

ИЗВЕСТИЯ

Уральского федерального
университета

Серия 1
Проблемы образования,
науки и культуры

2018. Т. 24

№ 2 (174)

IZVESTIA

Ural Federal University
Journal

Series 1
Issues in Education,
Science and Culture

2018. Vol. 24

№ 2 (174)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

- Т. Е. Автухович**, д-р филол. наук, проф.
(Республика Беларусь, Гродно,
Гродненский государственный
университет имени Янки Купалы)
- А. Е. Аникин**, д-р филол. наук, акад. РАН
(Россия, Новосибирск, Институт
филологии СО РАН)
- Дж. Боулт**, PhD (Art Studies), проф.
(США, Лос-Анджелес, Университет
Южной Калифорнии)
- А. В. Головнев**, д-р ист. наук, чл.-корр.
РАН (Россия, Санкт-Петербург, Музей
антропологии и этнографии (Кунсткамера)
РАН)
- В. Л. Иваницкий**, д-р филол. наук, проф.
(Россия, Москва, Московский
государственный университет
им. М. В. Ломоносова)
- С. Г. Корконосенко**, д-р полит. наук,
проф. (Россия, Санкт-Петербург,
Санкт-Петербургский государственный
университет)
- К. Кроо**, д-р филол. наук, проф.
(Венгрия, Будапешт, Университет
Лоранда Этвеша)
- Дж. Майклсон**, PhD (Philology), проф.
(США, Лоренс, Канзасский университет)
- А. Мустайоки**, PhD (Philology), проф.
(Финляндия, Хельсинки, Хельсинкский
университет)
- Б. Ю. Норман**, д-р филол. наук, проф.
(Республика Беларусь, Минск, Белорусский
государственный университет)
- Г. Саймонс (Greg Simons)**, PhD, проф.
(Швеция, Уппсала, Уппсальский
университет)
- Э. Э. Сыманюк**, д-р психол. наук, проф.
(Россия, Екатеринбург, Уральский
федеральный университет)
- А. А. Тертычный**, д-р филол. наук, проф.
(Россия, Москва, Московский
государственный университет
им. М. В. Ломоносова)
- А. Федотов**, д-р филол. наук, проф.
(Болгария, София, Софийский
университет Св. Климента Охридского)
- Г. Г. Щепилова**, д-р филол. наук, проф.
(Россия, Москва, Московский
государственный университет
им. М. В. Ломоносова)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ СЕРИИ

Главный редактор

- В. М. Амиров**, канд. филол. наук, доц.
(Россия, Екатеринбург, Уральский федеральный
университет)
- Ю. М. Ершов**, д-р филол. наук, доц. (Россия,
Томск, Национальный исследовательский Томский
государственный университет)
- Т. А. Снигирева**, д-р филол. наук, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)
- Л. П. Быков**, д-р филол. наук, проф. (Россия, Екате-
ринбург, Уральский федеральный университет)
- Ю. В. Матвеева**, д-р филол. наук, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)
- Б. Н. Лозовский**, д-р филол. наук, доц. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)
- Э. В. Чепкина**, д-р филол. наук, доц. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)
- А. П. Чудинов**, д-р филол. наук, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский государственный
педагогический университет)
- О. Л. Девятова**, д-р культурологии, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)
- Н. Б. Кириллова**, д-р культурологии, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)
- И. Я. Мурзина**, д-р культурологии, проф. (Россия,
Екатеринбург, Институт образовательных стратегий)
- Г. А. Глотова**, д-р психол. наук, проф. (Россия,
Москва, Московский государственный университет
им. М. В. Ломоносова)
- Н. С. Глуханюк**, д-р психол. наук, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)
- И. А. Ершова**, канд. психол. наук, доц. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)
- С. А. Минорова**, д-р психол. наук, проф.
(Россия, Екатеринбург, Уральский государственный
педагогический университет)
- Т. Ю. Быстрова**, д-р филос. наук, доц. (Россия,
Екатеринбург, Екатеринбургская академия
современного искусства)
- Г. Е. Зборовский**, д-р филос. наук, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)
- И. В. Зиновьев**, д-р филос. наук, доц. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)
- В. Ф. Олешко**, д-р филос. наук, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)
- Р. Коул (Richard Cole)**, PhD, проф. (США,
Чапел Хилл, Университет Северной Каролины)
- Ответственный секретарь
- Л. А. Хухарева**

СОДЕРЖАНИЕ

ЖУРНАЛИСТИКА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

<i>Иванова Л. Д.</i> Система газетной прессы на рубеже XIX–XX вв.	5
<i>Симакова С. И., Топчий И. В.</i> Интерактивный инфографический контент сайта «RIA.ru» и его сущностная специфика	13
<i>Зиганшина А. А.</i> Этапы реализации коммуникационной стратегии брендов в цифровой среде	20
<i>Антошин А. В., Антошин В. А.</i> Периодическая печать британской Восточной Африки на заключительном этапе колониальной эпохи	35
<i>Сусская О. А.</i> Трансформации аудиторий СМИ как вызов современной журналистике (по материалам эмпирических социологических исследований) ...	41
<i>Литвинова Н. В.</i> Мультимедийные жанры журналистских расследований в Рунете	52
<i>Благодатских В. Г., Керимов А. А.</i> Концепт массовых коммуникаций в политологическом дискурсе	58

ПСИХОЛОГИЯ

<i>Карпетян Л. В.</i> Предикторы эмоционально-личностного благополучия. Часть 1: интернальные позитивные предикторы	66
<i>Пермякова М. Е., Глинских Е. Л., Ершова И. А.</i> Исследование связи счастья и психологического благополучия с соблюдением нравственных норм у студентов	73
<i>Куваева И. О., Саакян А. Р., Лямзин А. В.</i> Преодоление стресса молодежью: кросскультурные особенности	82
<i>Чаликова О. С.</i> Исследование профессионального мышления студентов-психологов.....	90
<i>Брель Е. Ю., Стоянова И. Я.</i> Психологические характеристики алекситимии в контексте психического здоровья и социального развития у современных подростков.....	97

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

<i>Быстрова Т. Ю.</i> Теоретико-методологическое обоснование понятия «культуральная регенерация территории»	106
<i>Корючкина П. С.</i> Проблемы этноцентризма в контексте развития этнической культуры и формирования идентичности.....	115
<i>Калинина Н. Ю.</i> Товарный обмен как фактор взаимодействия культур Европы и Азии (на примере Урало-Сибирского региона рубежа XIX–XX вв.)	121
<i>Лю Ян, Шумихина Л. А.</i> Творческое наследие И. Н. Крамского как художественные тексты культуры России XIX в.....	131
<i>Ананьев В. Г.</i> Курс музейной подготовки Миртильы Эвери: гендерные аспекты музееведческого образования в США первой трети XX в.	138

УРАЛЬСКИЙ КОНТЕКСТ

<i>Кубасов А. В.</i> «Датские» спектакли в театрах Свердловска в 50–70-е гг.....	150
<i>Подлубнова Ю. С.</i> Групповые идентичности и языки самоописания молодых уральских литераторов на страницах газеты «На смену!» (1925–1929).....	157
<i>Бортникова А. В., Бортников В. И.</i> Рецепция творчества Д. Н. Мамина-Сибиряка в периодической печати 1880–1910-х гг.....	168

ОБРАЗОВАНИЕ: ВЫЗОВЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ

<i>Мурзина И. Я.</i> Народные подвижные игры: педагогический потенциал	176
В ЛАБОРАТОРИИ УЧЕНОГО	
<i>Лебедев Н. С.</i> Китайская живопись в контексте философских идей даосизма... ..	185

ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

<i>Мясникова М. А.</i> Медийная цивилизация сегодня. Рец. на кн.: <i>Кириллова Н. Б.</i> Парадоксы медийной цивилизации : избр. статьи. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 452 с.	193
S u m m a r y	197

УДК 070.23 + 070.26 + 070.33(09)

Л. Д. Иванова

СИСТЕМА ГАЗЕТНОЙ ПРЕССЫ НА РУБЕЖЕ XIX–XX вв.

В статье выявляются причины востребованности газеты как вида СМИ в конце XIX — начале XX в., указываются экономические факторы, обусловившие ее развитие, рассматривается становление системы газетной прессы под влиянием информационной политики правительства и запросов читательской аудитории, выделяются основные типологические разновидности газетных изданий этого периода.

Ключевые слова: система газетной прессы; системообразующие факторы; информационная политика; запросы аудитории; универсальная общероссийская газета; специализированная печать; бульварные листки.

Соотношение газет и журналов в системе печати является одной из базовых характеристик уровня развития дореволюционной российской журналистики, поскольку газета и журнал — это не просто два вида периодики, но, прежде всего, как верно отметила исследователь С. Я. Махонина, «это два способа воздействия на читателя, две разные формы подачи информации» [5, 58]. Объем и количество издаваемой в тот или иной исторический период газетной прессы, как правило, свидетельствует и о профессиональном уровне пишущей братии — о ее мобильности и оперативности, и об уровне материально-технического обеспечения печатного дела; сама востребованность этого вида СМИ является качественной характеристикой политической активности общества, свидетельствующей об уровне гражданского самосознания.

Как показывает история отечественной журналистики, на протяжении полутора столетий, начиная со второй половины XVIII в., российская журналистика была преимущественно журнальной, и только в последней четверти XIX в. начинается существенное перераспределение ролей газеты и журнала в системе

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

российских СМИ, причем газета все увереннее завоевывает лидирующие позиции — не только по количеству СМИ и объему печатной продукции, но прежде всего — по общественной значимости. О быстрой популяризации этого вида СМИ в 1890 — начале 1900-х гг. свидетельствует бурный рост его самого важного типа — ежедневной общественно-политической газеты: так, в 1860 г. в России издавалось только семь ежедневных газет (98 выходили от одного до трех раз в неделю), в 1891 г. их стало в 10 раз больше (70), а в 1913 г. их количество увеличилось до 417, причем 10 из них выходили два раза в день [5, 60].

Это было обусловлено как общественно-социальными, так и социально-экономическими причинами.

В первую очередь необходимость в газетах была вызвана возросшей потребностью самого общества в получении оперативной, объективной, разносторонней информации в связи с обострением общественно-политических противоречий внутри страны и на международной арене. А интерес к газете как наиболее мобильному средству пропаганды и агитации был спровоцирован усилением классовой борьбы в последние десятилетия XIX в., в период первой русской революции и событий, последовавших после Манифеста 17 октября 1905 г., провозгласившего свободу совести, слова, собраний и союзов. В эпоху массовых потрясений начала XX в., выборов в представительские учреждения, когда была официально разрешена предвыборная агитация, именно газета стала основным средством воздействия на общественное мнение, орудием борьбы за новые голоса в период выборов в Государственную думу. Именно газета помогла лидерам общественно-политических движений и партий формировать ряды своих сторонников.

Известный публицист-народник С. Н. Кривенко в своей статье «Газетное дело и газетные люди» обратил внимание еще на одну причину востребованности газеты как самой дешевой формы периодики (1 экз. мог стоить 1–5 копеек) — ее популярность у представителей нового поколения читателей, которое начало формироваться в конце XIX столетия. «Рост читателя несомненен, — писал он, — и несомненно также, что газета становится все более и более предметом насущной необходимости не одних только богатых классов и интеллигенции, но и простого народа. Чтобы убедиться в этом, достаточно посмотреть, с каким нетерпением и какую разнообразную публику ждут на железнодорожных станциях поезда с газетами и как эти газеты быстро расхватываются. То же самое происходит и около почтовых контор в глухих городках в стороне от железных дорог. Газеты сплошь и рядом выписываются вскладчину и читаются по очереди или вслух целыми группами» [4, 325–326].

Внимание к газете как самой дешевой форме издания стало следствием возросшего культурного уровня нового читателя из низших, малообеспеченных слоев населения. Грамотных в России в этот период стало значительно больше, чем когда-либо, благодаря усилиям власти, открывающей все новые учебные заведения по всей стране, стараниями народников, марксистов и местных земств. Если раньше потребителями печатной информации были представители обеспеченных сословий, учащиеся и интеллигенция, теперь газеты читало и простолюдинье — домохозяйки, мелкие торговцы, ремесленники, кучера, рабочие

и др. Что характерно, у каждого издания, как правило, был «свой» читатель — из определенного социального слоя, со своими характерными пристрастиями, нравственными и эстетическими установками. Встречались и такие массовые СМИ, которые были востребованы у представителей разных социальных слоев (газеты «Русское слово», «Новое время», «Россия» и др.).

Наконец, не могла не сказаться заинтересованность предприятий и различных обществ в гласности, регулярной публичной отчетности и получении оперативной информации — в том числе финансовой и биржевой, в которой были кровно заинтересованы держатели акций.

Именно газета как вид СМИ была более привлекательной, нежели журнал, для возможных рекламодателей — из-за более высокой тиражности, меньшей стоимости рекламной площади и частой периодичности.

Все это и обусловило насущную потребность именно в газете как типе издания и сказалось непосредственно на ее лидерстве в системе российской прессы на рубеже веков.

Быстрому развитию газетной периодики способствовали благоприятные экономические факторы: значительно более высокий, нежели ранее, уровень развития средств производства — появление механизмов, способных быстро набирать текст и размножать информацию в массовом масштабе (новые ротационные машины, словолитни, металлографии и др.); благодаря информационным и рекламным агентствам был обеспечен постоянный приток информации, необходимый для успешного функционирования газеты, а бесперебойная работа железнодорожного транспорта способствовала быстрой доставке органов печати читателю. Появление паевых товариществ как качественно новой формы экономического сотрудничества в сфере журналистики позволило решить вопрос с финансовым обеспечением выпуска периодики в условиях постоянно возрасставшей стоимости производства СМИ — в связи с модернизацией оборудования, оплатой новых типов связи (телеграфа, телефона) и всей системы распространения и продвижения СМИ.

Как видим, эпоха рубежа XIX–XX вв. отвечала всем условиям, необходимым для успешного функционирования газет. Читательская аудитория была достаточной, информационных агентств (пресс-бюро, информбюро) становилось все больше, к концу XIX в. завершилось переоборудование типографий за счет высокоэффективной техники, а акционирование издательского дела позволило решить вопрос с финансами.

Итогом этих процессов в журналистике стало формирование в конце XIX в. системы газетной прессы, которая уже в начале следующего века была представлена изданиями самого разного характера и целевого назначения.

В качестве ведущих системообразующих факторов на рубеже XIX–XX вв. выступали *политика правительства в области печати* и *изменившиеся запросы читательской аудитории*.

Государственная информационная политика всегда играла важную роль во внутрисистемных процессах, происходивших в журналистике независимо от исторического периода. Именно власть определяла условия развития журналистики,

судьбу отдельных изданий, контролировала органы массовой информации, воздействовала на печать, вводила ограничения в тематику СМИ.

На рубеже XIX–XX вв. правительство использовало весь мощный арсенал методов управления печатью, накопленный за предыдущие столетия. Государственная информационная политика была направлена на всестороннюю поддержку лояльной печати, а те издания, которые осмеливались критиковать существующее положение дел в стране, подвергались значительному прессингу, использовалась даже такая крайняя мера, как закрытие СМИ. Властные структуры могли не давать разрешение на выход в свет новых изданий, если сомневались в лояльности их создателей. Эта практика применялась даже после Манифеста 17 октября, провозгласившего свободу слова, собраний и союзов.

Системообразующее значение государственной политики в области печати проявилось и в воздействии на укрепление системы правительственных органов печати, которая являлась одной из самых значительных подсистем российской дореволюционной печати. В начале XX в. она была представлена изданиями самого разного ранга — изданиями высших государственных органов управления (Сената, различных министерств), изданиями градоначальства, губернских правлений, полицейских управлений и городских дум, разнотипными военными изданиями, предназначенными как для офицерства, так и для нижних чинов [3, 44–45].

Особую разновидность государственных СМИ представляют в этот период религиозные издания, отражающие официальную церковную идеологию и активно транслирующие ее в масштабах страны, — центральные и епархиальные: официальные издания Святейшего синода, епархий, духовных школ, монастырей и приходов, церковных обществ и братств [8, 120]. Они были предназначены для особого читателя — преподавателей, студентов и выпускников духовных школ, не принявших священного сана, но подвизавшихся на церковном, духовно-учебном, церковно-просветительском и миссионерском служениях.

Церковно-приходские школы, число которых к концу XIX в. превысило 30 тыс., сыграли важную роль в подготовке нового поколения читателей — крестьян и мещан, получивших грамотность и представления об окружающем мире на базе этого, пусть и одностороннего, ограниченного, но важного уровня образования. Это повлекло за собой возникновение качественно новых по типу религиозных СМИ — изданий религиозно-общественного характера. В 1888–1910 гг. возникло 54 периодических издания, «содержание которых формировалось на основе соответствующего образовательного и мировоззренческого горизонта» [6]. Этот класс читателей существенно пополнил аудиторию СМИ начала XX в., изменив ее состав и запросы.

Интересы качественно новой — значительно более многочисленной, нежели ранее, разнообразной по своим социальным, образовательным и культурным характеристикам читательской массы и сыграли роль еще одного системообразующего фактора в журналистике конца XIX — начала XX в.

Всю частную газетную прессу конца XIX — начала XX в. в зависимости от ориентации на ту или иную аудиторию можно условно разделить на три большие типологические группы: *общероссийская массовая универсальная газета* (большая

и малая), *специализированная пресса* и *бульварные издания* («уличные листки») как прообраз городских СМИ.

К более качественным общероссийским изданиям этого периода вполне применим термин «универсальная газета», поскольку он точно отражает характер подобных изданий. В них активно обсуждалась как общественно-политическая, так и культурная тематика, поднимались социальные, финансовые вопросы; в структуру изданий включались литературные отделы, где печатались рассказы, выдержки из повестей; по примеру западных газет редакции обеспечивали публикацию иностранных корреспонденций. Под влиянием читателей в некоторых изданиях появлялись специфические рубрики и отделы («Письма в редакцию», «Ответы редакции», странички моды и кулинарии).

Все универсальные газеты можно условно разделить на *большую* и *малую* прессу.

Большая пресса воплощалась в типе ежедневной, солидной газеты, информирующей своего читателя по самым широким вопросам экономики, политики и культуры. Характерная особенность газеты такого типа — большой объем и формат (40 × 60), частая периодичность (ежедневно или даже два раза в день — утром и вечером), серьезная проблематика. Характерными представителями таких изданий были такие газеты, как «Русские ведомости», «Новое время», «Русское слово», «Россия», «Русский курьер», «Свет» и др.

К малой (формата 30 × 40), или четырехрублевой, прессе в начале XX в. относили менее серьезные издания, рассчитанные на «пестрого» провинциального читателя («Новости», второй выпуск газеты «Биржевые ведомости» и др.).

Универсальный характер имели и многочисленные провинциальные издания, которые издавали на местах энтузиасты газетного дела, вовлекая в общественную жизнь миллионы людей по всей России. Они информировали своего читателя о тех фактах действительности, которые не успевала отслеживать столичная пресса. Отдельные органы печати, выходившие в городах, освещали события, происходившие в отдаленных районах, как это делала, например, екатеринбургская или сибирская пресса («Екатеринбургская неделя», иркутские газеты «Сибирь» и «Восточное обозрение», томская «Сибирская газета», красноярский «Енисей» и др.). В этом случае та разносторонняя информация, которая появлялась в этих изданиях, не ограничивалась местной тематикой, а приобретала региональный характер.

Специализированные издания, представляющие второй наиболее распространенный тип газетных СМИ, отражали практически все профессиональные интересы читателя той эпохи (выпускались медицинские, педагогические газеты, издания для пчеловодов, маслоделов, виноделов, химиков, математиков и др.). Были издания для рыболовов, охотников, любителей скачек.

Для специализированных газет были характерны следующие черты: единство тематики, профессиональная лексика, аналитический характер публикаций, специфический подбор иллюстративного материала, глубокое знание профессиональной специфики, стилевое единство — в целом сказывалась ориентация на запросы профессионально подготовленной, образованной аудитории.

