализированным и направленным на общественное восприятие, то даосизм подчиняет высшие идеи не жизнедеятельности человека в обществе, а его отношениям с природой и высшими сферами.

В качестве первоосновы музыкальной китайской культуры выступает устное народное творчество, в частности одноголосная мелодика, имеющая широкий диапазон, определенные темпоритм, тембровую оригинальность и многие другие особенности.

Например, в китайской музыке, как народной, так и культовой, особую роль играют ударные инструменты, при помощи которых происходит концентрация на кульминации композиции с целью достижения целостности ее формы. Подобная музыкальная система является характерной чертой как культовой деятельности даосской религии в целом, так и индивидуальной религиозной практики ее адептов в частности.

В даосизме музыкальное искусство выступает своего рода связующим звеном между частным и общим, прошлым и настоящим, в котором отражено не только историческое наследие, но и современное мировосприятие всего богатства и глубины даосских традиций. Лучшие произведения даосских музыкантов входят в мировое наследие музыкальной литературы, давая объективное представление о традициях музыкальной культуры даосов.

Даосизм также является основой зарождения других жанров в традиционном китайском искусстве.

Например, зарождение Дао цин, жанра устного народного творчества, пришлось на время правления династии Тан в даосской практике. Во время сборов пожертвований монахи декламировали нараспев молитвы, аккомпанируя себе бамбуковым барабанчиком и кастаньетами. Получив в дальнейшем свое развитие в виде традиции устного творчества, данный жанр песенно-сказительного искусства является востребованным в китайской культуре и пользуется высокой популярностью у населения всех провинций Китая [2].

С течением даосизма, в первую очередь пантеоном божеств, неразрывно связано развитие художественных ремесел и народных промыслов китайской культуры. Доказательством этому, например, являются обнаруженные археологами изделия из нефрита (украшения, различные ритуальные предметы и др.). Современные резчики по камню также продолжают традиции своих предков, в основе которых лежит принцип «следования природному материалу», т. е. осуществление работы

с максимальным учетом структурных и цветовых особенностей, которыми природа наделила тот или иной материал.

Подобное особое ощущение материала также лежит в основе китайского гончарного искусства. Так, даосские монастыри хранят вековые ритуальные сосуды, которые были изготовлены монахами по древнейшим рецептам из соединения белой глины с полевым шпатом и кварцем. Древний китайский фарфор также пользуется мировой славой. Сохранение этих традиций и передача их последующим поколениям является одной из важнейших задач современного даосизма.

Ведущими составляющими частями даосской традиции являются психофизиологические методы, такие как:

- трансформация сознания и «пестование жизненности» (например, медитация, гимнастика, визуализация, дыхательные упражнения, сексуальная практика);
- алхимия;
- ритуально-литургическая деятельность [3, 22].

Остальные типы и формы даосской практики могут быть сведены к указанному выше трем типам: например, внутренняя алхимия (нэй дань), по существу, сводится к комбинации практик первого типа, а оккультно-магические методы можно отнести ко второму типу [Там же]. Исходя из такой классификации, представляется возможным выяснить, какие из этих элементов преобладали в определенную эпоху развития даосизма, выделяя магистральную линию эволюции даосизма и его влияние на культуру Китая.

Велик вклад даосов и в современную китайскую медицину. Практический опыт знахарей-шаманов, их собственные мистические выкладки и магические приемы способствовали тому, что даосы в процессе поиска бессмертия познакомились с анатомией и функциями человеческого организма. Сегодня многие из их рекомендаций, методов оказались достаточно обоснованными и дали положительные результаты.

На основе даосских традиций были разработаны следующие методы традиционной медицины:

- массаж;
- иглоукалывание;
- прижигание и др.

Указанные выше методы представляют собой разновидность рефлексотерапии, при которой воздействие на организм больного осуществляется путем раздражения определенных участков кожи — точек акупунктуры (биологически активных точек).

В настоящее время в Китае даосизм представлен в первую очередь школой «Совершенной истины» и ее субнаправлением — Лунмэнь. В южной и континентальной частях Китая и на Тайване значительное влияние принадлежит школе «Небесных наставников» («Путь истинного единства»). Следовательно, даосизм представляет собой полиморфную, многоаспектную и многоуровневую религию [3, 25].

Вместе с тем даосизм не может быть усвоен в его традиционном виде современной «модернистской» цивилизацией. Но очевидно и то, что его былая

замкнутость осталась в прошлом, даосские наставники получили возможности для распространения знаний и методов их совершенствования [3, 4].