К особой группе относились корпоративные газеты, появившиеся в России в конце XIX в., такие, например, как «Известия Общества заводчиков и фабрикантов Московского промышленного района», представляющие интересы владельцев предприятий нескольких сфер производства — лакокрасочной, химической, фармацевтической и некоторых других, «Южнорусский горный листок» — периодический орган Совета съезда горнопромышленников Юга России, «Вестник сахарной промышленности», издававшийся Всероссийским обществом сахарозаводчиков в Киеве, и многие другие.

Эти издания имели узкий круг читателей, куда входили работники предприятий той или иной отрасли (специалисты, мастера), представители смежных производств, торговцы, заинтересованные в развитии тесных связей с промышленниками; редакции газет бесплатно рассылали часть тиража чиновникам, от которых зависело развитие отрасли.

В отличие от других специализированных СМИ, корпоративные газеты отличались явной ангажированностью, последовательной протекционистской политикой в интересах издателей-учредителей, в роли которых выступали капиталистические или финансовые сообщества. Их задачей было воздействие на членов правительства и чиновников соответствующих ведомств с целью добиться преимуществ при распределении электроэнергии, топлива, сырья или вагонов для перевозки грузов по железной дороге, увеличения таможенных пошлин, препятствующих проникновению в Россию западной продукции, снижения налогового бремени и т. д.

Партийные газеты — еще одна разновидность изданий, которая появилась в конце XIX в. Это целый комплекс типологических изданий, представлявших одну из важных подсистем газетной прессы и отражавших «различные идеологические и социально-политические цели различных социальных классов, слоев и групп населения страны, руководимых центральными органами своих партий и оказывающих пропагандистское, агитационное и организационное воздействие на массовую аудиторию с целью привлечения сторонников программных, стратегических и тактических целей и задач своей партии» [1, 23]. Главными типоформирующими факторами такой печати являлись программные и тактические цели издающего партийного органа, авторский состав редакции, функциональная агитационно-пропагандистская и организационная специфика информации, а также социальные черты читательской аудитории, на которую осуществлялось воздействие [2, 67]. Именно они определяли характер информации и тематическое наполнение изданий.

Особую группу газетных изданий представляли так называемые *уличные листки*, т. е. газеты бульварного типа, репортерские, делающие ставку на развлечение, рекламу и рассчитанные на непритязательного читателя — как правило, из самых низших социальных слоев («Петербургская газета», «Петербургский листок», «Московский листок», «Газета-копейка» и др.).

Эти органы прессы не проявляли интереса к серьезным вопросам текущей общественной и политической жизни, не заостряли внимания на проблемах экономики и социальной жизни. Объектом их внимания были факты и события, способные произвести сенсацию среди обывателей.

В структуру этих листков включались судебные отделы, в которых под громкими заголовками печатались подробные отчеты о шумевших судебных процессах, на их страницах публиковались популярные короткие рассказы, криминальные истории и даже авантюрные романы с заманчивыми названиями («Миллионер-преступник», «Тайна брянских лесов» и др.). Как правило, обязательным был отдел фельетона — одного из самых популярных в то время жанров. Основанная в 1883 г. в Москве газета «Новости дня», редактором которой был бывший репортер «Московских ведомостей» А. Я. Липскеров, привлекала своего читателя отделом «Бега и скачки».

Для этих изданий были характерны ярко выраженная информативность, простой, доходчивый язык («язык улиц»), исключительное внимание к оформлению (крикливые заголовки набирались крупным затейливым шрифтом, использовалось большое количество иллюстративного материала самого разного характера), наличие бесплатных приложений как средства привлечения внимания подписчиков, обилие рекламы, плохое качество исполнения и низкая стоимость.

Следует отметить, что при всем различии в принципах отбора информации и ее обработки, в редакционной политике и даже стилистике газетных материалов, для всех групп газетных изданий рубежа XIX–XX вв. характерны и общие черты, отражавшие влияние эпохи и специфические тенденции в развитии российской журналистики этого периода.

Многие издания этого периода были многополосными; рост объемов и форматов изданий был характерен даже для бульварных СМИ, которые стремились придать себе солидности за счет более частой периодичности и большей насыщенности текстовыми материалами. Большинство материалов печаталось без подписи, и это стало причиной того, что многие журналисты той эпохи так и остались безымянными.

Благодаря научно-техническому прогрессу, новым возможностям полиграфической отрасли постоянно происходили существенные изменения в тематике изданий, в структуре полос. Так, новым содержательным и структурным элементом первой полосы газет рубежа XIX–XX вв. стал жанр «телеграммы», представляющий самые значимые и свежие новости. «Телеграммы» размещались сразу за ежедневным обзором событий (в солидном издании) или подборкой новостей (в бульварной прессе), открывающими номера. Развитие фотожурналистики обусловило появление на страницах российских газет фотографий. Правда, появлялись они нерегулярно — из-за дороговизны изготовления клише и малого числа специальных мастерских для их производства, но тем не менее все чаще они украшали газетные полосы, делая их оформление менее скучным, монотонным и серым. Нередкими на газетных полосах начала XX в. были и другие виды иллюстраций: портреты, репортажные рисунки с натуры, перерисовки с фотографий, политические и бытовые карикатуры или шаржи, изображения юмористических сценок и т. п. [2, 45–46]. Отдел фельетона присутствовал как в серьезной буржуазной газете, так и в бульварном издании, очень востребованным жанром был репортаж.

Благодаря самоотверженному труду репортеров, имена которых были неизвестны российскому читателю, русские газеты каждый день наполнялись свежей, интересной информацией, таким образом повышалась информативность газетных полос и их востребованность у российского читателя.

1. *Ахмадулин Е. В.* Пресса легальных политических партий России начала XX в.: историко-типологическое исследование : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Ростов на/Д, 2001.
2. *Иванова Л. Д.* Русская дореволюционная печать (1890-е гг. — 1917). Основные тенденции развития : конспект лекций. Екатеринбург, 2008. 92 с.
3. *Иванова Л. Д.* Формирование системы периодической печати в России на рубеже XIX–XX вв. // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 1(110). С. 42–47.
4. *Кривенко С. Н.* Газетное дело и газетные люди // Махонина С. Я. История русской журналистики начала XX в. : учеб.-метод. комплект (учебное пособие, хрестоматия). 3-е изд. М., 2008. С. 325–334.
5. *Махонина С. Я.* История русской журналистики начала XX в. : учеб. пособие. М., 2002.
6. *Нетужилов К. Е.* Формирование системы церковной периодической печати в России XIX–XX в.: историко-типологический анализ : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2010 [Электронный ресурс]. URL:www.dissers.ru/avtoreferati-dissertatsii-filologiy/a_344.php (дата обращения: 06.03.2018).
7. *Нетужилов К. Е.* Церковная периодическая печать в России XIX столетия. СПб., 2008. 268 с.

Статья поступила в редакцию 20.03.2018 г.

ИНТЕРАКТИВНЫЙ ИНФОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕНТ САЙТА «RIA.RU» И ЕГО СУЩНОСТНАЯ СПЕЦИФИКА*

Дается типология инфографического контента, оценивается его информативный потенциал. Отмечаются типичные ошибки и недочеты в использовании интерактивной инфографики. Производится комплексный анализ журналистских материалов сайта РИА «Новости», содержащих интерактивную инфографику. Наблюдения и выводы, сделанные в процессе анализа эмпирического материала, представляют ценность как для теоретиков, исследующих визуальный контент журналистских материалов, так и для практикующих специалистов в области создания интерактивной инфографики, в особенности для онлайн-изданий.

К л ю ч е в ы е с л о в а: визуальный поворот; визуальный контент; инфографика; интерактивная инфографика; РИА «Новости»; сайт «RIA.ru».

В условиях визуального поворота в информационной сфере увеличение образности медийного пространства становится закономерным и даже неизбежным. Количество и качество форматов визуального представления информации растет, происходит их усложнение, подходы к подаче визуальных сообщений становятся все более творческими, тексты дополняются или замещаются картинками, происходит их диффузное взаимопроникновение.

Современная журналистика предлагает множество форм визуализации, в зависимости от темы, идеи, назначения статьи, специфики ее целевой аудитории и пр. (см., например, [1, 2]).

Инфографика с ее уникальными возможностями — способностью реализовать комплексную репрезентацию информации, сжато передавать большие массивы данных, четко обозначать их суть, концептуализировать тему, а также давать аудитории возможности выбора при потреблении инфографических сообщений — является сегодня одним из наиболее любопытных медиафеноменов, требующих активного исследования. В рамках нашей статьи рассмотрим интерактивную инфографику, а именно ее роль в визуализации журналистских материалов. В одной из работ С. И. Симакова и В. В. Федотовский отмечают, что «интерактивность — это топовый тренд в сфере инфографики последних

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда, проект № 18-18-00007.

СИМАКОВА Светлана Ивановна — кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета (e-mail: simakovi@mail.ru).

ТОПЧИЙ Ирина Владимировна — младший научный сотрудник учебно-научного центра медиаобразования факультета журналистики, магистрант кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета (e-mail: mm-is@mail.ru).

© Симакова С. И., Топчий И. В., 2018

лет. <...> Вообще, интерактивностью называется способность медиа реагировать на действия пользователя, поэтому интерактивной инфографикой называется та инфографика, которая так или иначе взаимодействует с читающим ее человеком, помогая ему и облегчая восприятие» [3, 18].

Цель исследования, результаты которого представлены в данной статье, формулируется следующим образом: комплексный анализ материалов сайта РИА «Новости», содержащих интерактивную инфографику, их систематизация, типологизирование, выявление механизмов визуализации информации по различным темам, определение степени эффективности использования потенциала интерактивной инфографики и выявление ошибок и недостатков при ее создании сотрудниками РИА «Новости».

Эмпирическая база нашего исследования включает в себя массив инфографических медиаматериалов (323 единицы), представленных на официальном сайте РИА «Новости» (входит в структуру МИА «Россия сегодня») за период с июня по декабрь 2017 г., отобранных методом сплошной выборки и составивших фон исследования. В свою очередь, из этого массива в процессе вторичного отбора была выделена группа материалов, квалифицированная нами как уникальная (неповторяющаяся) интерактивная инфографика, в количестве 37 единиц, которые были подвергнуты детальному анализу.

Переходя к анализу основного массива инфографического контента, отметим, что интерактивная инфографика, содержащаяся на сайте «RIA.ru» (в интересующий нас период), была представлена различными темами:

- *внешнеэкономический и политический блок*: «Санкции против России и ответные шаги» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170901/1501426774.html>), «“Большая двадцатка” в цифрах» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170706/1497087791.html>), «Рейтинг стран Европы по стоимости бензина» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170720/1498845018.html>), «Пять лет совместных учений США и Южной Кореи» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170821/1500798718.html>) и др.);
- *внутренняя политика* — прежде всего, выборы: «Выборы глав регионов России 2017. 10 сентября — единый день голосования» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170908/1502082115.html>), «Единый день голосования в России 10 сентября 2017 года» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170901/1501554323.html>);
- *война и оборона*: «Ракетный паритет» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170821/1500560227.html>), «Битва за Сирию. Освобождение Дейр-эз-Зора» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171010/1506555308.html>), «Афганистан после ввода войск ISAF с 2001 по 2017» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171109/1508494074.html>) и др.;
- *спорт и туризм*: «Биатлон. Гид по олимпийскому виду спорта» (URL: https://rsport.ria.ru/winter2018_info/20171024/715525881.html), «Горнолыжные курорты России» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171211/1510524318.html>), «Всероссийский навигатор по детскому отдыху 2017/2018» (URL: https://ria.ru/sn_childhood/20171107/1507227460.html);
- *Москва — реновация*: «Все дома реновации» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170614/1496473098.html>), «Четыре реновации Москвы. Как

менялось массовое строительство в столице» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170926/1504861809.html>), *недвижимость*: «Цены на квартиры в Москве по месяцам» (URL: https://realty.ria.ru/multimedia_infographics/20171011/407543915.html) и др.;

- *образование*: «Лучшие университеты мира по трудоустройству выпускников — 2018» (URL: https://ria.ru/abitura_world/20170911/1502469067.html), «Лучшие школы России — 2017» (URL: https://ria.ru/sn_edu/20171004/1506060903.html);

- *социальная сфера и производство*: «Люди сильных профессий. Как работают российские металлурги и горняки» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170907/1501492383.html>);

- *космос*: «Спутники: 60 лет на орбите» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171004/1506094925.html>);

- *культура*: «“Игра престолов”: дождалась» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170715/1498532209.html>), «Царь моря. Крым глазами Айвазовского» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170728/1499295154.html>) и др.;

- *история — революция*: «Великая русская революция» (URL: <https://ria.ru/revolution/>), «Хлеба и денег! Экономика России накануне революции» (URL: https://ria.ru/revolution_postup/20170801/1499494382.html), «Выступление генерала Корнилова / Преступление генерала Корнилова» (URL: https://ria.ru/revolution_postup/20170907/1500461814.html) и др., *Великая Отечественная война*: «Крепость Сталинграда. Война среди руин» (URL: <https://ria.ru/infografika/20170717/1498534112.html>) и др.;

- *ДТП*: «Сколько людей становятся жертвами ДТП в России?» (URL: https://ria.ru/tv_society/20161120/1481721304.html) — эта инфографика была создана значительно раньше исследуемого нами периода, но активно в нем использовалась;

- *другие более мелкие тематические направления*: например, «Рейтинг трезвости российских регионов» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171127/1509696354.html>) и др.

Конечно, подобное тематическое деление всегда в некоторой степени условно, поскольку, например, инфографика «Царь моря. Крым глазами Айвазовского» не только элемент культуры, но и политики: в связи с присоединением Крыма актуальной стала его популяризация. Военные сюжеты могли бы быть включены в сферу внутренней или внешней политики и т. д. Но нас в данном случае интересует другое. Представленная нами типология как нельзя лучше иллюстрирует многообразие тематики интерактивной инфографики на «RIA.ru» (эта иллюстративность и требует подобной дробности в выделении тем). Мы можем отметить, что инфографика создается на значимые темы (так называемые «вечные» или подолгу не уходящие с повестки дня СМИ), имеющие хороший потенциал для визуализации. При этом позже инфографика может включаться и в новостные сюжеты, как в случае с видеoinфографикой «Сколько людей становятся жертвами ДТП в России?».

Отметим также, что в анализируемый нами период на сайте было достаточно много исторической инфографики. 2017 г. — это, как известно, год столетия

революции. Эту тему РИА «Новости» не только не стали обходить стороной, но и сделали элементом брендинга.

Впрочем, нужно отдавать себе отчет в том, что у разных тем, сюжетов (в рамках этих тем) различный визуализационный потенциал, и визуализируются они, соответственно, по-разному. Так, например, интерактивность инфографики «Федеральная сетевая компания единой энергетической системы» ([URL: https://ria.ru/economy/20170623/1497169065.html](https://ria.ru/economy/20170623/1497169065.html)), «Единый день голосования в России 10 сентября 2017 года», «Пять лет совместных учений США и Южной Кореи», «Горнолыжные курорты России» сводится только к перелистыванию страниц. Потребитель просто листает «презентацию», как сборник статичной инфографики на ту или иную тему, и не более того. С одной стороны, такой подход позволяет вместить большие объемы информации в одну инфографику, не испугав потребителя огромным массивом сведений (он может отказаться от просмотра на любом из слайдов), с другой, очевидно, что такой уровень интерактивности является предельно низким. И если читателя не заинтересовала тема, такой интерактивностью вовлечь его в потребление материала тем более невозможно. Низкий уровень интерактивности демонстрирует и инфографика «Лучшие университеты мира по трудоустройству выпускников — 2018». Она «упаковывает» в таблицу топ-100 университеты с точки зрения трудоустройства выпускников. Максимум, что в ней можно сделать, это кликнуть по вузу, чтобы оказаться на странице последнего. Крайне низок уровень интерактивности и у видеоинфографики «Как росла столица» ([URL: https://ria.ru/video/20170909/1502127577.html](https://ria.ru/video/20170909/1502127577.html)), В данном случае интерактивность связана с нажатием кнопки мыши при запуске сюжета. Это, конечно, очень немного с точки зрения интерактивного взаимодействия, но видеоинфографика притягательна сама по себе, у нее еще есть некоторый временной запас до того момента, когда она надоест аудитории и ей потребуются кардинальные изменения формата. Пока же можно назвать ее условно интерактивной.

Гораздо более высокий уровень интерактивности имеет инфографика «Рейтинг стран Европы по стоимости бензина». Ее организующим центром выступает интерактивная карта Европы, сопровождаемая списком европейских стран, который, в зависимости от показателей («цены на Аи-95», «цены на дизельное топливо», изменения цен), трансформируется в линейную (полосовую) диаграмму. В инфографике легко найти интересующую информацию по щелчку кнопки мыши на карте или перемещаясь в верхней линейке-навигаторе.

Наиболее высокий уровень интерактивности показывает материал «Всероссийский навигатор по детскому отдыху 2017/2018», который представлен в виде таблицы, включающей 252 программы детского отдыха. Здесь предоставляется возможность выбрать регион, цену, сезон, наличие или отсутствие условий для инвалидов и пр., т. е. подобрать таким образом оптимальную программу для своего ребенка. Однако визуальное оформление «навигатора» оказывается непрозрачным до такой степени, что заставляет задуматься, инфографика ли это вообще? В результате отличная идея оказывается плохо реализованной. Блеклые цвета, мелкие иконки, неудачный шрифт делают этот материал «проходным», он не «цепляет» глаз, к нему не хочется возвращаться.

Обратимся к формам репрезентации анализируемой нами интерактивной инфографики. Отталкиваясь от специфики инфографического контента РИА «Новости», разделим его по признаку сочетаемости инфографики с другими компонентами журналистского материала на:

— одиночную интерактивную инфографику, которая, в свою очередь, может а) являться смысловым центром журналистского материала, б) дополнять текстовую информацию;

— многосоставную интерактивную инфографику как совокупность статичных инфографических компонентов;

— интерактивную инфографику как элемент набора инфографических компонентов, где некоторые являются интерактивными, а некоторые — статичными;

— инфографику как часть мультимедийной статьи или сноуфолла.

В зависимости от вида инфографики в представленной классификации различаются и формы ее репрезентации. Так, одиночная инфографика на «RIA.ru» зачастую оказывается представленной в виде карт, например, «Санкции против России и ответные шаги»: в данном случае карта сопровождается списком, переходы по которому выделяют цветом те или иные сегменты карты; в виде интерактивных карт, например, «Все дома реновации», или их сочетания, например, «Битва за Сирию. Освобождение Дейр-эз-Зора» содержит оба вида карт. Также в этом сегменте встречаются графики — «“Большая двадцатка” в цифрах», анимация — «В Крым за 10 минут. Почему вы полюбите мост через Керченский пролив» (URL: <https://ria.ru/infografika/20160704/1458275906.html#top>). Кроме того, в единственном числе нам встретилась инфографика, отображающая процесс и перспективу («Люди сильных профессий. Как работают российские металлурги и горняки»), показывающая стадии процесса производства металла: от добычи угля и руды до металлургического производства (с возможностью пощелкать по агрегатам, цехам, представителям профессий и получить о них дополнительную информацию). Ну и, наконец, в этом ряду можно указать нестандартные инфографические форматы. В частности, материал «Человек-оркестр: собери участников фестиваля “Спасская башня”» (URL: https://ria.ru/spasskaya_bashnya/20170809/1500046159.html) представляет собой нечто среднее между игрушкой и инфографикой. Международный военно-музыкальный фестиваль «Спасская башня» ежегодно собирает более полутора тысяч музыкантов, военных и артистов. И представленный материал призван научить отличать волынщиков от барабашиков, а карабинеров от тирольских стрелков. РИА «Новости» предлагают собрать фигурку музыканта из составных элементов. В случае, если удастся сделать это правильно, появляется окошко, рассказывающее об этом музыканте подробно.