Таким образом, историческое наследие даосизма, бережно хранимое наследниками и последователями даосских традиций, позволяет не только более глубоко понять культурные и цивилизационные ценности Поднебесной, но и проследить их влияние на современное экономическое, политическое и общественное развитие Китайской Народной Республики и ее роль в глобальном мироустройстве. Даосизм представлен в качестве пути, способа цельного существования, в котором умозрение и действие, дух и материя, сознание и жизнь выступают в свободном и беспредельном единстве. Придерживаясь этого пути, можно сохранить достоинство и величие духа. Научная новизна статьи состоит в том, что в настоящем исследовании предпринята попытка системного анализа отражения даосской философии в современной жизни Китая. В процессе исследования обосновано, что природа даосизма реализуется через систему взаимосвязи «внутреннего» и «внешнего» проявления Дао; раскрыта роль даосизма в формировании эстетики восприятия, чувств, понимания через философско-символическое даосское обоснование китайской культуры; показано, что философия даосизма является идейно-мировоззренческим основанием духовной культуры современного Китая; продемонстрировано наличие элементов, идей и продуктов даосизма в современной культуре Китая.

1. *Вэн Цзянь*. Даосизм как образ жизни // Вестн. Бурят. гос. ун-та. 2011. № 6. С. 77–81.
2. *Вэн Цзянь, Горобец Л. А.* Даосизм в современном Китае. СПб., 2005. 160 с.
3. *Варова Е. И.* Даосизм и его влияние на культуру Китая // Вестн. Алт. гос. пед. ун-та. 2011. № 8. С. 21–25.
4. *Варова Е. И.* Даосские храмы и ритуально-богослужебная практика в современном Китае // Вестн. Челяб. гос. академии культуры и искусств. 2013. № 3 (35). С. 105–108.
5. *Гайсина А. В.* Социально-политические аспекты конфуцианства, даосизма и буддизма в Китае // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 4. Вып. 81, С. 155–162.
6. *Писклова Т. В.* Даосские ритуалы: почитание предков в Китае // Современные тенденции развития науки и производства : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Кемерово, 27–28 окт. 2016 г. : в 2 т. Кемерово, 2016. Т. 2. С. 54–56.
7. *Сканави А.* Юэцзи (Записки о музыке): предисл. к переводу текста, откомментированного и переведенного на современный кит. язык Люй Цзя // Музыкальная академия. 1998. № 2. С. 218.
8. *Хун Ц.* Влияние традиционной культуры Китая на современное общество // Гуманитарный вектор. 2009. № 4. С. 92–97.

Статья поступила в редакцию 15.05.2017 г.

SUMMARY

PROFESSIONAL CULTURE OF JOURNALIST OF THE DIGITAL EPOCH

- Outcomes of the international conference and the Students' readings (*O. F. Avtokhudinova, R. L. Iskhakov*).....5
- Bakanov R. P.* Russian media criticism in the context of digital media: the transformation of the professional roles of the authors..... 11
- The author, firstly, reveals the communication change between the critic and the audience from vertical to horizontal, which provides for the possibility of dialogue between the parties through a variety of network communication services. Secondly, modern television critic can no longer be a regular commentator and interpreter of media texts, he should be able to manage the information flow, which he himself creates. Thirdly, the critic's uniqueness is being questioned, because of the development of Internet and mobile services competition — anyone with an access to mobile devices can share his opinion of the TV program. Professional criticism is competing with the mass criticism and tends to lose as it is not capable of delivering the information efficiently, which, according to author, hampers development of critical thinking among the audience.
- K e y w o r d s:** television criticism; TV; author; evaluation; professional role; dialogue; audience; newspaper; social networking; critical thinking.
- Oleshko E. V.* Generic and species category of modern convergent journalism as factors of development of the digital revolution22
- Essential characteristics of the digital revolution in the context of mutual influence of modern mass media are described in this study. The tendency towards permanent improvement of their technological and dialogue boxes to create and broadcast content seems to be quite wide in the methodological context. Therefore, it serves as one of the local research approaches — analysis of media practices in terms of generic and specific categories of convergent journalism. It is concluded that with the development of multimedia capabilities of the media we can talk about changes of the communicative strategies, in general.
- K e y w o r d s:** mass media; convergent journalism; generic categories; content; dialogue; professional culture; global Network; multimedia.
- Bessonov S. I.* Management of creativity as factor of development of regional mass media in the digital environment.....31
- This article shows that the creativity is still relevant in journalism practices regarding the regional mass media. The author concludes that in the digital age the creative component as an important part of the professional culture of a journalist is the most in-demand in such segment of the media management as the management of creativity.
- K e y w o r d s:** management of creativity; creativity; creative management; professional culture of a journalist.
- Ivanova L. D.* Features of work with the audience in the media at the turn of the XIX century36
- The state of the printing activity in Russia at the turn of the XIX is considered. The need for target-oriented work aimed to increase mass-media profitability and competitiveness is justified. The object of the research is the policy of periodicals promotion, which was carried out in several directions: organization of «feedback»

with the reader in forms of mass organizational work and methods of reader's interest intensification during the subscription campaign.

Key words: capitalization of printing; mass-media self-advertisement; a policy editions promotion; mass organizational work with readers; subscription campaign; methods of reader's interest intensification.

Bulatova E. V. Cognitive and discursive practices of identification of Russians in the media44

Cognitive and discourse modeling practices of national and civil identity of Russians are presented in the study from two perspectives: from the perspective of the author and from the perspective of the recipient of media text. Frame-slot model of the dominant text concept «Russian» was built during the analysis of the cognitive and discursive practices of the author and its discursive transformation presents. Cognitive and discursive practices of the recipient is described by sociological and psycho-linguistic methods of analysis.

Key words: identity; national and civil identity; identifying characteristics; cognitive and discursive practices; media text; frame-slot model; text concept; discursive concept; survey; perception.

Popova M. F. Special projects in small press as the main competitive advantage53

The article is devoted to the generalization of the experience of the small press. By small press we understand the district and city newspapers that have relatively low circulation and are aimed at satisfying the needs of the local audience. Under current conditions many editions are trying to survive and are focused on special projects and events. These projects become a serious competitive advantage while being carefully planned and organized. They promote the creation of the relevant content and contribute to the formation of the trustful relationship between the editors and the readers.

Key words: small press; audience; content; competitive advantages; society; effectiveness; social project; information project.

Iskhakov R. L. Theoretical basis of the scientific knowledge in the journalism practices59

The results of the first bibliometric studies of the 1106 dissertation research papers referring to the major 10.01.10 — Journalism and approved by the dissertation council during the time period 2000–2013. Journalism being the object of dissertation research is presented as the fact of scientific activities. The ontological and epistemological aspects of scientific research referring to the journalistic practices of the peoples of Russia are considered. The author regards ethnic journalism as a type of applied philology.

Key words: journalism; disciplinary image of science; relation of «reality's fact — fact of knowledge»; representative; concept of the fact; National Association of Researchers of Mass-media (NAMMI); applied philology.

JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

Dmitriev O. A. Alternative media as a tool of changing traditional journalistic principles72

The information resources of the modern society tend to be the key factor for its further scientific and social development. In this process people deal with diversity and novelty of information sources. The number of news websites produced by non-journalists is rapidly growing. As a result, the audience tends to consume information produced by the well-known mainstream media, but also by the resources that become an alternative to the accepted international of national standards. This article is an attempt to track down the approaches that may become a starting point for further studies of alternative media, changes in the media landscape and modification of traditional journalism principles.

Key words: alternative media; journalism; principles; objectivity; conditionality; relevance.

Zolotova E. S. The text reveals the meaning as a measure of counter-terrorism (following the example of the Russian Media)82

Terrorism threatens the national interests of Russia. The government is taking a range of measures fighting against terrorism. A special role in this struggle is played by the media. The study discusses journalistic texts, revealing the meaning, countermeasure to the threat of terrorism. Based on the analysis of content of TV channels «Russia 1» «Russia 24», the newspaper «Nezavisimaya Gazeta», the author talks about the lack of texts, identifying meaning of the problem of terrorism in the information space of Russia.

Key words: terrorism; media; humanistic paradigm.

Miasnikova M. A. «Cinema Art» magazine» about the problems of TV88

The article provides an overview of “Cinema Art” magazine’s publications devoted to television. Particular attention is paid to the texts written by the editor-in-chief Daniel Dondurey, who in many respects determined the direction of television researches conducted published in this magazine. Unfortunately, he just died. In recent years, Russian TV channels show rather low-grade content, proving the domination of rating indices. In this respect, the magazine staff and their editor-in-chief wrote about the need for more active covering of television problems on regular basis.

K e y w o r d s: television; TV content; TV broadcasting; TV viewing; TV series; rating; TV criticism; cinema art; magazine.