Многосоставная интерактивная инфографика как совокупность статичных инфографических компонентов по большей части представлена инфографическим контентом с низким уровнем интерактивности, как правило, это сборники статичной инфографики самых разных типов. В частности, инфографика «Единый день голосования в России 10 сентября 2017 года» включает в себя несколько статичных карт (отмечены регионы, где проходят выборы депутатов, а также высших должностных лиц и глав муниципальных образований административных

центров и др.) и таймлайн, посвященный истории единого дня голосования. Таким образом, многосоставная инфографика, интерактивность которой заключается лишь в необходимости ее перелистывать, как правило, включает в себя множество форм репрезентации статичной инфографики. Это могут быть схемы, карты, диаграммы, графики и др. — все то, что позволяет с разных сторон рассказать о теме инфографического сообщения.

Интерактивная инфографика как составная часть (одна, две, три и т. д.) инфографического меню в материале выглядит несколько иначе. Так, например, материал «Афганистан после ввода войск ISAF с 2001 по 2017» объединяет три карты, две из них интерактивны: 1) карта, демонстрирующая изменение территорий, подконтрольных Талибану и ИГИЛ с 2001 по 2016 г.; 2) карта, рассказывающая об изменении посевных площадей опийного мака. В то время как третья карта, посвященная минеральным ресурсам Афганистана, интерактивной не является. Однако в целом статья (со всей совокупностью инфографики) представляет собой довольно качественное осмысление вопроса об изменении в Афганистане ситуации с талибами и наркопроизводством с момента ввода сил международной коалиции.

Интерактивная инфографика как часть мультимедийного материала (истории, рассказанной с помощью нескольких мультимедийных средств) или сноуфолла (под которым мы понимаем длинный рассказ, сопровождаемый фотогалереями, аудио- и видеороликами, оформленный с помощью параллаксной верстки) — особая тема. Так, топовым продуктом «RIA.ru» в 2017 г. стала мультимедийная история «Великая русская революция» — объемный материал, объединивший более трех десятков сноуфоллов и сумевший рассказать о событиях столетней давности при помощи анимированных сюжетов, видеохроники, архивных фото, инфографики и, конечно, больших текстов очеркового плана. Можно смело утверждать, что столь масштабный проект является элементом конструирования бренда РИА «Новости». Это формат престижа, созданный в том числе для того, чтобы продемонстрировать собственные возможности, так как создание этой мультимедийной истории, несомненно, потребовало огромной производственной базы, внушительных ресурсов и большого количества временных затрат (проект создавался практически на протяжении года). Он изначально был рассчитан на резонанс, в том числе и в медийном сообществе, которому постоянно нужно на кого-то равняться. Таким образом, завершая анализ мультимедийного проекта «Великая русская революция», необходимо отметить, что он достаточно активно использует инфографику, представляя ее в различных форматах репрезентации (карты, графики, облака тегов, таймлайны, диаграммы и пр.), однако уровень ее интерактивности в целом нельзя назвать высоким, поскольку он сводится лишь к процедуре «прокрутки» материалов колесиком мыши. Эта прокрутка, в свою очередь, активирует инфографику, но при этом она сама остается недоступной для изменения со стороны пользователя.

Итак, подводя итоги выполненного анализа, отметим, что интерактивная инфографика является важным компонентом инфографического контента сайта РИА «Новости». Она фактологична, содержательна, грамотно визуализирована, часто

интересно подана, но при этом содержит и недочеты. В частности, не вся интерактивная инфографика РИА «Новости» открывается. Так, инфографика «Биатлон. Гид по олимпийскому виду спорта» не открылась ни на одном из имеющихся у нас устройств. Мультимедийный проект «Великая русская революция» не всегда удобен при навигации. Далеко не все материалы проекта позволяют вернуться на главную страницу, таймлайн «Поступь революции» при просмотре сноуфоллов и возврате из них всегда «отскакивает» назад и пр. В некоторых инфографических сообщениях визуальная красота оттесняет на второй план информативность, что делает такие материалы неудобными для восприятия и вызывает раздражение. В частности, инфографика «Сирия: путь к победе» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171211/1510402487.html>) представлена в виде спирали, и только если кликнуть на ее сегменты, можно посмотреть хронологию событий войны в Сирии. Адекватную последовательность событий можно выстроить только в том случае, если материал просто «скроллить». Если же медиапотребителю придет в голову мысль нажать на сегменты инфографики, последнее, что ему удастся сделать, — это выстроить события в хронологическом порядке. После активации элементов инфографики спираль начинает раскручиваться и закручиваться. В результате теряется всякая логика, рушатся взаимосвязи. Неудачной, с нашей точки зрения, является и инфографика «Расследование “вмешательства” РФ в американские выборы» (URL: <https://ria.ru/infografika/20171201/1510052056.html>), представляющая собой дерево связей. Для ее создания наверняка была проделана титаническая работа. Однако чтобы воспринять эту инфографику, медиапотребителю придется потрудиться не менее ощутимо. Множественность связей, накладывающиеся друг на друга цвета, блеклые иконки переходов на другие вкладки отпугивают потенциальную аудиторию, подавляют желание разобраться в инфографике.

Впрочем, справедливости ради, признаем, что ошибки совершаются всеми, кто хоть что-нибудь делает. В данном случае они единичны. И не портят общего весьма благоприятного представления об интерактивном инфографическом контенте, представленном на сайте. Мы уверены, что продолжение работы в данном направлении принесет немало творческих открытий и будет способствовать созданию по-настоящему интересной, креативной, грамотной инфографики.

1. Симакова С. И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Филология. Искусствоведение ; вып. 94. 2015. № 5 (360). С. 163–169.

2. Симакова С. И. Тенденции визуализации журналистского контента в современных СМИ // Вестн. Сев.-Осетин. гос. ун-та им. К. Л. Хетагурова. 2015. № 3. С. 213–218.

3. Симакова С. И., Федотовский В. В. Инфографика: прошлое, настоящее, будущее // Знак: проблемное поле медиаобразования : [науч. журн.] (Челябинск). 2016. № 3 (20). С. 13–25.

ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ БРЕНДОВ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

На сегодняшний день цифровые медиа стали стратегически важной средой присутствия для глобальных и локальных брендов за счет обеспечения качественно нового контакта с аудиторией по сравнению с традиционными медиа. Мы исследовали основные этапы стратегического планирования рекламной коммуникации в цифровой среде, уделив особое внимание каналам и инструментам интернет-продвижения. Каждый из этапов имеет свои уникальные особенности, обусловленные спецификой цифровой среды. Статья основана на научных исследованиях, а также на опыте рекламной деятельности автора.

К л ю ч е в ы е с л о в а: цифровые медиа; новые медиа; стратегическое планирование; коммуникационная стратегия; бренд-коммуникация; реклама; Интернет; интернет-коммуникация; цифровые инструменты; цифровая коммуникация.

С каждым годом растет количество интернет-пользователей во всем мире, и вместе с ростом аудитории Интернета набирает обороты и рекламный рынок в Глобальной электронной сети. Появление и развитие новых форм интернет-рекламы позволяет компаниям выйти на качественно иной уровень и получить дополнительные конкурентные преимущества.

На сегодняшний день конкуренция за внимание пользователя очень высока, поэтому компании вынуждены прикладывать особые усилия для разработки успешной комплексной коммуникационной стратегии продвижения товара или услуги. Процесс коммуникации может быть схематически представлен в виде универсальной последовательности действий, предложенной американским исследователем Г. Лассуэллом [16, 40] (рис. 1).

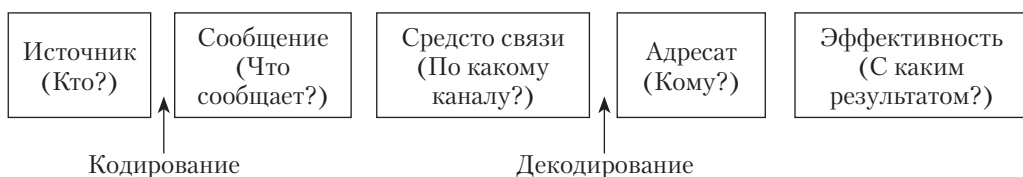


Рис. 1. Модель коммуникаций Гарольда Лассуэлла

Данная модель объясняет коммуникацию как процесс, в котором некий источник сообщает получателю информацию, используя определенные средства связи и достигая при этом конкретного эффекта. В случае рекламной коммуникации

ЗИГАНШИНА Анна Антоновна — копирайтер ООО «Чейл Рус» (рекламное агентство Cheil Russia), г. Москва, соискатель ученой степени кандидата филологических наук (e-mail: ziganshina.anna@gmail.com).

в качестве средств выступают различные формы репрезентации действительности. Анализ определений показал, что термин «коммуникация» имеет три основные интерпретации:

- это процесс передачи информации, знаний от одного индивида к другому, от источника информации к приемнику;
- совокупность связей и отношений, являющихся структурной основой этого процесса (коммуникация рассматривается как инструмент взаимодействия);
- передача и обмен информацией с целью воздействия на общество и его составные компоненты [6, 14].

Итак, коммуникация — это процесс взаимодействия и способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать разнообразную информацию [13, 30]. С точки зрения рекламы, коммуникация — это процесс передачи информации, целью которого является заданная отправителем реакция, побуждающая получателя сообщения осуществить действия, выгодные для рекламодателя, выступающего источником сообщения.

Ключевая задача коммуникационной стратегии в рекламной практике — обеспечение информационной поддержки развития бренда. Коммуникационная стратегия базируется на позиционировании, креативной стратегии и медийной стратегии, она представляет собой набор наиболее эффективных инструментов воздействия на целевые аудитории и определенную программу использования этих инструментов.

Разработка коммуникационной стратегии осуществляется исходя из актуальных потребностей рынка, с учетом предпочтений целевой аудитории и других факторов. Цель разработки коммуникационной стратегии — это управление взаимодействием потребителя и бренда, формирование эффективного и предсказуемого общения потребителя с брендом, совершенствование бренда согласно мнению потребителя, запросам времени и рынка. В процессе разработки коммуникационной стратегии анализируются задачи, формулируется ключевое сообщение (key message) и коммуникационная цель, определяются основные элементы, с помощью которых будет происходить эффективная передача сообщений представителям целевых аудиторий. Реклама должна не просто донести это ключевое сообщение до целевой аудитории, но и убедить покупателя в том, что этот продукт уникален и достоин покупки.

Итак, коммуникационная стратегия — это тщательно продуманный и спланированный план действий по продвижению бренда, который включает в себя анализ рынка, разработку позиционирования, выбор эффективных инструментов и каналов продвижения и, наконец, яркие креативные решения. В каждой коммуникационной стратегии есть неизменные элементы — это коммуникационные цели, целевая аудитория, коммуникационное сообщение, инструменты продвижения и ресурсы.

Специфика планирования коммуникационной стратегии в сети Интернет обусловлена самой коммуникативной средой Интернета. Мы рассматриваем Интернет как уникальную среду, а не просто как дополнительный канал размещения, поэтому планирование стратегии в Интернете — это интеграция возможностей

и ресурсов в онлайн-пространстве. Таким образом, мы можем сделать вывод о наличии или отсутствии специфики планирования коммуникационной стратегии в сети Интернет не только с точки зрения прохождения этапов процесса планирования, но и с точки зрения общего подхода к построению этой стратегии и тех параметров, на основе которых специалист разрабатывает ее. Стратегическое планирование в цифровой среде складывается из тех же этапов, что и классическое стратегическое планирование рекламных коммуникаций, но имеет свои особенности на каждом из этапов. Рассмотрим подробнее эти этапы [8].

1. Анализ текущей ситуации

На первом этапе происходит разбор исходных данных, которые предоставил клиент: анализ текущей ситуации клиента, наличие ресурсов, бизнес-цели и задачи, информация о конкурентах. На данном этапе разработки коммуникационной стратегии намечаются цели продвижения бренда. Анализ текущей ситуации важен в процессе разработки коммуникационной стратегии в Интернете, это отправная точка, которая задает вектор всей коммуникационной стратегии. Основные цели коммуникации в Интернете — привлечение потенциальных клиентов, выработка лояльности к бренду и получение обратной связи от клиентов.

2. Постановка целей и задач рекламной кампании

На данном этапе планирования определяются коммуникационные цели продвижения товара или услуги в сети Интернет, которые должны находиться в прямом взаимодействии с бизнес-целями компании и с целями маркетинговой стратегии, а также с общей стратегией продвижения. Также на этом этапе формулируются задачи, которые будут решены с помощью коммуникационной стратегии в Интернете. Правильно поставленные задачи и цели подводят к выбору тех рекламных инструментов, которые будут максимально эффективны и которые помогут достичь максимального охвата целевой аудитории. Целями коммуникационной стратегии в сети Интернет могут являться:

- создание или укрепление имиджа бренда;
- повышение уровня осведомленности о бренде (brand awareness);
- создание маркетинговой ниши для позиционирования инновационного товара;
- увеличение продаж;
- создание долгосрочного предпочтения потребителя по отношению к фирме или товару (brand loyalty).

Данный вариант постановки целей обуславливается уникальными возможностями интернет-среды с технологической точки зрения.

3. Определение целевой аудитории

На данном этапе необходимо выбрать целевую аудиторию и сформулировать инсайт, для чего следует изучить самих представителей, пользователей цифровой

среды. Первый шаг коммуникационного стратега в рекламном агентстве — это анализ контекста цифровой среды. Фокус анализа заключается не в определении общих digital трендов, а в выявлении специфики присутствия в цифровой среде конкретной категории, бренда и его потребителей. Такой анализ может быть представлен в четырех срезах (табл. 1).

Таблица 1

Срезы анализа присутствия бренда в цифровой среде

Срез	Вопросы
Категория	Как категория присутствует в цифровой среде? Что потребители этой категории делают или не делают в цифровой среде?
Бренд	Как конкретный бренд присутствует в цифровой среде? Что бренд делал в цифровой среде, и насколько это было успешно? Каковы ресурсы бренда (люди, технологии и т. д.)? «Обязательные документы»: что непременно учитывается при коммуникации (например, глобальная digital стратегия)?
Конкуренты	Какую активность в цифровой среде ведут конкуренты?
Потребитель	Какая часть потребителей бренда уже находится в цифровой среде? Какие сегменты в ней можно выделить? Как эта аудитория мыслит и ведет себя в цифровой среде применительно к категории и бренду? Как отличается поведение аудитории бренда от аудитории его конкурентов?

Процессы сегментации связаны с появлением в начале 1990-х гг. определенных разработок в области рекламных технологий, внедренных на рынок такими компаниями, как Yahoo, AltaVista, Amazon.com, и десятками других интернет-медиа-компаний США [10, 65]. Центральным положением этих разработок является то, что потребители ищут информацию в Интернете в соответствии со своими основными интересами, поэтому информацию о товарах или услугах на сайтах группируют по различным тематикам: музыка, видео, компьютеры, торговля, компьютерные игры, досуг, развлечения, спорт, электронная коммерция, наука, медицина. В качестве примера размещения рекламы можно привести компанию Amazon.com, занимающуюся продажей книг, которая размещает свою рекламу на сайтах, связанных с книжной тематикой. Проведение сегментации пользователей сети Интернет с учетом их основных потребностей позволяет фирме в зависимости от поставленных целей и задач значительно сузить или расширить свою целевую группу, что может стать для предприятия дополнительным конкурентным преимуществом.

После того как все необходимые данные о бренде, его категории и конкурентах, а также о потребителях собраны, можно перейти к сегментированию аудитории на основании имеющихся данных. При этом надо понимать, что сегментирование оффлайн- и онлайн-аудитории часто может не совпадать. Сегментация потребителей в цифровой среде должна быть своя, без обязательной привязки к утвержденному сегментированию для традиционных медиа, и она должна базироваться на значимых различиях в отношениях и поведении в цифровой среде (ср. digital

natives vs. digital immigrants). Еще одно отличие сегментирования аудитории состоит в том, что в фокусе цифровой коммуникации не всегда будут те же самые сегменты, что и в оффлайне, если этого требует бизнес и маркетинг рекламодателя. При этом не обязательно учитывать интересы всех сегментов, прежде всего нужно определить приоритетные.

4. Определение набора инструментов и каналов коммуникации в сети Интернет

Одно из главных достоинств цифровой среды как медиа — это разнообразие каналов и digital инструментов. Прежде чем приступить непосредственно к описанию каналов и инструментов, стоит напомнить, на каком основании они применяются.

Аудитория цифровой среды условно делится на три базовых типа: холодная (cold), горячая (hot) и вовлеченная (engaged) [5, 64]. Холодной называется та аудитория, которая на данный момент не вовлечена в продвигаемый продукт, бренд, категорию. Горячая аудитория, наоборот, активно интересуется конкретной категорией, брендом, продуктом. Вовлеченная аудитория представляет собой аудиторию, которая уже участвует в диалоге с брендом, являясь, например, его потребителем. Каждая из этих аудиторий находится на своем этапе потребительского пути и требует разных настроек таргетинга, т. е. «нацеливания рекламного сообщения на ту аудиторию, которая способна положительно воспринять содержание рекламного сообщения и планомерно отреагировать на него» [4, 104] (рис. 2).

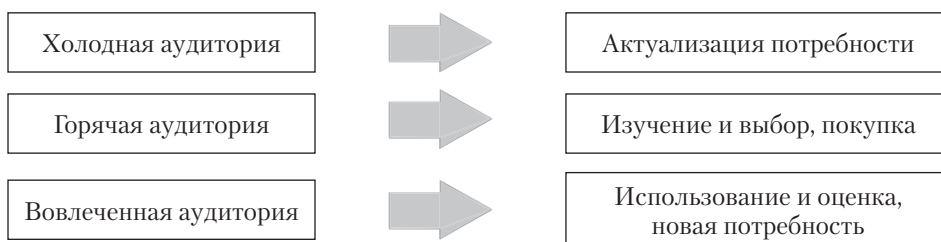


Рис. 2. Соотношение типа аудитории и этапа пути потребителя

Также для построения стратегии digital кампании необходимо учитывать три типа медиа по отношению к продвигаемому бренду [15] (рис. 3).

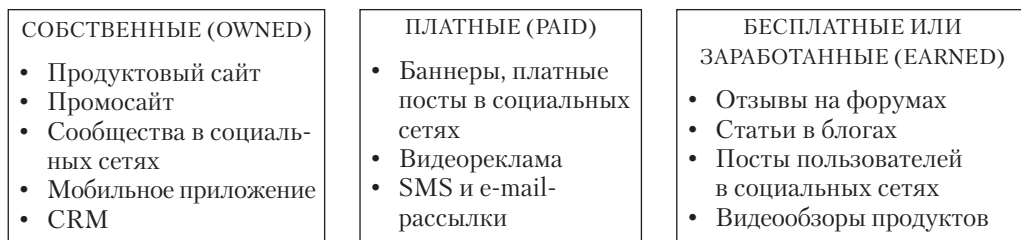


Рис. 3. Типы медиа по отношению к продвигаемому бренду

Далее рассмотрим непосредственно каналы интернет-маркетинга [2, 34]:

1. SEM (Search Engine Marketing), или поисковый маркетинг. Поисковый маркетинг призван увеличить посещаемость сайта его целевой аудиторией с поисковых машин. Фактически он занимается перераспределением аудитории в пользу продвигаемого сайта и делает его более заметным для посетителей.

2. SEO (Search Engine Optimization), или поисковая оптимизация. Она является комплексом мероприятий, направленных на поднятие сайта в поисковой выдаче по определенным запросам, потому что чем выше сайт стоит в поисковике, тем большую аудиторию он в результате соберет.

3. SMM (Social Media Marketing), маркетинг в социальных медиа. Это процесс привлечения внимания к бренду аудитории социальных медиа. Основной фокус в этом канале направлен на создание контента, который впоследствии будет распространяться пользователями без участия бренда или агентства, т. е. самими пользователями [14, 58].

4. Display advertising, или дисплейная (графическая, изобразительная, макетная) реклама. Этот вид рекламы ориентирован на рекламное восприятие аудиторией. Дисплейная реклама в Интернете включает в себя целый перечень форм, который представлен баннерами, тизерами, e-mail-рассылкой или обновленными элементами с использованием мобильных каналов [1, 69]. В некоторых случаях проводится аналогия между дисплейной и медийной рекламой в Интернете при описании эволюции визуального компонента рекламы с использованием интерактивных элементов.

5. Blogging, или работа с блогами. Блог можно назвать онлайн-дневником или интернет-журналом конкретного лица или группы лиц, а также какой-либо компании. Продвижение товара через популярных блогеров имеет свои преимущества, поскольку в своих блогах они являются лидерами мнений. Сейчас эта отрасль переживает бурный рост, а юные блогеры составляют серьезную конкуренцию известным медиаперсонам.

6. E-mail marketing, или имейл-маркетинг. Один из самых недорогих и потому распространенных способов построения прямой коммуникации бренда с потребителями посредством электронной рассылки [8, 26].

7. Affiliate marketing, или партнерский маркетинг. Данный метод продвижения бизнеса определяет получение вознаграждения за выделенные действия подписчика, покупателя.

8. Mobile marketing, или мобильный маркетинг. Это комплекс мер по продвижению бренда с использованием возможностей мобильных устройств и сотовой связи. Раньше он включал в себя только SMS-рассылку, но с увеличением видов мобильных устройств (например, планшеты) расширил свой инструментарий.

Каждый из типов аудиторий по степени вовлеченности лучше охватывается конкретным каналом. В табл. 2 представлено соотношение различных аудиторий и каналов продвижения для работы с каждой из них.

Таким же образом по трем типам аудиторий раскладываются инструменты интернет-маркетинга, при этом один инструмент может работать на два разных типа аудиторий (табл. 3).

Таблица 2

Соотношение различных типов аудиторий и каналов продвижения

Тип аудитории	Канал продвижения
Холодная аудитория	Display, SMM, Mobile, Blogging
Горячая аудитория	SEM, SEO (покупка ссылок, оптимизация сайта), Affiliate
Вовлеченная аудитория	E-mail

Таблица 3

Соотношение различных типов аудиторий и инструментов продвижения

Тип аудитории	Инструменты продвижения
Холодная аудитория	Баннеры в десктопе Брендированная подложка Баннеры в мобильном пространстве Посев ТГБ (текстово-графические блоки) Посты с социальных медиа Видеоролики
Горячая аудитория	Баннеры в мобильном пространстве Посев ТГБ Посты с социальных медиа Видеоролики
Вовлеченная аудитория	CRM (Customer Relationship Management), т. е. программы лояльности и сценарии взаимодействия с пользователями E-mail-рассылки

При этом необходимо учитывать, что Интернет имеет существенные отличия от традиционных методов, и интернет-каналы обладают как достоинствами, так и недостатками (табл. 4) [7, 35]:

Таблица 4

Достоинства и недостатки интернет-рекламы

Достоинства	Недостатки
Невысокая стоимость контакта с аудиторией	Отсутствие единых стандартов
Возможность детального ознакомления аудитории с продуктом/услугой при переходе на сайт	Зачастую высокий уровень рекламного «клаттера»
Уникальные возможности таргетинга (минимизация количества неэффективных контактов)	Внимание пользователя становится резистентным к большому количеству рекламных сообщений
Возможность анализа действий пользователей	Качество трафика
Постоянное обновление статистической информации в режиме онлайн	Методы накрутки трафика
Возможность отслеживать наиболее эффективные каналы размещения	

После того как намечены предполагаемые инструменты, агентство переходит к процессу медиапланирования и медиабаинга в Интернете. И здесь существуют две принципиально разные схемы покупки рекламного инвентаря. С одной стороны, это покупка места рекламного размещения и, соответственно, выбор площадки для него. С другой стороны, это покупка аудитории по сегментам или поведению, и при этом важен факт контакта с целевым пользователем. Они отличаются по модели оплаты. В первом случае это, как правило, СРМ (cost per Millenium) и реже СРС (cost per click), во втором случае наоборот. Обе модели на сегодняшний день являются основными в работе агентства с рекламодателем [3, 45].

Новейшие технологии и онлайн-сервисы существенно изменили ритм жизни медиа. Развитие технологий позволяет постепенно отходить от старой модели закупки и фокусироваться на персонифицированном контакте. Такие сервисы, как Soloway, специализирующиеся на программатик-маркетинге, набирают популярность за счет автоматизации процессов по покупке аудитории, идентифицированной по поведенческому профилю. Programmatic advertising buying, или «алгоритмическая закупка рекламы» — это покупка объявлений, осуществляемая роботами. Именно в этом и состоит ее главное отличие от традиционной закупки. Благодаря механизмам автоматизации и оптимизации появились новые возможности покупки и планирования рекламного инвентаря, ориентированного на определенный потребительский сегмент, т. е. на интернет-аудиторию, которую объединяет какая-то потребность в товаре, услуге или информации. Эта потребность выражена в том, что аудитория целенаправленно и регулярно посещает сайты или страницы определенной тематики. Сначала отбирается заинтересованная аудитория, затем в ней формируются группы по интересам и потребностям.

Далее рассмотрим два вида размещения рекламных сообщений, используемых в профессиональной среде (табл. 5).

Таблица 5

Характеристики типов размещения рекламных сообщений

Статическое	Динамическое
Выкуп рекламного места	Реклама стоит в ротации с другими баннерами, которые появляются при перезагрузке страницы
Рекламодатель покупает период времени, а не количество показов	Можно купить любое количество показов и применить таргетинг, что позволяет рационально использовать рекламный бюджет, а также добиться максимального охвата аудитории на разных сайтах
Рекламодатель не имеет возможность выбрать таргетинг	Не каждый рекламный бюджет может купить показы на крупных порталах, посещаемость которых достигает нескольких миллионов просмотров страниц в неделю
	При покупке рекламодатель ограничивает количество сайтов, где будет размещаться реклама
	Можно выбрать несколько крупных порталов, покупая у них лишь необходимую часть показов

Совершенствуется контекстная реклама (лат. *contextus* — соединение, связь) — реклама, соответствующая текущим интересам пользователя. Интерес определяется тем, что пользователь ищет или недавно искал в поисковой системе, либо содержанием просматриваемых им страниц. Рекламодатель сам задает набор ключевых слов, по которым будет показываться его объявление. Оно может показываться на поисковике в ответ на запрос, содержащий ключевые слова, или на сайтах сети.

В табл. 6 представлены типы рекламных кампаний в Интернете с учетом специфики их задач.

Таблица 6

Типы рекламных кампаний в Интернете

Тип рекламной кампании	Характеристика	Инструменты	Критерии эффективности
Имиджевая	Большой уровень охвата	Медийная и вирусная реклама	Запоминание марки и вовлечение потребителей
Продуктовая (товарная)	Максимальный охват потенциальных потребителей. Является аналогом имиджевой, но используется для продвижения конкретного продукта	Медийная реклама, стандартные баннеры, брендрование проектов, вирусная реклама, реклама в социальных сетях на холодную аудиторию	Запоминание рекламируемых образов с последующим вовлечением потребителей
Торговая реклама	Узкий, нацеленный охват по отдельной тематике. Наличие call to action	Медийная реклама, контекстная реклама, ретаргетинг, ТГБ и посев в социальных сетях, аудиторные закупки, оптимизация сайтов для поисковых машин (SEO), лидогенерация на горячую аудиторию	Увеличение объема продаж

При выборе каналов коммуникации необходимо учитывать все преимущества и недостатки тех или иных средств. Также важно произвести расчет стоимости каждой рекламной активности, сопоставить его с общим бюджетом и расставить приоритеты среди выбранных каналов коммуникации. Для того чтобы лучше понимать, какие каналы коммуникации выбирать, проведем сравнительный анализ выборочных инструментов интернет-рекламы на примере цифровой коммуникации бренда Samsung в Рунете (табл. 7). Samsung — лидирующий бренд на рынке бытовой электроники и мобильных технологий, и обе эти категории строят коммуникацию в цифровой среде по-разному. Разберем присутствие Samsung Mobile (смартфоны, планшеты, носимые устройства, аксессуары) в цифровой среде, поскольку для этой рекламной кампании характерно использование более широкого цифрового инструментария.

Таблица 7

**Сравнительный анализ различных инструментов
интернет-продвижения Samsung Mobile**

Инструмент	Аудитория	Преимущества	Недостатки
Сайт	Большой объем органического трафика (благодаря известности бренда) дает максимально широкую аудиторию	Максимальный объем предоставляемой информации о продуктах (текст, фото, видео). Возможность отслеживать действия пользователя. Оперативное размещение релизов продуктов, промо-акций и пр.	Высокая стоимость команды обслуживания и поддержки
Анимированный баннер	Широкая аудитория	Относительно недорогой способ размещения при большом охвате. Низкие затраты на производство. Простая аналитика конверсии	Отрицательные отношения пользователей к страницам с большим количеством баннеров. «Баннерная слепота»
Digital ООН	Широкая аудитория	Максимально широкий охват. Усиление имиджа бренда	Низкая степень вовлечения аудитории. Невозможность доносить сложные сообщения (например, условия акции)
E-mail-рассылки, Push-уведомления	Сегментированная аудитория: лояльные и нелояльные пользователи	Низкозатратный способ донесения бренд-сообщений. Возможность делать релевантные предложения пользователям благодаря грамотной сегментации и таргетингу. Простая аналитика конверсии	Отрицательные отношения многих пользователей к рассылкам (спам). Ограниченные средства для взаимодействия с пользователем внутри рассылки или уведомления
Digital PR	Таргетируемая аудитория	Усиление имиджа бренда. Эмоциональное вовлечение пользователей в случае удачного сотрудничества со СМИ	Высокая стоимость. Потенциально долгий процесс согласования со СМИ. Имиджевые риски в случае неудачного сотрудничества со СМИ
Контекстная реклама	Широкая таргетируемая аудитория	Выдача под конкретный пользовательский запрос, т. е. работа с горячей и вовлеченной аудиторией. Простая аналитика конверсии	Высокая стоимость постоянной рекламной кампании. Эффективность связана с качеством посадочной страницы

Окончание табл. 7

Инструмент	Аудитория	Преимущества	Недостатки
YouTube канал	Большое лояльное сообщество молодых пользователей	Возможность работы с любыми сообщениями бренда. Возможность делать имиджевые проекты («Битва клипмейкеров», Samsung, YouTubeTV и др.). Возможность прямого общения с пользователями	Высокая стоимость продакшена видео. Постоянные расходы на команду поддержки канала. Невозможность измерить вклад в общие продажи

Сравнительный анализ показал, что перед продвижением бренда нужно определить и назвать преимущества и недостатки основных средств интернет-рекламы, а затем, в зависимости от своих целей и задач, выбирать решения, оптимальные для себя, и сопоставлять их со своим бюджетом. При этом нельзя рассматривать каждый из инструментов интернет-рекламы в отдельности. Их взаимодействие повышает эффективность рекламы во много раз за счет синергетического эффекта. Таким образом, на сегодняшний день применение различных инструментов в коммерческих целях становится не просто распространенной, а узкоспециализированной практикой digital специалиста с определенным набором компетенций, так как позволяет достичь высоких результатов при коммуникации с аудиторией бренда рекламодателя.

5. Позиционирования бренда, ключевое сообщение, уникальное торговое предложение (УТП)

После определения целей, задач, целевых сегментов, каналов распространения наступает этап, когда необходимо разработать карту позиционирования бренда, сформулировать ключевое сообщение и УТП. На данном этапе УТП бренда в цифровой среде может отличаться от общего УТП для традиционных медиа.

Формулировка ключевого сообщения является крайне ответственным этапом стратегического планирования. Он включает в себя определение value proposition, т. е. преимуществ бренда для коммуникации. Какие из всех преимуществ бренда помогут решить нам тактические задачи данной кампании? Можно ли создать новые преимущества с помощью цифровой среды?

Процесс создания ключевого сообщения одинаков для любого типа коммуникации, потому что ключевое сообщение всегда отвечает на инсайт целевой аудитории. Это одна мысль, которую нужно донести до потребителей.

И здесь мы столкнемся с двумя возможными ситуациями. Цифровая среда может являться одной из частей интегрированных коммуникаций (ИМС) бренда или, наоборот, быть единственным или ведущим по значимости медиа для бренда. Для описания второй ситуации используется термин *digital first*.

Исходя из ИМС-стратегии digital может играть одну или несколько ролей:

1) усиливать оффлайн: дополнительные возможности для воздействия на ту же самую цифровую аудиторию;

2) дополнять оффлайн: воздействовать на цифровую аудиторию, которую плохо «достает» оффлайн;

3) расширять оффлайн: воздействовать в ситуациях, когда оффлайн не эффективен для бренда или на него нет рекламного бюджета.

Логика работы с ключевым сообщением состоит в том, чтобы понять, стоит ли использовать готовые сообщения или следует разрабатывать новые. Готовые ключевые сообщения, уже разработанные в рамках глобальной интегрированной кампании, или сообщения для оффлайн также хорошо работают и в цифровой среде. Ключевые сообщения необходимо разрабатывать заново, если кампания проходит только в цифровой среде (digital only) или если очевидно, что в цифровой среде есть специфичные драйверы или барьеры, которые не позволяют использовать готовые сообщения.

Отдельно можно говорить о выявлении digital инсайтов, которые условно делятся на потребительские и медийные. Потребительские инсайты связаны со спецификой поведения в цифровой среде или особым отношением к ней. В основе же медийных инсайтов лежит специфика медийных инструментов в цифровой среде [9, 34–36].

6. Тайминг

На данном этапе планирования определяются сроки реализации рекламной кампании бренда. Особенность этого этапа состоит в том, что при составлении тайминга кампании учитываются характеристики выбранных площадок, каналов коммуникации и сезонность.

7. Расчет эффективности

На данном этапе проводится расчет эффективности кампании, определяется соответствие полученных результатов ключевым показателям эффективности (KPI), утвержденным перед началом кампании. В зависимости от целей коммуникации оценивается изменение восприятия и /или выполнение пользователем целевых действий (регистрация на посадочной странице, покупка в интернет-магазине и др.). Если цели одновременно направлены на восприятие и действие, то оптимально, когда есть иерархия ключевых и вторичных целей. Если цель кампании — в чем-то убедить потребителя, то проверить ее достижение можно двумя способами. Первый способ — это исследование. Классический опрос даст понимание, как изменилось восприятие продукта после проведения рекламной кампании. Данный способ имеет свои недостатки. Во-первых, это высокий порог входа, так как качественные аудиторные исследования стоят дорого. Во-вторых, это отсутствие системности в исследовании, которое вытекает из предыдущей причины, а нерегулярные, редкие исследования не способны предоставить полной картины.

Также проверить результаты рекламной кампании можно по косвенным медийным показателям. Классическая аналитика дает цифры по количеству

контактов и действиям пользователя с медиа (лайки, комментарии, репосты, просмотры и т. д.). Здесь, казалось бы, все просто, но интерпретировать объем этих данных может только опытная медиакоманда, потому что сами по себе они не дают ничего. Количество просмотров видеоролика ничего не значит, если не знать, с какими показателями сравнивать. Например, мы считаем, что с 5+ просмотров видео начинает доносить сообщение и формировать правильное восприятие. Это допущение уже приближает нас к интерпретации данных по количеству просмотров.

Задача может стоять в том, чтобы привести пользователей к действию в digital. В таком случае возможно отслеживание их действий с помощью фиксации аналитическими инструментами: действия на сайте (в том числе звонки при помощи технологий call tracking), в сообществе, в мобильном приложении и даже внутри баннера. В этом случае требуется заранее настроить аналитические инструменты и интерпретировать получившиеся количественные значения на основе данных по отрасли, клиента и собственной экспертизы. Оценка эффективности имеет много слабых мест. Например, как определить вклад digital и других каналов в общий результат или как оценить вклад различных digital инструментов? Для этого существует несколько методов:

- эконометрические модели;
- исследовательские техники;
- по косвенным показателям;
- экспертно-субъективная модель;
- модели атрибуции в аналитических метриках.

На основе описанных выше сфер применения коммуникационной стратегии в цифровой рекламе можно провести эффективную рекламную кампанию:

— обеспечить легкую и быструю идентификацию продукта как среди прямых конкурентов, так и среди всей категории в целом. Как правило, на данном этапе повышенное внимание уделяется внешнему виду самого товара, его упаковке и рекламным материалам, с помощью которых бренд стремится донести ключевое сообщение своей аудитории;

— быстро и лаконично донести до потребителя ощущение потребности в данном товаре посредством рациональных или эмоциональных мотивов. В ряде случаев подобная «аргументация» может нести буквальный смысл и являться фактической иллюстрацией товара (например, его максимально крупное и привлекательное изображение); в других же ситуациях используется язык образов и стереотипов, существующих в сознании потребителя (например, дизайн упаковки премиальной парфюмерии);

— создать ощущение правильности выбора. Погружаясь в мир бренда (изучая упаковку или рекламу), потребитель должен находить для себя новые, дополнительные аргументы, убеждающие его в правильности своего выбора, выраженные в наличии определенных рекламных элементов (знаков качества, рекомендаций профессионалов и т. п.);

— поддержать потребителя на стадии принятия решения, покупки или фиксации информации о товаре. В качестве подобной аргументационной «поддержки»

могут выступать какие-либо эффективно воспринимаемые и хорошо запоминающиеся информационные блоки (например, сообщение о дополнительной выгоде и пользе).

Мы заключаем, что реализация коммуникационной стратегии во многом обуславливается развитием арсенала технологий и медианосителей. Многообразие существующих, а также появление новых рекламных форматов позволяет сделать рекламный материал более заметным, качественным, а следовательно, и более эффективным. Современные технологии обладают рядом исключительных средств, благодаря которым они используются в рекламной коммуникации. Так, сегодняшние технологии позволили рекламным образам выйти за пределы печатной рекламы в журналах и газетах и переместиться в виртуальную среду, расширив тем самым коммуникационную среду влияния [12, 43–44]. Развитие информационных технологий в целом и мультимедийных технологий в частности содержит большой потенциал для применения рекламных коммуникаций стратегической деятельности. Современные рекламные технологии позволяют раскрыть образ товара с использованием максимально выразительных средств передачи информации. Таким образом, рекламная индустрия стремится использовать весь диапазон возможностей рекламной коммуникации для эффективного воздействия на потребителя.

Из сравнительного анализа видно, что этапы планирования общей коммуникационной стратегии и стратегии в сети Интернет в целом совпадают. Можно сделать вывод о том, что, несмотря на использование разных техник и методов реализации этапов планирования, построение коммуникационных стратегий имеет общие закономерности, но есть и ряд различий, обусловленных самой медиасредой. Во-первых, существуют различия в постановке целей и задач продвижения бренда, связанные с уникальными возможностями цифровой среды. Во-вторых, УТП (уникальное торговое предложение) в цифровой среде может отличаться от общего УТП бренда или продукта. Это обуславливается особенностями поведения пользователей во Всемирной сети, их ожиданиями и запросами относительно рекламы в Интернете.

Подведем итоги проведенного исследования:

1. Развитие информационных технологий в целом содержит большой потенциал для применения в области рекламных коммуникаций. Для этого требуется тщательное стратегическое планирование на каждом этапе.

2. Рекламная индустрия стремится использовать весь диапазон возможностей рекламной коммуникации для эффективного воздействия на потребителя. На сегодняшний день применение различных рекламных инструментов в коммерческих целях становится все более распространенной практикой, так как позволяет достичь высоких результатов при коммуникации с аудиторией.

3. Различные каналы и инструменты продвижения в цифровой среде в разных аудиториях работают по-разному, что необходимо учитывать на этапе стратегического планирования.

4. Выбор набора инструментов осуществляется с учетом параметров целевой аудитории и активности на тех или иных интернет-площадках.

Данные особенности во многом обуславливаются специфическими характеристиками самой цифровой среды, углубленное изучение и использование которых необходимо для рекламного специалиста, поскольку «освоение цифровых технологий — примета информационного общества» [11, 59].