Antoshin A. V., Antoshin V. A. Urals Press in conditions of Revolution 1917: main Trends of development95

This article is devoted to the phenomenon of regional press in conditions of Revolution 1917. It is based on the press published in Vyatka, Perm, Orenburg, Tobolsk and Ufa regions. The authors prove that Provisional Government had not succeeded neither in controlling of regional information space, not in effective contra propaganda of extremist ideas. It was one of the reasons of the ‘February’ government’s failure.

K e y w o r d s: press; Revolution of 1917; Ural region; regional mass media.

Fateyeva I. A. At the origins of media education ideas of «critical thinking» and «media literacy» in Russian science: Pavel Blonsky 102

This is a first time in science when the contribution of the outstanding Russian scientist P.P. Blonsky (1884 — 1941) in the formation of media education is shown. The article is dedicated to Blonsky as an of the ideas of «critical thinking» and «media literacy». Moreover, the author demonstrates active participation of Pavel Blonsky in the special and universal newspapers and magazines of his time, which, too, has not yet been addressed properly by the scholars.

K e y w o r d s: Blonskiy P.P.; critical thinking; media literacy; media education; press; radio.

Gramatchikova N. B. Oriental studies on the pages of the Orenburg Provincial Gazette: the scientific discourse’s Presence in the provincial periodical press (1853–1854) 109

The study deals with the productive and unique period of the history of the “Orenburg Provincial Gazette”, when, at the time of the changes in the editorial policy, experts-orientalists and bibliographers were invited to cooperate with the editor, and the provincial newspaper turned into a real scientific publication. Author performs a comprehensive analysis and defines a place of editorial policy’s relevance. The consequences for the domestic literature, science and the fate of the newspaper staff are described. The consequences for the Russian literature, science and the fate of the newspaper staff are described.

K e y w o r d s: Oriental studies; the provincial press; periodicals; the Khiva campaign; Ya.Khanykov; N. Khanykov; V. Vel’yaminov-Zernov; V. Zavyalov; I. Sosfenov; L. Sukhodolsky; Kirghiz (Kazakhs); Bashkirs.

POETICS

Glebovich T. A. Bykov vs Brodsky: The Conflict or the Dialog in the Same Literary Tradition 122

Poetic texts of D. Bykov’s blog are analysed in the context of poetic tradition of J. Brodsky. The process of communicating journalistic poetic form with the classical level of poetic thinking for 20th century is considered. References to preceding texts, well-known forms of poetic utterance include poetic texts of the blog and the newspaper in the scope of world literature, form dialogical relationship between poets.

K e y w o r d s: blog; poetic feuilletton; dialogue; interaction; tradition; allusions; conflict; irony; satire; text perception.

PSYCHOLOGY

- Permiakova M. E., Barsukov A. A., Ershova I. A.* The research of relationship between hardiness, happiness and coping strategies among students 132

The main purpose of the study was to examine the relationship between hardiness and happiness among students, and to compare the strategies of coping behaviour in stressful situations for hardy and happy students. The following methods were used in the study: Maddy's "Hardiness Scale" (Maddi), "Oxford Happiness Inventory", "Coping Strategies Inventory" (Folkman, Lazarus). It was found, that there was the connection between happiness and hardiness of students: the level of hardiness is higher for happy students than that for students with low level of happiness, and hardy students feel happier than students with low level of hardiness. Also the study identified similarities and differences in types of preferred coping strategies for hardy and happy students.

Key words: hardiness; happiness; coping strategies; students.

- Lebedeva J. V.* The influence of culture and gender on the features of empathy (following the example of Russian and Chinese students) 141

The article is devoted to the influence of the factors of culture and gender on emotional and cognitive forms of empathy and its orientation. The sample consisted of 104 students from Russia and China, both females and males. The tests of V. V. Boyko and I. M. Yusupov were used as measure tests. Two-way (culture x gender) ANOVA was used as a method of statistical analysis. The result discovered that empathy to the parents and the elderly is universal, independent of culture and gender. Empathy to strangers, on the contrary, is being influenced by both factors.

Key words: empathy; culture; gender; empathic orientation; student; cross-cultural approach; China; Russia.

CULTURE STUDIES

- Kirillova N. B.* Sergey Eisenstein: the revolutionary in the screen culture and a mythmaker 149

The article considers multifaceted creativity of Sergey Eisenstein — a recognized genius of the world culture of the 20th century. The author, analysing his films, as well as the texts of the theoretical works of Eisenstein and other researchers, approaches the artist's personality and creativity from two perspectives: as of great reform director, the creator of the language of "intellectual cinema", and as the founder of the screen mythology based on political ideas of Revolutionary era.