1. *Березовая Л. Г.* История мировой рекламы, или Старинные рецепты изготовления «бесплатного сыра». М., 2017.
2. *Голуб В. С., Толкачев А. И.* Интернет-реклама, или Как делаются деньги в Сети. М., 2016.
3. *Грантоне Д., Казн Г.* Поисковая оптимизация сайтов : исчерпывающее руководство. М., 2016.
4. Интернет-маркетинг на 100 % / Н. Андросов, И. Ворошилова, В. Долгов и др. СПб., 2012.
5. *Корнилова Е. Е.* Слово и изображение в рекламе. Воронеж, 2016.
6. *Моисеева А. П.* Коммуникационный менеджмент : учеб. пособие / Ин-т культуры и глобализации Ольборгского ун-та, 2011.
7. *Назинов Р.* Лидогенерация. Клиентов много не бывает. М., 2016.
8. Реклама, маркетинг, PR [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sostav.ru/publication/5-printsipov-effektivnoj-kommunikatsionnoj-strategii-24534.html> (дата обращения: 17.01.2018).
9. *Топоров М.* Advertising Account Planning: трудно перевести на русский, но легко понять суть // Лаборатория рекламы. 2016. № 1. С. 34–36.
10. *Тюнькова Е. В.* Коммуникационная стратегия потребительской кооперации : монография. Новосибирск, 2014.
11. *Уразова С. Л.* Реклама в цифровой среде // Техника кино и телевидения. 2004. С. 59.
12. *Харитонова В. Н.* Управление знаниями как инструмент обеспечения стратегической конкурентоспособности // Финансы и кредит. 2016. № 31. С. 43–44.
13. *Шарков Ф. И.* Основы теории коммуникации. М., 2002.
14. *Яненко Я.* Заказ и размещение рекламы. Как это правильно сделать. СПб., 2017.
15. Brandwatch Blog. How to measure paid, owned and earned media [Electronic resource]. URL: <https://www.brandwatch.com/blog/define-measure-paid-owned-earned-media/> (accessed: 17.01.2018).
16. *Lasswell H.* The Structure and Function of Communication in Society // The Process and Effects of Mass Communication. Chicago, 1971. P. 40.

Статья поступила в редакцию 18.01.2018 г.

УДК 070.23(67) + 94(676)“1940/1950”

А. В. Антошин
В. А. Антошин

ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ БРИТАНСКОЙ ВОСТОЧНОЙ АФРИКИ НА ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНОМ ЭТАПЕ КОЛОНИАЛЬНОЙ ЭПОХИ

Статья посвящена заключительному этапу в истории колониальной прессы британской Восточной Африки. Публикация базируется на материалах газет, издававшихся в 1940–1950-е гг. в Кении, Танганьике и Ньясаленде. Данные издания хранятся в Библиотеке Конгресса США. Авторы доказывают, что периодическая печать является важным историческим источником для характеристики процессов политической, экономической и социокультурной модернизации Тропической Африки.

К л ю ч е в ы е с л о в а: пресса; Восточная Африка; Кения; Танганьика; Ньясаленд; колониализм.

История периодической печати британской Восточной Африки относится к числу практически не изученных тем. Этот сюжет не затрагивается в трудах ведущих советских [6, 7] и современных российских [1, 3] специалистов, занимающихся историей британского колониализма. Лишь фрагментарно освещается он в страноведческих справочниках, посвященных государствам Восточной Африки [2, 4, 5, 8]. Между тем формирование и развитие прессы являлось важным аспектом процесса модернизации Черного континента, социокультурной трансформации африканских обществ. Именно пресса помогает исследователям высветить и новые грани истории колониализма в Восточной Африке, проанализировать психологические и ценностные установки живших в колониях европейцев, их повседневную жизнь. Одному из авторов данной статьи довелось работать с комплектами ряда газет британской Восточной Африки, хранящимися в Библиотеке Конгресса США в Вашингтоне. Опубликованные на страницах этих изданий материалы позволяют пролить свет на многие стороны жизни Кении, Танганьики, Ньясаленда середины XX в.

Первые газеты в британской Восточной Африке появились еще на рубеже XIX–XX вв. Так, в Кении историю периодической печати обычно начинают с 1901 г., когда в Момбасе стала выходить газета «Африкен стандарт», издателем которой был видный местный общественный деятель и предприниматель индиец Дживанджи. Впоследствии это издание было выкуплено семьей Андерсон и переименовано в «Ист Африкен стандарт». Позднее газета стала собственностью

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 управления — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Екатеринбург (e-mail: alex_antoshin@mail.ru).

© Антошин А. В., Антошин В. А., 2018

компании «Консолидейтед холдинг лимитед», которую контролировала группа «Лонро».

В 1920–1940-е гг. в Кении стали выходить первые периодические издания на африканских языках. Наиболее известным примером такого рода является выходивший с 1939 г. на суахили еженедельник «Бараза» («Собрание»), который издавался все той же «Консолидейтед холдинг лимитед» [2, 134].

В 1940–1950-е гг. среди проживавших в Кении британцев была популярна газета «Сандей пост», издававшаяся в Найроби. Исследователю, который впервые начинает листать ее подшивки, сначала кажется, что британская Восточная Африка продолжала переживать расцвет колониальной эпохи. Страницы «Сандей пост» были заполнены описаниями образцов европейской моды, фотографиями эффектных женщин, афишами новинок западного кинематографа, которые демонстрировались в Найроби. Газета регулярно печатала типичные «колониальные очерки», повествовавшие о сафари, охоте на леопардов и т. д. [20].

Материалы «Сандей пост» помогают понять психологию ее читателей — британцев, заброшенных судьбой в Восточную Африку. Старшее поколение, сформировавшееся в метрополии, сохраняло британскую идентичность, приверженность культурным традициям «старой доброй Англии». Этим людям представлялось, что молодежь в колониях утрачивала классический английский язык, начинала говорить «с южноафриканским акцентом» [18]. Поэтому они призывали руководство средств массовой информации британской Восточной Африки бороться за чистоту языка, не допускать отступлений от него в своих корреспонденциях. Однако некоторые читатели «Сандей пост» справедливо указывали: старики не учитывали, что время изменилось, и той Англии, в которой они выросли, уже давно нет. Менялся и английский литературный язык, поэтому в речи «колониа-лов», как и тех, кто продолжал находиться в метрополии, неизбежно появлялись новые слова и выражения.

Характерно и то обстоятельство, что отдельные авторы подписывали свои письма в газету своеобразным псевдонимом «Восточноафриканец», словно подчеркивая, что длительное проживание на Черном континенте не могло не изменить их психологию. «Восточноафриканцы» были приверженцами модели «Кения для европейцев». Один из них рисовал на страницах «Сандей пост» картину «хаоса», наступившего в колонии в результате того, что «неевропейцы допущены в наши отели» [19].

Ряды читателей «Сандей пост» пополнялись новыми переселенцами из Европы, которых привлекали возможности восточноафриканской колонии. Многие из них, впрочем, не задумывались о том, что и в Африке, чтобы повысить свой уровень жизни и социальный статус, необходимо было выдержать серьезную конкуренцию. Обращаясь к таким «новичкам», редакция «Сандей пост» подчеркивала: они должны быть готовы к тому, что придется упорно трудиться и «не полагаться на труд азиатов и африканцев» [21].

Таким образом, совершенно очевидно, что «Сандей пост» была газетой, ориентированной на британцев-«колониа-лов». Иной характер носила газета «Дейли кроникл», которая также выпускалась в Найроби. Она выходила на двух

языках — английском и хинди. Это был неофициальный печатный орган Индийской ассоциации, объединявшей проживавших в Кении индийцев (первые их партии были завезены колониальной администрацией для строительства железной дороги еще в XIX в.). Эта газета рисовала совершенно иной образ Кении, чем тот, который создавался на страницах «Сандей пост». Как показывали публикации «Дейли кроникл», за фасадом блестящего колониального общества скрывались острые национальные противоречия и социальные проблемы. «Дейли кроникл» писала о тех фактах, которым не находилось место на страницах «Сандей пост». Так, рассказывалось о деятельности Союза африканцев Кении (САК), который возглавлял будущий президент независимой Кении Дж. Кениата [9]. Заметим, что внимание связанной с индийской общиной газеты к фигуре Дж. Кениаты не случайно: как известно, последний долгое время выступал за ненасильственный путь борьбы за независимость Кении, построение в стране общества «надрасовой гармонии». В 1931 г. Дж. Кениата встречался с М. Ганди, и это событие оказало серьезное влияние на его становление как политика.

Редактор «Дейли кроникл» Пранлал Шет давал высказаться на страницах своей газеты и тем лидерам черного населения, которые выступали против наступления европейской цивилизации на страны Африки. По мнению Тома Мботелы, такое наступление пагубно сказывалось на атмосфере в обществе, разрушало традиционные основы африканской цивилизации. В 1950 г. со страниц «Дейли кроникл» Мботела выступил против планов муниципального совета Найроби открыть в африканских районах города пивные бары, так как это могло привести к «уничтожению морали африканцев» [11].

«Дейли кроникл» писала и о развитии в Кении движения социального протеста. Так, публиковалась информация о деятельности Конгресса профсоюзов Кении, Восточноафриканской федерации рабочих Момбасы и других подобных структур [10].

Несколько иначе, чем в Кении, создавалась периодическая печать в Танганьике (будущей Танзании). В 1880–1890-е гг. миссионеры начали выпускать здесь первые газеты на суахили. Это были «Мсимулизи» («Вестник»), «Хабари за мвези» («Новости месяца»). В 1905 г. Немецкая колониальная администрация (материковая часть нынешней Танзании до Первой мировой войны входила в состав германской Восточной Африки) начала выпускать в Дар-эс-Саламе газету «Кионгози» («Лидер»). По итогам Первой мировой войны Дар-эс-Салам стал британским, и здесь в 1930 г. стала выходить крупная газета «Танганьика стандарт», которую выпускала компания «Ист Африкен стандарт» [8, 203].

После Второй мировой войны одной из ведущих в колонии стала газета «Танганьика опинион», выпускавшаяся в Дар-эс-Саламе. Очевидно, что она, подобно кенийской «Сандей пост», была ориентирована прежде всего на проживавших в колонии британцев. Однако в Танганьике они не были столь сильны, как в Кении. Конечно, «Танганьика опинион», размещая на своих страницах рекламную продукцию западных брендов индустрии моды и красоты [22], понимала, что она рассчитана на вкусы представителей британского колониального общества. Но голос этих людей редко звучал со страниц газеты. В основном она

ограничивалась перепечатками информационных сообщений международных новостных агентств [23]. Вопреки названию газеты, по ее материалам довольно трудно реконструировать позицию британцев, проживавших в Восточной Африке. Впрочем, антикоммунистические установки данного издания, связанные с опорой на информацию Рейтер и других западных агентств, достаточно очевидны.

В соседней с Танзанией Уганде первая газета — англоязычная «Уганда аргус» — появилась в 1890 г. В начале XX в. возникли первые газеты на местном языке — луганда: «Эбифа му Буганда» и «Мунно». Именно луганда был основным языком, на котором европейцы организовали школьное обучение и богослужения в областях, населенных народами банту, поэтому читательская аудитория этих изданий могла быть достаточно широкой.

Однако все указанные выше проекты были основаны европейцами (в основном миссионерами). В 1920 г. в кенийском Найроби начала выходить первая газета, которую выпускали африканцы. Это была «Секаньоля» («Цапля»), издававшаяся параллельно на луганда и суахили. В 1920–1930-е гг. среди африканского населения Восточной Африки популярность приобрели журналисты данной газеты — С. Сентонго, Д. Бассуди, Ю. Бамута и др. [5, 190]. Как отмечает ведущий российский африканист А. С. Балезин, возникновение слоя африканской интеллигенции было результатом деятельности европейцев, создавших на Черном континенте наряду с миссионерскими школами светские образовательные учреждения [1, 141–166].

К концу колониальной эпохи в Уганде издавалось более 20 газет, причем только одна из них (все та же «Уганда аргус») — на английском языке. Остальные издания выходили на африканских языках, преимущественно на луганда. Большинство газет издавались нерегулярно, часто закрывались.

В британской Юго-Восточной Африке в середине XX в. выделялся Ньясаленд (ныне Малави). Эта территория входила в состав созданной британцами Федерации Родезии и Ньясаленда. С 1895 г. в Блантайре — политическом и экономическом центре юга Ньясаленда — выходила газета «Ньясаленд Таймс». Это было крупнейшее издание Ньясаленда в колониальную эпоху, выпускавшееся, как и ряд других подобных газет британской Африки, по образцу лондонской «Таймс». Читатели этой газеты по-прежнему ощущали себя гражданами империи, «над которой никогда не заходило солнце». Почти в каждом ее номере публиковались «Письма из Лондона», прочитав которые, можно было узнать последние новости из жизни столицы. Жители Блантайра слушали передачи Би-би-си, в разделе спорта регулярно публиковались таблицы Английской футбольной лиги [15]. Среди проживавших в Блантайре британцев было немало любителей театра. Специально для них «Ньясаленд Таймс» публиковала новости театральной жизни лондонского Вест-Энда. Местным любителям литературы были адресованы статьи газеты, посвященные творчеству великого английского поэта XVIII в. Уильяма Блейка [14].

Однако и перед проживавшими в Ньясаленде британцами остро вставал вопрос сохранения привычного образа жизни. Ведь борьба за равноправие африканского населения набирала обороты, с 1944 г. действовал Африканский

конгресс Ньясаленда (АКН), выпускавший листовку «Квача» («Свобода»). Лидеры АКН все активнее требовали всеобщего и прямого избирательного права («один человек — один голос»). Белым поселенцам было очевидно, что это будет означать конец привычного им мира. Не случайно, выступая в местном Ротари-клубе в январе 1958 г., губернатор Ньясаленда сэр Р. Армитадж призвал местное «общество» к единству [13]. Перед лицом внешних угроз британцы должны были сплотиться и забыть мелкие обиды.

Британским поселенцам, привыкшим жить в своем замкнутом «обществе», приходилось учитывать изменение ситуации. В послевоенном мире расовая сегрегация воспринималась все более негативно. Поэтому топ-менеджер одного из открытых в 1958 г. в Ньясаленде отелей вынужден был через газету опровергать обвинения в том, что отель будет предназначен только для белых [12].

Однако именно обсуждение расовых проблем на страницах «Ньясаленд Таймс» показывало всю их сложность и неоднозначность. Из материалов главной газеты британского Ньясаленда следует, что поселенцы уже в 1950-е гг. указывали на те аспекты проблемы прав африканского населения, о которых все чаще будут писать впоследствии ученые. В одной из передовиц газеты критическому разбору подвергалась точка зрения о том, что «дни патернализма закончены и африканцам надо дать возможность самим определять свою судьбу». Редакция «Ньясаленд Таймс» по этому поводу замечала, что в реальности африканцы нуждаются в «особой защите африканского». Так, правительство выплачивало бонусы африканским производителям табака и хлопка [16]. Таким образом, уже в 1950-е гг. становилось очевидно: уход белых из Черной Африки чреват обострением проблем, ухудшением социально-экономической ситуации на континенте. Опасаясь потерять свой замкнутый мирок, привычный образ жизни, британские поселенцы предупреждали: без них черному большинству придется самостоятельно решать те проблемы, о которых они до этого даже не подозревали. Обсуждение этих проблем на страницах прессы Ньясаленда было связано с новыми тенденциями в колониальной политике метрополии. Как отмечает российский африканист М. Д. Никитин, после Второй мировой войны в политике Великобритании акцент стал смещаться «с колониального управления на планомерное колониальное развитие», произошел переход к модели «партнерства» во взаимоотношениях с колониями. В официальных заявлениях британских политиков все активнее стал звучать тезис о необходимости постепенно готовить британскую Африку к получению независимости [3, 272–273].

Национально-освободительное движение африканцев становилось фактором, с которым белым приходилось считаться. Даже на страницы «Ньясаленд Таймс» прорывалась информация о деятельности африканской Национальной прогрессивной ассоциации, требованиях ее лидеров к губернатору об отмене расовых ограничений, введении всеобщих выборов в Законодательный совет Ньясаленда [17]. По всей Восточной Африке ширилось движение африканцев за предоставление им независимости.

Сил на то, чтобы организовать эффективное противодействие этой деятельности, у белых поселенцев уже не было. Дни британской Восточной Африки были

сочтены. Ее территории одна за другой получили независимость: в 1961 г. — Танганьика, в 1962 г. — Уганда, в 1963 г. — Кения, в 1964 г. — Ньясаленд (ставший Малави). У власти оказались лидеры африканского национально-освободительного движения, которые в кратчайшие сроки радикально изменили политический и социокультурный ландшафт региона. Остался в прошлом быт британских «колониалов», большинство из них покинуло Черный континент и вернулось в Европу. Серьезные изменения претерпела и система средств массовой информации региона. Однако некоторые из упомянутых в данной статье изданий (например, «Ньясаленд Таймс», переименованная в «Дейли Таймс») выжили и продолжали издаваться уже в независимых государствах Восточной Африки, оставаясь символами ушедшей эпохи колониализма.

1. *Балезин А. С.* Черная Африка и Европа: к проблеме встречи культур в колониальную эпоху. М., 2015.
2. *Матвеева Н. Ф.* Кения : справочник. М., 2004.
3. *Никитин М. Д.* Черная Африка и британские колонизаторы: столкновение цивилизаций. Саратов, 2005.
4. *Позднякова А. П.* Малави : справочник. М., 2004.
5. *Позднякова А. П.* Уганда : справочник. М., 1998.
6. *Тарабрин Е. А.* Новая схватка за Африку. М., 1972.
7. *Фокеев Г. В.* Они не хотят уходить: Английский колониализм в Африке после Второй мировой войны. М., 1965.
8. *Шленская С. М.* Объединенная Республика Танзания : справочник. М., 2014.
9. Daily Chronicle (Nairobi). 1950. 9 Febr.
10. Daily Chronicle. 1950. 23 Febr.
11. Daily Chronicle. 1950. 24 Febr.
12. The Nyasaland Times (Blantyre). 1958. 3 Jan.
13. The Nyasaland Times. 1958. 7 Jan.
14. The Nyasaland Times. 1958. 28 Jan.
15. The Nyasaland Times. 1958. 7 Febr7.
16. The Nyasaland Times. 1958. 18 Febr.
17. The Nyasaland Times. 1958. 4 Apr.
18. The Sunday Post (Nairobi). 1950. 22 Jan.
19. The Sunday Post. 1950. 2 July.
20. The Sunday Post. 1950. 9 July.
21. The Sunday Post. 1950. 23 July.
22. The Tanganyika Opinion (Dar-es-Salam). 1947. 3 Jan.
23. The Tanganyika Opinion. 1947. 31 Jan.

Статья поступила в редакцию 13.03.2018 г.

УДК 070.15 + 316.613 + 316.774

О. А. Сусская

**ТРАНСФОРМАЦИИ АУДИТОРИЙ СМИ
КАК ВЫЗОВ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ
(по материалам эмпирических социологических исследований)**

Рассматриваются изменения, происходящие в информационном пространстве, трансформации аудиторий СМИ в связи с экспансией цифровых технологий, отношение к этим процессам журналистов и те вызовы, которые эта ситуация создает для них. Используются материалы проведенного автором онлайн-опроса журналистов, продемонстрировавшего наиболее важные и уязвимые моменты журналистской практики и выявившего отношение к актуальным изменениям в медиaprостранстве в целом.

К л ю ч е в ы е с л о в а: журналистика; информационное пространство; аудитория; средства массовой информации; трансформации медиасферы.

Мир меняется, и меняется значительно быстрее, чем могут позволить себе зафиксировать социологи. Особенно значимыми для профессии журналиста оказались изменения, происходящие в связи с глобальной дигитализацией коммуникационных процессов в информационном пространстве.

В результате всеобщей компьютеризации массмедийных процессов, дигитальной экспансии в сфере технологий и освоения сетевых контактов в информационном пространстве на смену обычным формам взаимосвязи с их «иерархиями и рынками» (Ф. Фукуяма) [11], массовой аудиторией и институализированным коммуникатором приходит система информационного обмена между субъектом, который воспринимает информацию, и субъектом (субъектами), ее производящим.

Новые технологии сбора и обработки социологических данных (особенно методы фиксации и обработки данных в сетях: Big Data, Google Analytics, SMR — Social Media Research и SMM — Social Media Marketing), различные способы построения и расчета рейтингов, impacts, т. е. воздействия на быстро меняющийся «коммерческий и социальный ландшафт», использование «multiple data sources» и «advanced analitics» для достижения «exceptional insihgt» («исключительного проникновения») имеют конечную цель — интерактивную коммуникацию и транзакции с пользователями.

Под воздействием интернет-сетей привычные для редакторов стандарты формирования новостей и подачи материала становятся все менее востребованы аудиторией, так как последняя сама формирует для себя «повестку дня»: текстовое содержание, видеохронику, произведения киноискусства и пр., выбирая их из сетей и медиаканалов. Сегодня «партиципаторная журналистика» (согласно Б. Г. Бакулеву [2]) занимает все большие «семантические плоскости» и постепенно

СУССКАЯ Ольга Александровна — кандидат филологических наук, доцент кафедры связей с общественностью Национального университета «Киево-Могилянская академия» (e-mail: susskaya@bigmir.net).

вытесняет «совокупного» (институализированного) коммуникатора, превращая медиакommunikацию из асимметричной в симметричную, из асинхронной в синергетическую (Л. Г. Свитич, В. Ф. Петренко), из массовой в персонифицированную (М. А. Бережная, О. А. Сусская, Л. Н. Федотова). Такая форма, как «ремикс» (смешивание цифровых файлов для создания нового видео- или аудиофайла), изменяет аудиторию, превращая ее в общности субъектов — активных участников формирования новых смыслов культуры. Творческая деятельность создает не только «настроения» эпохи, но и инновационные платформы и модели ведения медиабизнеса (Facebook, YouTube, Napster и др.), предназначенные для распространения цифровых мультимедийных продуктов.

Несмотря на вызовы «интернет-эпохи», утверждения «об окончательной депрофессионализации журналистов», согласно М. Аникиной [1], несколько преждевременны: в процессе опроса российских журналистов, проведенного в рамках международного проекта «Миры журналистики», высказывались предположения о сохранении «профессиональной идентичности журналистского корпуса» в ближайшем будущем, при том что «новый сценарий» развития ситуации будет так или иначе связан «с возникновением новых ролевых моделей различных участников информационно-коммуникационного процесса, изменением запроса на рынке журналистского труда» [Там же, 548].

Существенно меняется и отношение к конструкту «общественное мнение». В известном (аксиоматическом для нескольких поколений социологов) высказывании Е. Ноель-Нойман: «Общественное мнение основывается на неосознанном стремлении людей, живущих вместе, прийти к общему выводу, согласию» [12, 116], отражено свойство, необходимое людям для того, «чтобы действовать и, в случае необходимости, принимать решения» [Там же]. Здесь акцентируются именно слова о «неосознанном стремлении», а не о необходимости действовать и принимать решения. Эта переакцентуация имеет, безусловно, социальные причины, ведь именно она отражает социальные запросы современного «модернизированного» и «трансформированного» общества.

Является очевидным фактом то, что в ближайшем будущем новые медиа будут создавать все больше возможностей для участия общественности в политике. Несмотря на то что этот процесс является постепенным и долговременным, международная политика становится с каждым годом все более открытой и вынуждена (в том числе учитывая возрастающее влияние финансовых и религиозных структур) уделять внимание морально-этическим аспектам получения данных (особенно персональных). Последнее также обусловлено тем, что на Западе очень хорошо защищено авторское право. С другой стороны, многие политики полагают, что утрата общественностью интереса к текущим политическим событиям может привести к тому, что аудитории медиа будут реагировать лишь на сенсационные сообщения. А это уже является сугубо социально-психологическим следствием развития информационных и коммуникативных технологий.

В более выгодном положении оказались социологи массовой коммуникации, так как по количеству и средствам оперативного сбора социологической информации они опережают другие отрасли. Так, шагом вперед в использовании

технологических достижений в социологии журналистики можно считать состоявшийся под руководством автора статьи в августе 2017 г. экспертный онлайн-опрос журналистов — членов Национального союза журналистов Украины (НСЖУ) с помощью цифровой платформы «Anketa.in.ua». Такой онлайн-опрос (по сплошной экспертной панели всех членов НСЖУ) состоялся впервые. Для обработки были отобраны 120 анкет экспертов. Весьма показательными были высказывания об отношении к своей профессии и в целом к современному состоянию медиасферы, о владении инструментами интернет-сетей и др.

83,8 % участников онлайн-опроса считают глубоко неправильным суждение, что «журналистика — это явление, ушедшее в прошлое вместе с XX веком». Сугубо «производственное», дотошное отношение, в том числе к сетевому контенту, особенно характерно для журналистов с опытом. Формула, что «за тебя все делает компьютер», не подтвердилась; «журналистика настроений» [9] становится доступной лишь высокоталантливым и профессиональным. Здесь цифровая эпоха явно подчиняется «настроению» журналистов, а не наоборот.

Несмотря на вызовы эпохи, 87,5 % журналистов — участников онлайн-опроса считают свой выбор профессии правильным. Хотя из всего массива респондентов экспертного исследования лишь 42 % имеют высшее профессиональное образования по специальности «Журналистика», остальные 58 % распределились следующим образом: 34 % — гуманитарное образование, 12 % — техническое, 4 % — естественно-научное, 8 % — другое.

Убеждение в стабильной благосклонности публики (аудиторий) к традиционным или электронным медиа (радио и телевидению) постепенно уходит в прошлое. Но в журналистских кругах до сих пор считают, что когда ты телеведущий — «тебя знает весь мир». Это очень устойчивая иллюзия и психологически ее нелегко преодолеть. Так, этой же иллюзии подвержены сотрудники медиа, которые утверждают, что якобы «контингент потребителей продукции массмедиа в Украине является стабильным только в электронных СМИ — радио и телевидении». Оптимизм журналистов поддерживается и социологами. Однако в большинстве современных социологических исследований поведения аудитории массмедиа уже отмечается важность наблюдений за «персонифицированностью» [10] такого поведения. Группы массмедийных аудиторий рассматриваются с точки зрения более частных отношений, индивидуальных интересов и пр. На уровне эмпирического социологического исследования эти отношения возникают как система характеристик, имеющих качественную и количественную определенность: систему качественных и количественных показателей.

Одним из открытий вышеупомянутого исследования стал факт, что группой, наиболее ответственно относящейся к использованию социальных сетей и Интернета в целом, оказались опытные, «возрастные» журналисты (55+), на втором месте средняя группа (35–46 лет), которая сосредоточена на целевой и содержательной работе с сетями, на последнем месте — самые юные (до 25 лет), преимущественно использующие новые технологии в личных целях.

Менее уверенно говорят журналисты о новых типах аудиторий. Лишь 14,4 % согласны, что внутри массовой аудитории произошли изменения. Молодые

журналисты (до 25 лет) считают телевидение популярнее соцсетей, однако ищут в последних «истории, чтобы снять их для телевидения».

В концепции «новой журналистики» («participational journalism», или «журналистика участия») не присутствует такая привычная для патерналистских времен подчиненность и направленность на поиск отсутствия ограничений в доступе к информации, которая была связана с социально обусловленными барьерами: будь то цензура или иные запреты. В современном информационном законодательстве такие ограничения отсутствуют (кроме вопросов безопасности). Ведь эта концепция, в отличие от других концептуальных моделей коммуникации и теорий журналистики, охватывает время, когда деятельность индивида (субъекта) по созданию им информационного поля стала своеобразным воплощением индивидуального поиска того содержания, которое соответствует информационно-коммуникативным потребностям субъекта. В современном массмедийном пространстве на смену «старым» или «традиционным» медиа, где медиакоммуникативные отношения между аудиторией и «совокупным» (институализированным) коммуникатором строились на асимметричных основаниях, приходит интерферирующая система симметричных отношений [8].

Если выйти за пределы распространенных неформальных социальных сетей, то можно легко убедиться, что источник эффективности «новых медиа», т. е. организационных сетей, особенно в мире бизнеса, заключается в отличии их модели от вышеупомянутых «иерархий и рынков», а персонализация (идентификация себя) в этих сетях является скорее формой участия, обусловленного коммуникативными, организационными или бизнес-потребностями.

Символические атрибуты современных коммуникативных практик, получивших свое распространение благодаря развитию интернет-сетей, и постепенная «маркетологизация» традиционных СМИ существенно ускоряют процессы виртуализации сознания. В связи с этим возникает проблема «реконструкции идентичности», получившей новое качество — «размытость» под давлением вышеупомянутого воздействия. По мнению А. А. Калмыкова [5], изменились и детерминанты эффективности коммуникации, «...зависящие от степени развития личности и личностного коммуникативного пространства. Они следующие: виртуализация события коммуникации; активность субъекта коммуникации; психоэтические качества коммуникатора; определенность (конкретизация) процесса коммуникации; системное подобие коммуникации личностному коммуникативному пространству; жизнеспособность порождаемых коммуникацией симулякров» [Там же, 21].

Если еще 20 лет назад считалось справедливым мнение, что влияние печатных средств массовой коммуникации, радио и телевидения на духовный мир человека является преимущественно положительным, то в последнее десятилетие усилилась критика (и социологическая, и культурологическая) медиацентрических воздействий на сознание реципиентов СМИ [10]. Учеными было установлено, что в значительной степени это воздействие зависит не только от содержания материалов массовой коммуникации [2, 5, 7]. Потенциал воздействия и «эффектов СМИ» все больше становится зависимым от экономических условий и финансовых

обстоятельств и фактически определяется условиями социально-экономической системы.

Исследования современных социологов массмедиа [1, 4, 6, 8] показывают, что объяснить этот процесс невозможно ни на микросоциологическом, ни на макросоциологическом уровне (хотя именно последний доминировал в изучении эффектов массовых коммуникаций на протяжении всей второй половины XX в.).

Ритуальность поведения аудитории, ее наличие в постоянной структуре так называемого «медиа ландшафта» воспринимается журналистами как «повседневность»: *привычки аудитории неизменны*, что гарантирует журналистам ТВ постоянную аудиторию.

Социологи же трактуют это как *компенсаторность* — как попытку быть более социально интегрированными и одновременно сохранить «ощущение причастности», как возможность преодолеть «ощущение одиночества», что является существенным для постмодернистского мира. В этом причина того, почему до сих пор традиционные медиа (особенно телевидение) продолжают сохранять форвардные позиции среди культурно-досуговых практик.

Продолжает оставаться дискуссионным вопрос о формировании «новой аудитории» массмедиа. От 20 до 40 % журналистов в разных возрастных группах считают, что качественные изменения *аудитории массмедиа* действительно происходят. Однако среди тех (находящихся в меньшинстве), кто продолжает придерживаться мнения, что никаких качественных изменений нет, мнения о существовании / несуществовании массовой аудитории распределились точно поровну: 50 % считают, что такой аудитории уже нет, и столько же считают обратное. Распределение ответов журналистов показало устойчивость стереотипов профессиональной медиасреды: со стандартами коммуникации и с массовыми аудиториями работать привычнее и легче, чем искать «подходы» к новым аудиториям и их субъектам.

Сам «процесс информационного обмена» приобретает в наше время новое звучание: каждый из участников коммуникативного взаимодействия, которое происходит в информационном пространстве, способен сообщить другому свое мнение. Подобное восприятие нового массмедийного партнера-коммуниканта, субъекта интернет-сетей, создающего собственное информационное поле, отличается от прежней трактовки системы массовой коммуникации как «целенаправленного воздействия» на адресата информации. Особенно важным этот вывод представляется для обществ посттоталитарного типа, где структура коммуникативных связей в пространстве массовой коммуникации продолжает строиться на основе однонаправленной интенциональности коммуникатора-«хозяина» или на идеологическом заказе.

Весьма интересны результаты ответов на вопрос «Согласны ли вы с утверждением, что в наше время понимание предназначения массмедиа и их роли в обществе искажено?» (рис. 1). Представление о массмедиа как «четвертой власти», видимо, уже пережило свой пик, и теперь журналисты испытывают некоторый «интерпретационный кризис», по своему типу напоминающий либо «обратное» прочтение «модели привратника», либо «спираль молчания» Э. Ноель-Нойманн

[12]. Как показано на гистограмме (рис. 1), «поле» тех, кто *не соглашается*, что «отношение к СМИ в обществе искажено», практически вдвое превосходит «поле» тех, кто придерживается противоположного мнения, и сдвинуто к середине. Тех, кто согласен с тем, что мнение о массмедиа искажено (причем здесь преобладают минимальные оценки), меньше, но в группах более опытных и взрослых эти оценки, а соответственно и обеспоеченность, — выше. Таким образом, проблему признает значительная часть участников опроса. В целом эта проблема оказалась актуально почти для половины участников опроса (42,1%). Разброс оценок (от 1 до 7 баллов) отражен в циркулярных полях и соответствует наполненности степени оценок.

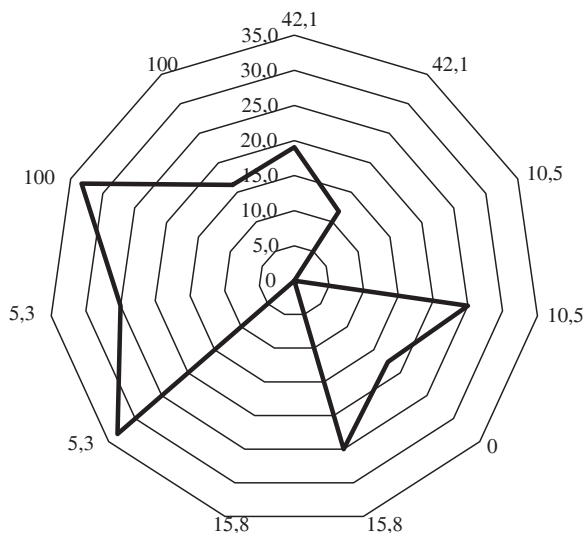


Рис. 1. Кластеризация данных ответов на вопрос «Согласны ли вы с утверждением, что в наше время понимание предназначения массмедиа и их роли в обществе искажено?» по позициям «согласен полностью» и «не согласен», %

Исходя из анализа широкого массива данных предыдущих исследований, можно предположить, что подобная «обеспоеченность» (или ощущение дискомфорта) связана со следующими противоречиями:

- между необходимостью осознания журналистом «проблемных полей» и самовоспроизводимостью — «аутопойезисом» (термин Н. Лумана) медийных систем, наличием все более глубокой дифференциации их дискурсов;

- между возникающей все чаще отстраненностью манипулятивных медиакоммуникативных практик и реальными событиями жизни людей;

- между реальным состоянием структурных (штатных) преобразований статусов журналистов (особенно новых медиа) и появлением нового субъекта, строящего свои отношения на симметричных основаниях, персонифицированного в компьютерных сетях и в целом в информационном пространстве.

Способность информационного пространства также испытывать «повреждения» (по мысли А. А. Калмыкова), а именно «внедрение упрощенно-рационалистических

абстрактных моделей бытия; потеря чувствительности к высшим проявлениям бытия; обесценивание знания вследствие его общедоступности; перегрузка каналов массовой коммуникации готовыми к употреблению образами и т. п.» [5, 20–21], приводит к уязвимости и самих журналистов. Результаты проведенного исследования экспертного сообщества журналистов достаточно четко продемонстрировали, что в их профессиональном воображении массовая аудитория существует, несмотря на то, что она стала значительно меньше, чем пять лет назад. И хотя в Украине уже насчитывается 62 % постоянных пользователей Интернета [4], все же 14,4 % журналистов думает именно так. Приверженцев мнения, что массовая аудитория продолжает существовать, достаточно много — 30 %. Этот *стереотип восприятия* журналистами «контингента» реципиентов информационного пространства можно назвать *очень устойчивым*. Неудивительно, что 85,7 % журналистов — участников онлайн-опроса оценили это суждение как «практически невероятное» (из них наибольшее количество — 34,3 % считают это совершенно неправильным).

Осознание журналистами собственной ответственности подтверждает мысль, что «журналистская деятельность может привести к деструкции социальной реальности для социумов и индивидуумов, является основой формирования этических принципов профессионального журналистского сообщества» [5, 21]. Такие сообщества (в основном это региональные союзы журналистов) поддерживают внутреннее единство и солидарность в профессии, уровень творческой требовательности и пр. Упомянутое выше исследование показало, что подобные постулаты являются сверхважными и даже основополагающими как для когорты действующих журналистов, так и для только начинающих свою карьеру. Так, в ответах на вопрос «Чем может быть, по вашему мнению, интересен и полезен молодому журналисту Национальный союз журналистов Украины?» чаще всего встречались такие мнения:

1. *Правовая защита:*

- в вопросах юридического обеспечения профдеятельности массмедийника;
- предоставление «веса» законам о защите прав журналистов;
- профессиональная защита интересов и прав;
- публичная защита от угроз профессиональной деятельности и жизни;
- может научить молодых специалистов как защищать свои права.

2. *Взаимодействие и коммуникация с коллегами:*

- взаимодействие с коллегами, единомышленниками;
- НСЖУ должен стать для молодого журналиста семьей, где он сможет вырасти в профессионала;
- возможность учиться у профессионалов своего дела и чувствовать себя причастным к большому медиасообществу, где в случае необходимости защитят твои права;
- реальная забота и помощь;
- открытие путей профессиональной коммуникации и развития;
- возможность обмена знаниями;
- обмен мнениями о практике и теории;

— общение с коллегами, престиж профессии.

3. Повышение качественного профессионального уровня:

- профессиональная поддержка, повышение квалификации;
- обмен опытом, защита прав, повышение квалификации;
- внимание к подготовке, переподготовке и повышению квалификации;
- черпание опыта, повышение квалификации и т. д.;

Среди проблем, особенно актуальных для журналистики последнего десятилетия на всем постсоветском пространстве, можно выделить две: это проблема защиты журналистов и проблема проплаченной рекламы («джинсЫ»).

Первый вопрос, касающийся агрессии против журналистов, стал особенно актуален для украинских журналистов в последние четыре года. На вопрос «Кто чаще всего нарушает законодательство о правах и возможностях журналистов осуществлять свою профессиональную деятельность?» ответили представители практически всех СМИ, которые участвовали в опросе. Картина ранжирования ответов такова, %:

- 1) чиновники госучреждений — 32,5;
- 2) представители политических партий — 21,4;
- 3) представители крупного бизнеса — 15,4;
- 4) сотрудники органов МВД, патрульной полиции — 10,3;
- 5) сотрудники охранных систем и учреждений — 8,5;
- 6) люди на улицах — 2,6;
- 7) кто-то другой — 9.

Участившиеся нападения на журналистов во время трансляций свидетельствуют о нарушении прав на информацию и свободу слова, существующих и охраняемых в каждой демократической стране. Обращает на себя внимание, что на первое место вышли именно чиновники госучреждений и политических партий, а представители силовых структур оказались на средних позициях. Обеспокоенность подобной ситуацией выразили в упомянутом исследовании журналисты, принадлежащие к разным социодемографическим группам. Ниже показано распределение ответов на вопрос анкеты «Насколько вы считаете важной проблему защиты журналистов?» (табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «Насколько вы считаете важной проблему защиты журналистов?», %

Характеристика респондентов	Оценка, баллы				
	1	2	3	4	5
Пол:					
мужчины	1,9	3,8	7,7	15,4	71,2
женщины	0,0	0,0	7,7	29,2	63,1
Образование:					
специализация «Журналистика»	0,0	0,0	5,5	16,4	78,2
другая специализация	1,6	3,2	9,7	29,0	56,5

Окончание табл. 1

Характеристика респондентов	Оценка, баллы				
	1	2	3	4	5
Возраст, лет:					
до 26	0,0	0,0	0,0	7,4	6,5
26–35	0,0	3,7	3,7	33,3	20,8
36–45	3,2	0,0	12,9	19,4	26,0
46–55	0,0	0,0	7,4	22,2	24,7
55 +	0,0	0,0	8,3	16,7	22,1

Оценивая ситуацию по пятибалльной шкале (см. табл. 1), можно отметить, что проблема защиты журналистов наиболее беспокоит и мужчин (71,2%), и женщин (63,1) с профильным образованием по специальности «Журналистика» (78,2%), в возрасте «осознания» себя в профессии (26–35 лет – 33,2%) и «утверждения себя в профессии», т. е. состоявшихся журналистов (группы 36–45 лет – 26% и 46–55 лет – 24,7%).