Key words: screen culture; "intellectual" cinema; «installation of attractions»; revolutionary era; historical chronicle; screen metaphor; hero — the mass; a pathetic "explosion"; mythologization of history.

- Bystrova T. Yu.* Cultural interpretation of constructivism by M. Y. Ginzburg 158

The use of cultural approach allows us to see the architecture of constructivism, including M. Y. Ginzburg's architecture, without some negative connotations generated in the books about the history of the Soviet architecture, which were written in the classical paradigm framework and were often influenced by the particular political regime. The text shows the logic of the constructivist ideas and projects, his determination of economic, political, and technical circumstances in relation to social and personal contexts of the era.

Key words: cultural interpretation; cultural analysis; constructivism; constructivist architecture; Soviet architecture; M. Y. Ginzburg.

- Vorobyova M. V.* Mechanisms of Socio-Cultural marginalization of dissident movement in the late Soviet society 166

The article is devoted to the socio-cultural marginalization of the dissident activity in the Soviet Union in the late 1960s — early 1980s. The mechanisms of socio-cultural marginalization used by government against dissidents are the main focus of the present paper. Three main mechanisms of marginalization are identified by the author: deactualization of the dissident movement, its alienation and elimination from the social environment. The author

concludes that the influence of the dissident movement in Soviet society should be regarded as weak and state's measures for socio-cultural marginalization of the dissident movement were successful.

Key words: dissidents; human rights activists; dissenters; Soviet Union; socio-cultural marginalization; Soviet state ideology; Soviet state propaganda.

Kuzmenko E. O. Success as a phenomenon of modern mass society and manifestation of the new level of standardization of cultural patterns 178

The purpose of the article is to study success as a product of the socio-cultural context and as specific manifestation of the person's value relationship to the world using the methods of axiological knowledge of cultural phenomena. The study concluded that the that success is a reflection of the value socio-cultural transformation, the reduction of the diversity and complexity of the value-semantic and socio-psychological attitudes of the individual to some simplified standardized value, which is a characteristic feature of the modern culture.

Key words: success; culture; mass society; consumption; standardized value; cultural sample.

Surkov A. Dynamic model of perception of the urban area in the context of cultural processes..... 183

This article studies the problem of creation, developing and rendering the image of the city. In this case the image of the city is studied as an element and reason of urban cultural processes. The scientific fixing of dynamic components of the image became available after the emergence of technologies of analysis like big data. Special methods are promoting transformation from qualitative data to quantitative data. Visualization of dynamic model of perception is becoming an effective tool for monitoring, prediction of changes, formation and adjustment of cultural processes.

Key words: big data; city; fourth dimension; model; perception; render; urban; visual culture; city's perception model.

SCIENTIFIC REPORTS

Mikhelson S. V. Pragmatics of the national language in the field of business culture..... 191

The article is devoted to analysis and consideration of the pragmatics of language constructs in business communication. It is shown that perception of business culture, which is displayed by the idioms, behavioural patterns affects greatly the processes of business communication, as well as economic activity and business. The examples of English business expressions decoded by the non-English speakers are analysed. The correlation was found between the meanings of linguistics expressions and cultural stereotypes of China, Japan, Russia and the USA. There is a strong impact of language on the efficiency of business activities. A conclusion is made according to which linguistics expressions of the business culture have a certain meaning based on the pragmatic criteria of the national culture.

Key words: culture; language; business communication; business culture; communication barriers; international business communication.

Lebedev N. S. Dao and modernity..... 197

The research of Dao's traditions are presented in the modern world, the problems of the most ancient religion of Dao, its influence on the present world culture are shown in the article. Dao is presented as a way of life of the Chinese people. The Dao's temples and ritual practice, Dao's rituals are also described in modern China.

Key words: Dao; culture; religion; traditions.

ИЗВЕСТИЯ
УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
Серия 1
Проблемы образования, науки и культуры
2017. Т. 23
№ 3 (165)

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 № ФС77-48319 от 27.01.12.
Учредитель – Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б. Н. Ельцина». 620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51.

Подписано в печать 12.09.2017. Формат 70 × 100 ¹/₁₆.
Уч.-изд. л. 17,3. Усл. печ. л. 17,23. Бумага офсетная. Гарнитура Petersburg.
Печать офсетная. Тираж 500 экз. Заказ 284.

Издательство Уральского университета.
620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4

Отпечатано Издательско-полиграфическом центре УрФУ.
620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4
Тел.: +7 (343) 358-93-06, 350-58-20, 350-90-13
Факс: +7 (343) 358-93-06
E-mail: press-urfu@mail.ru
<http://print.urfu.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