Острота проблемы агрессии против журналистов тесно коррелирует с потенциальными возможностями существования свободной журналистики в кризисном обществе. Так, почти две трети респондентов (ответивших на оба вопроса) дали негативные ответы на вопрос о *возможностях существования свободной журналистики при наличии высокого уровня агрессии против журналистов*. Практически создается ситуация, когда системный кризис общества порождает и системный кризис журналистики. На рис. 2 показана оценка мужчинами и женщинами того, насколько, по их мнению, опасна профессия журналиста.

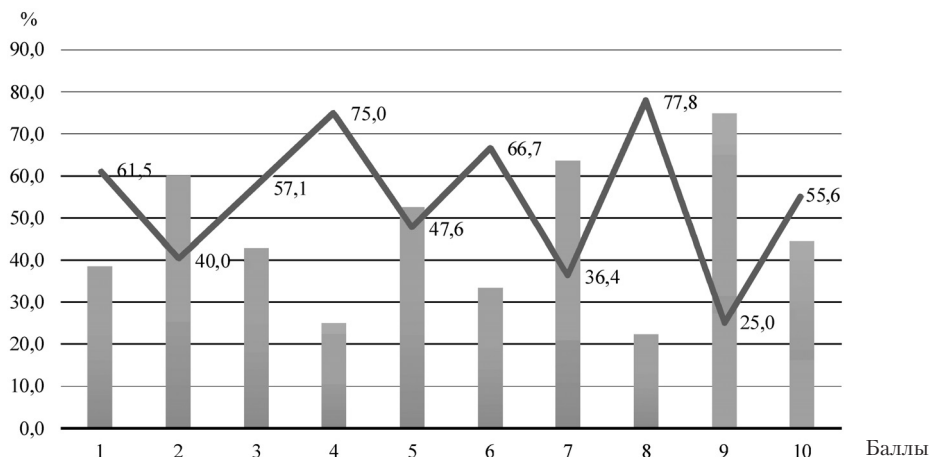


Рис. 2. Оценка мужчинами и женщинами опасности профессии журналиста: линейный показатель — женщины; столбцевой показатель — мужчины (данные приведены в процентах относительно массива респондентов, ответивших на вопрос)

Следующей проблемой, препятствующей журналистам быть хозяевами своей творческой судьбы, является проблема оплаченных материалов и скрытой

рекламы («джинсЫ»). В исследовании этой проблемы были выявлены несколько «пластов», включающих как материальные, так и моральные аспекты. Как выяснилось, чем меньше ощущение «подчиненности» и выше самореферентность журналистов, тем больше вероятность того, что они устоят перед искушением использования «джинсЫ» и сохраняют собственное достоинство. В основном четыре причины способствуют появлению «джинсы», т. е. проплаченной рекламы (особенно в традиционных медиа):

- журналисты часто подчинены бизнес-структурам и госаппарату,
- нет достойной оплаты труда журналистов,
- заказчик «джинсы» считает, что все можно получить за деньги.

Результаты исследования показали, что «игнорировать заказчика» могут себе позволить и умеют это делать преимущественно «ветераны» журналистики (возрастная группа 55+). В остальных группах преобладает «подчинение бизнес-структурам или госаппарату». Более всего страдает от отсутствия достойной оплаты труда группа опытных журналистов в возрасте 46–55 лет (видимо, груз ответственности перед семьей и т. д. в этой группе наибольший). Материальные проблемы угнетают творческую личность и провоцируют чувство неуверенности в себе. Именно кризисные явления в обществе порождают попытки «обойти» официальные каналы размещения рекламы и воспользоваться «услугами» отдельных журналистов.

Информация, по известному определению Грегори Бейтсона, является «difference that makes difference» [3]. Буквально это означает «различия, создающие различия»; но различие, которое создает отличие, может стать первым звеном в цепочке: следующее звено удваивает первое, создает еще одно отличие, которое создает новое отличие, и т. д. Информация цепляется за информацию, причем следующий элемент не всегда вытекает из предыдущего (как результат числовых операций с исходными данными). Здесь нет полной предсказуемости: новый элемент информации может зависеть от решений и действий человека.

Таковыми могут быть сегодня и социальные медиа, обеспечивающие производство контента без привязки к информационным платформам структур власти. Подчиняясь субъективному выбору личности, контент информационного поля ориентирован преимущественно на ее сознательные интересы, запросы и т. п. Перечисленные факторы принципиально меняют модель классического журналистского процесса, ведь все они влияют на него извне.

Приведенные выше факты экспертного исследования свидетельствуют о насущных проблемах, которые присутствуют в журналистике Украины как социальном институте. При составлении программы действий на ближайшее будущее профессиональный союз журналистов должен учесть эти проблемы, ведь союз — именно та организация, которая олицетворяет метажурналистику, саму профессию и миссию журналиста в обществе, выражает потребности журналистов и защищает их, т. е. он является субъектом действий (и противодействий, если того требует ситуация).

Сегодня именно метажурналистика (как «продукт», «контент», «метатекст») способна противостоять таким внешним воздействиям, как преследования журналистов, создание препятствий в выполнении ими творческих профессиональных

обязанностей и пр. Традиционные медиа «поставляют» основные политические раздражители, поэтому их деятельность всегда «на виду», под пристальным вниманием властей. Благодаря телевидению у каждого потребителя актуальной визуализированной информации создается ощущение не зрителя, а участника события. Поведение участника, в отличие от зрителя (пассивного наблюдателя), подвергается своего рода программированию, и поэтому классическая модель «медиа — меседж — аудитория» уже не выдерживает критики. Множественность вызовов современности создают прецедент трансформаций не только аудиторий массмедиа, но и самих журналистов, их профессиональных взглядов, их сообществ.

Маркетологизация социологических исследований медиапространства (акценты на качественных исследованиях рекламы, увлечение рейтингами и пр.) является достаточным свидетельством того, что новые технологии «цифровизации» информационного обмена могут быть обманчивы. Но в той же мере небезопасно и увлечение макросоциологическими подходами к измерению аудиторий, которые практически уже «массовыми» не являются. Следовательно, для сохранения уровня надежности, научности подходов и полученных результатов необходимо проводить экспертные исследования профессионального контингента журналистов.

1. Аникина М. Е. Будущее журналистики как социального действия и объекта академических исследований // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия : сб. материалов междунар. науч.-практ. конф. М., 2018. С. 547–548.

2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2010.

3. Бейтсон Г. Экология разума : избр. ст. по антропологии, психиатрии и эпистемологии / пер. с англ. М., 2000.

4. Данные социологических исследований КМИС. Результаты опроса 2017 г. [Электронный ресурс]. URL: www.kiis.com.ua/?lang=gus&cat=reports&id=510 (дата обращения: 20.02.2018).

5. Калмыков А. А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2009.

6. Постсоветская публичность: Беларусь, Украина : сб. науч. тр. / под ред. М. Соколовой, В. Фурса. Вильнюс, 2008.

7. Публицистика. Массовая коммуникация : медиаэнциклопедия / под общ. ред. В. Ф. Иванова. Киев, 2007 [на укр. яз.].

8. Сусская О. А. Диспозиция личности в информационном пространстве // Субкультуры и коммуникативные стратегии информационного общества : тр. междунар. науч.-теор. конф., С.-Петербург, 19–22 нояб. 2013 г. СПб., 2014. С. 226–230.

9. Сусская О. А. Журналистика «настроенной» в цифровую эпоху // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия : сб. материалов междунар. науч.-практ. конф. М., 2018. С. 545–547.

10. Сусская О. А. Социологические проекции личности: интерпретация — персонификация — виртуализация : монография. Saarbrücken, 2014.

11. Фукуяма Ф. Великий разрыв : пер. с англ. М., 2008.

12. Noelle-Neumann E., Schulz W., Wilke J. Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt, 1994.

Статья поступила в редакцию 06.04.2018 г.

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ЖАНРЫ ЖУРНАЛИСТСКИХ РАССЛЕДОВАНИЙ В РУНЕТЕ

Эффективность современной расследовательской журналистики в Интернете в значительной мере определяется выбором адекватных жанровых форм изложения добытой информации. Современная Глобальная сеть представляет авторам намного более широкие возможности донесения до аудитории результатов расследования, нежели традиционные СМИ. В данной статье, исследуя жанровую структуру публикаций, представленных на шести ведущих расследовательских сайтах Рунета, автор выявляет группу наиболее активно используемых мультимедийных жанров, а также анализирует возможности, которыми они обладают.

Ключевые слова: расследовательская журналистика; интернет-сайты; мультимедийные жанры.

Тексты журналистских расследований в Интернете выступают одной из составляющих универсума журналистских публикаций в Глобальной сети в целом. И как часть целого, они неизбежно несут на себе отпечаток этого целого. Данное замечание, разумеется, касается и значимых для нас жанровых особенностей журналистских публикаций в Сети. Иначе говоря, жанры журналистских расследований в Интернете отражают некие существенные характеристики, свойственные всему жанровому универсуму журналистики в Глобальной сети (например, особенности использования жанров, динамика их структуры). Эта связь становится особо значимой для исследователя в силу того, что по мере развития Интернета и компьютерных технологий жанровая структура интернет-журналистики изменяется, совершенствуется. Характер изменений этой структуры уже привлекал внимание теоретиков журналистики. Начало исследованию жанров интернет-СМИ положили А. А. Калмыков и Л. А. Коханова. В своей книге «Интернет-журналистика» [7], вышедшей в 2005 г., они отмечают, что в интернет-СМИ используются те же жанры, что и в традиционных средствах массовой информации. Однако через пять лет авторы книги «Интернет-СМИ: теория и практика» [8], вышедшей под редакцией М. М. Лукиной, говорят уже о появлении в Сети ряда жанров, которых раньше вообще не существовало («подкаст», «потокковое видео», «аудиослайд-шоу», «мультимедийное ток-шоу», «мультимедийная статья» и др.). За прошедшие годы ситуация значительно изменилась. И происходит это в первую очередь за счет использования авторами публикаций возможностей мультимедиа. Хотя следует заметить, что рост числа мультимедийных жанров журналистики отнюдь не означает того, что традиционные, привнесенные в Глобальную сеть прежде всего из печатных СМИ жанры исчезают. Они по-прежнему

используются, но объем публикаций в новых мультимедийных жанрах значительно вырос и продолжает расти.

К сожалению, до последнего времени существовали лишь отдельные научные работы, посвященные интересующим нас особенностям журналистских расследований в Интернете [18]. Что же касается жанрового аспекта исследовательских текстов, и прежде всего применения мультимедийных жанров на интернет-сайтах, работ по этим вопросам нет. Стремясь в какой-то мере восполнить существующий пробел, мы в нашей статье попытались рассмотреть применение мультимедийных жанров при изложении результатов журналистских расследований в Интернете, их соотношение с жанрами, пришедшими в Глобальную сеть из традиционных СМИ.

Для своей работы мы выбрали шесть наиболее посещаемых (можно сказать, «ядерных») сайтов Рунета:

– Центр журналистских расследований (<http://nikcenter.org>). Этот ресурс работает в доменах Рунета, является участником всемирной Глобальной сети журналистов-расследователей (Global Investigative Journalism Network) [6];

– Бюро журналистских расследований «ФАКТ» (<http://бжр-факт.рф>) — это российский ресурс, основанный в 2012 г. Союзом журналистов Краснодарского края [5];

– Первое антикоррупционное СМИ (<https://pasm.ru/>) — это федеральное средство массовой информации, специализирующееся на борьбе с коррупцией в России [12];

– Компромат.ру (www.compromat.ru) — это «библиотека» компромата, ресурс, зарегистрированный в России, представленный также на электронном канале «Telegram» [11];

– Агентство федеральных расследований Freelance Bureau (www.FLB.ru) — это официальное российское журналистское агентство, созданное в 1999 г. [13];

– Russiagate (<https://russiagate.com/rassledovaniya/index.php>) — это ресурс, созданный независимой командой журналистов-расследователей, поставившей перед собой задачу — помочь пользователям Сети понять, как действует организованная преступность и коррупция в России [14].

В ходе исследования были рассмотрены все материалы, опубликованные на каждом из сайтов в 2017 г. (всего 201 текст). При этом, определяя жанровую принадлежность текстов, мы опирались на классификацию жанров, предложенную профессором А. А. Тертычным [19].

Предварительное изучение материалов избранных сайтов показало, что авторы исследовательских публикаций используют лишь следующие жанровые формы: мультимедийный репортаж, мультимедийная корреспонденция, статья (вербальная), мультимедийная статья, техническая запись. Мы установили интенсивность использования на данных сайтах этих жанров (табл. 1).

Как видно из табл. 1, на исследуемых сайтах Рунета в минимальном количестве представлены тексты в жанре традиционной (вербальной) статьи, перекочевавшей в свое время в Интернет из печатных СМИ. Наибольшее число текстов журналистских расследований написано в жанре мультимедийной статьи.

Между этими «полюсами» последовательно расположились: мультимедийная корреспонденция, техническая запись и мультимедийный репортаж. Итак, общее соотношение (в %) мультимедийных форм подачи материалов журналистских расследований и традиционных выглядит как 91,43 : 8,57. Чем же объясняется выбор авторами расследовательских публикаций тех или иных жанров и при этом резкое превалирование мультимедийных форм подачи результатов журналистских расследований?

Таблица 1

Интенсивность использования различных жанровых форм в текстах журналистских расследований на сайтах Рунета

№ п/п	Жанр	Доля текстов от их общего числа (<i>n</i> = 201), %
1	Мультимедийная корреспонденция	2,85
2	Мультимедийный репортаж	7,14
3	Статья (вербальная)	1,43
4	Мультимедийная статья	84,29
5	Техническая запись	4,29

В своих рассуждениях мы исходим из того, что использование авторами тех или иных методов и форм отображения расследуемых явлений продиктовано в первую очередь характером предмета отображения, что вытекает из общей закономерности познания человеком действительности. «Существует прямая зависимость между тем, что познает журналист, и тем, какие цели он выбирает при его отображении, какими методами пользуется» [20, 31]. В качестве предмета отображения перед журналистом-расследователем предстают такие феномены реальности, как события, ситуации, процессы, происходящие в разных сферах общественной деятельности. При этом под событием понимается «точно фиксированный в пространстве и времени, т. е. с ясным началом и завершением, шаг в общественном процессе» [16, 33]. Ситуация представляет собой «определенное, устойчивое на протяжении длительного промежутка времени состояние отношений между членами какого-либо коллектива, между коллективами, между социальными слоями, группами и т. п., соотношение сил, взаимных требований и ожиданий» [Там же], комплекс сложившихся в ходе совместной деятельности устойчивых взаимных претензий и ожиданий участников этой деятельности (часто порождаемое конфликтом интересов). Процесс «может быть определен как динамичное следование различных состояний, находящихся в причинно-следственной связи» [17, 133].

В каких случаях расследование журналистом событий приводит к созданию текстов в жанре мультимедийной корреспонденции или мультимедийного репортажа? Так, в размещенной на сайте Бюро журналистских расследований «ФАКТ» публикации «Лесное рейдерство в крае» [2], представляющей собой мультимедийную корреспонденцию, излагаются результаты расследования одного из случаев

незаконной вырубке леса в Краснодарском крае. О расследовании события идет речь и в мультимедийном репортаже «Асфальтовые войны» [1], помещенном на том же сайте. Существенное различие между этими жанрами состоит в том, что при создании репортажа автор должен лично наблюдать расследуемое событие, в то время как создатель корреспонденции может использовать информацию о событии из других источников, не наблюдая само событие лично. Об отображении события, протекающего в той или иной форме, можно говорить и тогда, когда рассматривается такой, условно говоря, «жанр» журналистского расследования, как «техническая запись», которую невозможно осуществить, если никакого события не происходит. При этом под «технической записью» понимают фиксацию с помощью видео- или аудио-аппаратуры каких-либо действий, разговоров и пр. (в том числе и преступного характера).

Если речь идет о расследовании исключительно сложной ситуации и тенденциях ее развития, то автор обычно прибегает к тексту-«тяжеловесу» в жанре либо вербальной (традиционной) статьи, либо — мультимедийной. Этот же жанр используется и при расследовании какого-либо процесса, иногда очень длительного, представляющего собой сложную цепь взаимосвязанных событий. Пример подобного рода — мультимедийная статья «Дивизия дезертиров Украины» [22], размещенная на сайте FLB. ru.

В ходе исследования мы поставили перед собой задачу выяснить, существует ли корреляция между интенсивностью использования мультимедийных жанров и тематикой расследований. С этой целью мы рассмотрели содержание всех публикаций на данных сайтах за 2017 г. и их жанровые формы. Результат представлен в табл. 2.

Таблица 2

Корреляционная связь между жанром публикаций и тематикой расследования

№ п/п	Тема расследования	Жанр публикаций				
		статья (вербальная)	мультимедийная корреспонденция	техническая запись	мультимедийный репортаж	мультимедийная статья
1	Коррупционные преступления	4	6	—	9	80
2	Преступления в сфере политики	—	—	9	3	25
3	Преступления против личности	—	—	—	3	20
4	Преступления в сфере экономики	—	—	—	—	19
5	Преступления в сфере вооруженных сил	—	—	—	—	11
6	Ложь в СМИ	—	—	—	—	6
7	Преступления в сфере здравоохранения	—	—	—	—	3
8	Преступления в сфере экологии	—	—	—	—	3
	Итого	3	6	9	15	168

Из табл. 2 видно, что тематика расследований, результаты которых представлены на изучаемых сайтах, и жанровые формы их воплощения полной взаимозависимости не имеют. При этом результаты расследований по всем темам на изучаемых сайтах изложены преимущественно в жанре мультимедийной статьи. И лишь для расследований по трем тематическим сферам использованы иные мультимедийные жанры. Например, расследования в сфере преступлений против личности и в сфере политических преступлений изложены как в жанре мультимедийной статьи, так и в жанре мультимедийного репортажа. В жанрах мультимедийной статьи, мультимедийного репортажа и мультимедийной корреспонденции представлены расследования в сфере коррупционных преступлений.

Наблюдаемый на сайтах резкий перевес мультимедийных жанровых форм изложения результатов журналистских расследований (по сравнению с традиционными), без сомнения, есть проявление в СМИ в целом, и особенно в интернет-СМИ, общей тенденции креолизации текстов (а мультимедийный текст по своему характеру является именно креолизированным текстом), дающей их авторам в плане восприятия аудиторией и воздействия на нее несомненные преимущества. Такого рода тексты включают в себя как вербальный ряд, так и, условно говоря, иллюстративный ряд, а точнее — визуально-аудиальный (фото, рисунки, видео, аудио). При этом разные составляющие креолизованного текста воспринимаются реципиентом (потребителем информации) по-разному и по-разному воздействуют на него. Так, изобразительный ряд «воспринимается как нечто цельное с меньшим напряжением, чем в интернет-СМИ вербальный текст» [3]. Как пишет М. Б. Ворошилова, «является общепризнанным и то, что вербальная информация, как правило, оказывает рациональное воздействие, а невербальная активизирует подсознательный (эмоциональный) уровень восприятия; вербальные средства передают информацию преимущественно о внешнем мире, в то время как невербальные — об эмоциональной стороне коммуникации» [4, 26]. И каждый компонент усиливает общее воздействие текста. По мнению Г. Г. Почепцова, информация, которая есть в текстовом сообщении, «усваивается лишь на 7 %, голосовые характеристики способствуют усвоению 38 % информации, тогда как наличие визуального образа заметно — до 55 % — повышает восприятие» [10, 35]. При этом «визуальные средства, в отличие от вербальных или интеллектуальных (слово, понятие, теории), позволяют человеку практически мгновенно воспринимать запрограммированное воздействие (хотя сработать оно может значительно позднее), причем это воздействие является и более глубоким, поскольку визуальные системы влияют не только на интеллект, но и на эмоционально-чувственный базис человека» [15, 26].

Это, безусловно, учитывают авторы расследовательских публикаций на изучаемых интернет-сайтах. Так, например, знакомство со «стандартными» мультимедийными публикациями «Семейное гнездо: чем владеет губернатор Санкт-Петербурга и его семья» [24], «Плесский рай российской власти: кто поселился в Плесе, как премьер-министр Медведев?» [23], «ТЭЦ на распродажу» [21] показало, что в среднем соотношение в них «иллюстративной» и «вербальной» составляющих (в %) выглядит как 70 : 30. Заметное стремление к максимальной

визуализации текстов, как в данном случае, так и в текстах интернет-СМИ в целом, отнюдь не значит, что когда-то визуальная составляющая в публикациях полностью вытеснит вербальную. Даже если визуальные элементы иногда преобладают в тексте над вербальными, обойтись без последних нельзя, так как «...без них ориентироваться в информации было бы невозможно. Именно гармоничное распределение информативной нагрузки между компонентами медиатекста позволяет создать полноценный текст нового формата» [9, 202].

Таким образом, можно сказать, что авторы изучаемых сайтов достаточно эффективно используют как визуальную, так и вербальную составляющие, находя их оптимальное соотношение в своих произведениях. Не отказываясь полностью от применения «традиционных» жанров, они выбирают наиболее эффективные на данном этапе мультимедийные жанровые формы изложения результатов своих журналистских расследований. Полагаем, что данный вывод (свидетельствующий лишь о тенденции) можно экстраполировать и на жанровую структуру других исследовательских сайтов Интернета.

1. Асфальтовые войны [Электронный ресурс] // Бюро журналистских расследований «ФАКТ». URL: <http://бжр-факт.рф/?p=1089> (дата обращения: 01.01.2018).
2. Лесное рейдерство в крае [Электронный ресурс] // Бюро журналистских расследований «ФАКТ». URL: <http://бжр-факт.рф/?p=1056> (дата обращения: 01.01.2018).
3. *Валгина Н. С.* Теория текста : учеб. пособие [Электронный ресурс]. М., 2003. URL: http://evartist.narod.ru/text14/25.htm#_ftn1 (дата обращения: 01.01.2018).
4. *Ворошилова М. Б.* Политический креолизованный текст: ключи к прочтению : монография. Екатеринбург, 2013.
5. Выходные и регистрационные данные ресурса «Бюро журналистских расследований «ФАКТ»» [Электронный ресурс]. URL: http://бжр-факт.рф/?page_id=54 (дата обращения: 01.01.2018).
6. Выходные и регистрационные данные ресурса «Центр журналистских расследований». URL: <http://nikcenter.org/about> (дата обращения: 01.01.2018).
7. Интернет-журналистика. М., 2005.
8. Интернет-СМИ: теория и практика / под ред. М. М. Лукиной. М., 2010.
9. *Пильгун М. А.* Мультимедийный текст: особенности функционирования и перспективы развития // Учен. зап. Каз. ун-та. Сер. : Гуманитарные науки. 2015. Т. 157, кн. 5. С. 202.
10. *Почепцов Г. Г.* Имиджелогия. Москва ; Киев, 2004.
11. Регистрационные данные ресурса «Библиотека компромата Compromat.ru». URL: http://www.compromat.ru/page_24046.htm (дата обращения: 03.01.2018).
12. Регистрационные данные ресурса «Первое антикоррупционное СМИ». Свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС 77-67501. URL: <https://pasmi.ru/about/> (дата обращения: 01.01.2018).
13. Регистрационные данные ресурса «FLB.ru». URL: <https://flb.ru/redaksiya-flb/> (дата обращения: 02.01.2018).
14. Регистрационные данные ресурса «Russiangate». URL: <https://russiagate.com/about/index.php> (дата обращения: 04.01.2018).
15. *Розин В. М.* Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и воспринимает мир. М., 2006.
16. *Тертычный А. А.* Аналитическая журналистика. М., 2013.
17. *Тертычный А. А.* Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. М., 1998.

18. *Тертычный А. А.* Антикоррупционные журналистские расследования на региональных сайтах // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2015. № 1. С. 176–191.

19. *Тертычный А. А.* Мультимедійність в журналістиці: істоти та генезис // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття / під заг. ред. В. Г. Спрінсяна. Одеса, 2013. С. 87–90.

20. *Тертычный А. А.* Социальное познание в журналистике (методология, методы, методика) : монография. М., 2009.

21. ТЭЦ на распродажу [Электронный ресурс] // Центр журналистских расследований. URL: <http://nikcenter.org/newsItem/40989> (дата обращения: 01.01.2018).

22. Дивизия дезертиров Украины [Электронный ресурс] // Freelance Bureau. URL: <https://flb.ru/1/851.html> (дата обращения: 01.01.2018).

23. Плесский рай российской власти: кто поселился в Плесе, как премьер-министр Медведев? [Электронный ресурс] // Russiangate. URL: <https://russiagate.com/obshchestvo/plesskiy-ray-rossiyskoj-vlasti-cto-poselilsya-v-plese-kak-premerministr-medvedev/> (дата обращения: 01.01.2018).

24. Семейное гнездо: чем владеют губернатор Санкт-Петербурга и его семья [Электронный ресурс] // Russiangate. URL: <https://russiagate.com/nedvizhimost/seymnoe-gnezdo-chem-vladyut-gubernator-sanktpeterburga-i-ego-semya/> (дата обращения: 01.01.2018).

Статья поступила в редакцию 15.01.2018 г.

УДК 32.019.51 + 316.774 + 004.032.6

**В. Г. Благодатских
А. А. Керимов**

КОНЦЕПТ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ПОЛИТОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Рассматриваются различные подходы к интерпретации категории массовых коммуникаций в современной политической науке, устанавливаются ее универсальные характеристики, выявляются сущность, специфические особенности и черты.

К л ю ч е в ы е с л о в а: массовая коммуникация; коммуникация; средства массовой коммуникации; информация.

В конце XX в. теория массовых коммуникаций приобрела междисциплинарный характер, став предметом изучения в политологии, социальной философии, социологии, психологии, управленческих и PR дисциплинах, культурологии и др. Это вызвано очевидной трансформацией глобального общества в информационную стадию, где акцент делается на методах, каналах и технологиях формирования,

БЛАГОДАТСКИХ Владимир Гурьянович — доктор исторических наук, доцент, заведующий кафедрой истории и философии Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург (e-mail: profkom@usue.ru).

КЕРИМОВ Александр Алиевич — кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры политических наук Уральского федерального университета (e-mail: kerimov68@mail.ru).

© Благодатских В. Г., Керимов А. А., 2018

передачи и усвоения информационных потоков, которые, как известно, удваиваются каждые пять лет. Массовые коммуникации современного мира из средств информирования превратились в уникальные центры воздействия на массовое поведение.

Высокая степень значимости массовых коммуникаций и медиатехнологий в политической жизни является очевидным фактом, который, однако, в рамках российской политической науки подвергается весьма слабой научной рефлексии.

Политологи постоянно впадают в крайности, воспринимая средства массовой коммуникации, с одной стороны, как механизм манипулирования общественным сознанием, с другой стороны, как единственное универсальное средство конструирования современного (массового) общества.

«Коммуникация» сегодня является наиболее употребляемым понятием в различных сферах общественной жизни. Данное явление можно рассматривать в качестве сущностной характеристики самого общества. Как утверждал немецкий социолог Н. Луман, «человеческие отношения, да и сама общественная жизнь невозможны без коммуникации» [8], «только коммуникация может осуществлять коммуникацию» [9, 114].

Понятие «коммуникация» является многосторонним. Само слово восходит к латинскому термину «*communicare*», что означает «путь сообщения, форма связи». У истоков теоретического осмысления этого явления стояли такие крупные теоретики, как Ч. Кули, Г. Тард, У. Липпман. В дальнейшем уточнении этого понятия занимались Г. Блумер, Г. Лассуэлл, П. Лазарсфельд, Р. Мертон и Р. Миллс. С этого времени началось четкое соотнесение коммуникации с понятиями «толпа», «масса» «СМИ» и т. д.

В настоящее время количество теорий коммуникаций достигает нескольких сотен. Так, при анализе содержания различных источников по теории коммуникации Р. Крейг насчитал 249 различных теорий [6, 73]. Что касается определений коммуникации, то, по данным американских исследователей Ф. Данса и С. Ларсона, в работах лишь одних американских коммуникативистов их насчитывается 126 [6, 116]. Отсутствие общетеоретической парадигмы, которая могла бы объединить теоретиков коммуникации, обилие определений и теорий коммуникации, основанных на различных концептуальных подходах, порождает ситуацию, когда, по образному определению К. Розенгрена, «область коммуникации выглядит так, как будто разделена на несколько изолированных лягушачьих прудов, между которыми не слышно дружеского кваканья, очень мало продуктивного общения, мало случаев успешного перекрестного оплодотворения» [2, 4]. Такое многообразие объясняется опять же наличием «отраслевых теорий коммуникации», возникших более или менее независимо друг от друга в различных областях науки (политологии, философии, психологии, социологии, культурологии, лингвистике и т. д.).

В 1969 г. французский исследователь Ж. Д'Арси впервые акцентирует внимание общественности на необходимости признания права человека на коммуникацию. Он включает в эту концепцию «возможности обеспечения как материальных, так и духовных условий коммуникации» [14], а одно из первых непосредственных употреблений (данной) концепции в политическом контексте, вероятно, связано

с высказыванием Ф. Ратцеля о том, что «передача информации в политическом отношении является наиболее важной из всех коммуникационных услуг» [4, 66].

Как правило, определения коммуникации отличаются своей широтой и обобщенностью. Например, исследователи Д. О'Коннор и Д. Сеймор видят в коммуникации «многогранное слово, которое включает в себя любое взаимодействие с другими людьми: случайный разговор, убеждение, обучение и переговоры» [12].

В российской научной литературе понятия «коммуникация» и «общение» очень часто используются в качестве синонимов, так как вслед за английскими лингвистами российские ученые под дефиницией «коммуникация» понимают обмен мыслями и информацией в виде речи или письменных сигналов. В таком случае, действительно, нет разницы между общением и коммуникацией. В свою очередь, политологи, философы, психологи, социологи считают общение и коммуникацию пересекающимися, но не синонимичными понятиями. Эти категории пересекаются в области обмена и передачи информации, связи с языком как средством ее передачи. Но общение существует только как межличностное взаимодействие, а коммуникация — как информационный обмен в обществе, т. е. как взаимодействие и межличностное, и массовое. Таким образом, понятие коммуникации, безусловно, шире, и общение является лишь одной из ее форм.

Р. Харрис в работе «Психология массовых коммуникаций» выделяет три группы теорий [13], которые с разных позиций интерпретируют феномен массовых коммуникаций: *теории социального научения* (social learning theory), восходящие к бихевиористской психологии, которые утверждают, что субъекты имитируют действия путем получения их образцов извне, в случае массового общества — через СМИ; *теории культивирования* (cultivation theory), распространившиеся с конца 1980-х гг. и исследующие, каким образом многократное и длительное воздействие телевидения постепенно меняет представления аудитории о мире и социальной реальности; *теории социализации*, рассматривающие последствия влияния СМИ на становление и развитие человека и социальных групп. По мнению последователей теории социализации, дети социализируются и начинают играть взрослые роли намного раньше, чем это было несколько столетий назад, т. е. влияние телевидения заключается в гомогенизации стадий развития: дети становятся похожими на взрослых, а взрослые — похожими на детей. То же самое касается гендерных «сглаживаний», а также политических, эстетических и пр.

Российский исследователь М. М. Назаров рассматривает феномен массовых коммуникаций через призму следующих теоретических подходов: «...системно-структурный подход, где на теоретическом и эмпирическом уровнях описываются различные виды деятельности средств массовой коммуникации в контексте других компонентов социальной системы; семиологический подход, позволяющий анализировать тексты, одновременно использующие знаковые системы различной природы; критический подход (Франкфуртская школа), впервые рассмотревший массовые коммуникации с позиций изменения сущности человека, трансформации политической и социальной сфер его жизнедеятельности; постмодернистский подход, показавший потерю смыслов в связи с тотальным доминированием

средств массовой коммуникации и невозможностью дальнейшего понимания и описания действительности» [11, 16].

Таким образом, эти теоретические подходы рассматривают массовую коммуникацию как способ воздействия, а не как взаимный процесс, где есть как получатель информации в виде определенного сигнала-символа, так и отправляющий этот сигнал «информант». Это значительно расширяет сферу функционирования и воздействия массовых коммуникаций, создает почву для различных трактовок данного явления. Так, например, российский исследователь В. М. Березин дает двойное определение массовым коммуникациям. По его мнению, «массовая коммуникация – это: 1) деятельность по добыванию, упорядочению, обработке и передаче информации; 2) деятельность по добыванию (открытию, изобретению) новых смыслов, приближающих человека к постижению истинного и нравственного знания» [1]. Английский исследователь Дж. Томпсон определяет массовые коммуникации как «институционализированное производство и массовое распространение символических материалов посредством передачи и накопления информации» [17, 219].

В свое время П. Лазарсфельд и Р. Мертон рассматривали массовые коммуникации в контексте организуемого социального действия и провоцируемых массовых вкусов и потребностей. В их интерпретации «массовая информация представляет собой поток коммуникативных действий с целью (помимо чисто информационных, просветительских целей) присвоения статуса значимых общественным проблемам, личностям, организациям и общественным движениям; укрепления в массовом сознании социальных норм; идеологической наркотизации социума» [7, 144]. Целью массовой коммуникации является повышение осведомленности широкой общественности. Одностороннее общение без обратной связи в условиях возрастающего потока информации может превратить человека из активного участника общественной жизни в пассивного созерцателя, который становится объектом манипуляции.

Как справедливо отмечает Т. Адорно, «...изначальный смысл термина “масс-медиа” состоит в том, что массы являются некоторым субъектом, на удовлетворение потребностей которого и направлена деятельность медиа. На самом же деле массы являются лишь объектом. Массы получают не то, что они хотят, а то, что им предлагается» [11, 43]. Сказанное Т. Адорно подтверждается ежедневной практикой. Массовое сознание современной аудитории формируют преобладающие всевозможные развлекательные программы с легким, доступным и актуальным для повседневной жизни содержанием. Следовательно, эти передачи способствуют пассивности потребителей информации, вследствие чего они легче поддаются различного рода пропагандистским воздействиям. Это позволяет субъектам пропаганды контролировать умы и поведение масс в нужном для них направлении, стандартизировать сознание людей. Таким образом, следует отметить, что коммуникация – не стихийный, а целенаправленный процесс, руководимый определенным субъектом, преследующим конкретные цели.

Обобщая существующие теоретические подходы, можно выделить специфические особенности массовых коммуникаций, такие как опосредованность общения

техническими средствами; отсутствие непосредственной обратной связи между коммуникатором и аудиторией в процессе общения; социальная направленность, социальная ориентированность общения. Спецификой массовой коммуникации являются также «публичный характер и открытость; ограниченный и контролируемый доступ к средствам передачи; опосредованность контактов передающей и принимающей сторон; определенное “неравноправие” в отношениях передающей и принимающей сторон; многочисленность адресатов сообщения» [11, 16].

Ключевым элементом массовой коммуникации является информация. Эта категория нуждается в дополнительной интерпретации, поскольку она приобрела широкое распространение и не имеет четко определенной дефиниции.

Исследователи давно заметили, что общество основано на овладении информацией: успешным является тот, кто владеет информацией, ее каналами передачи, а также обладает надлежащей компетенцией для ее поиска и использования. Подобный подход трансформирует все социальное, экономическое и культурное пространство. Еще Н. Винер подчеркивал социальную значимость информации, определив ее обмен как ведущий процесс в формировании различных социальных групп. В связи с этим он писал, что «сообщество простирается лишь до того предела, до которого простирается действительная передача информации» [3, 239].

Информация как категория обществоведческих наук стала объектом исследовательских интересов с конца 1940-х гг., когда в работах К. Шеннона, посвященных теории связи, была создана основа для разработки теории информации; информация была выделена как самостоятельная категория, но при этом исследовались лишь ее технические и количественные параметры. К. Шеннон показал, что «...информация является измеримой величиной: количество информации, содержащейся в данном сообщении, является функцией вероятности того, что из всех возможных сообщений будет выбрано данное. Он математически обосновал и определил объем информации как меры уменьшения неопределенности» [10].

Дальнейшее научное осмысление понятия «информация» связано с работами Н. Винера, в которых информация рассматривается как общенаучное понятие. Согласно взглядам Н. Винера, «информация — это обозначение содержания (сигналов), полученного из внешнего мира в процессе нашего приспособления к нему и приспособления к нему наших чувств» [3, 14]. Из определения следует, что фактически информация (символы, знаки, обозначения, имена, названия и т. д.) принципиально отличается от своего содержания, смысла.

Если исходить из этимологии слова «информация», то она вносит некоторую ясность в это явление. Понятие «информация», производное от латинского *informare* (изображать, составлять понятие о чем-либо), также подразумевает деятельностный аспект — придавать форму чему-либо, встраивать в форму. Таким образом, информация предполагает субъектные отношения и включает в себя такие составляющие, как объект, среда, взаимодействие, субъект. Как отмечает С. Янковский в работе «Концепции общей теории информации», «...любое взаимодействие между объектами, в ходе которого один приобретает некоторую субстанцию, а другой не теряет ее, называется информационным взаимодействием. В этом случае передаваемая субстанция называется информацией» [15].

Информация — это набор символов. В свою очередь, символы могут быть определены как изображения, несущие смысловую нагрузку. Информацию можно создавать, передавать, запоминать, искать, принимать, копировать, обрабатывать, уничтожать. Информационные образцы могут быть созданы в различных формах: в форме световых, звуковых или радиоволн, электрического тока или напряжения, магнитных полей, знаков на бумажном носителе. В принципе информацию может переносить любая материальная структура или поток энергии. Масштабы использования информации являются одним из основных признаков, отличающих мыслящие особи от всех остальных существ.

Один из наиболее влиятельных итальянских мыслителей в области философии техники и этики Л. Флориди в своих трудах на основе системного подхода пытается раскрыть природу информации, решить проблему определения ее сущности. Он признает, что «несмотря на все попытки прояснить понятие информации, оно остается расплывчатым, хотя некоторые свойства информации ясны: она должна быть поддающейся количественному определению (по крайней мере, с точки зрения частичной рационализации), аддитивной, хранимой и передаваемой» [16].

В современных теориях ноогенеза, дисциплины, изучающей управляемую интеллектом эволюцию, информация — это любое сообщение, передаваемое с помощью специальных средств связи: символов, знаков, кодов и т. д. В философском смысле «...информация — это характеристика отражения, основанная на мере разнообразия и упорядоченности явлений, которые отражаются. Передачу и прием информации можно рассматривать как усовершенствование живых систем, приводящее к повышению уровня их организации. Прогресс живых систем, в том числе и таких высокоорганизованных, как человек, связан с дальнейшим развитием способов переработки и хранения информации мозговыми образованиями, а также принципов приема и получения ее из внешней среды. Ценность информации в применении к живым системам измеряется приращением вероятности достижения существующей цели в результате использования живой системой данной информации» [5].

Значительный вклад в развитие теории информации внесли российские ученые — В. А. Котельников, А. Я. Хинчин, А. Н. Колмогоров, А. А. Харкевич и др. В конце 1960-х — начале 1970-х гг. теория информации была заимствована из технических наук обществоведами, которые попытались обосновать ее через призму философской науки, найти ей место в ряду фундаментальных категорий. В 1970-е гг. теория информации начала оформляться как общенаучная методология, которая так и не нашла практического применения в гуманитарных исследованиях.

Несмотря на существенные различия в подходах к интерпретации теории информации, важно подчеркнуть, что информацию следует соотносить с понятием неопределенности. Первоначально это соотношение было обнаружено в кибернетике, а затем перешло в неоинституциональную экономику и теорию рационального выбора (информация как фактор сокращения транзакционных издержек). Неопределенность возникает в ситуации разнообразия, отсутствия

предопределенности выбора, поэтому информацию следует рассматривать как способ уменьшения степени неопределенности у субъекта ее потребления.

В заключение следует отметить, что в связи со сложностью и многомерностью проблем массовых коммуникаций среди ученых нет единого мнения в определении сущности этой категории.

Очевидно, что массовая коммуникация — это процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, нравственных и правовых норм и др.) посредством технических средств (пресса, радио, телевидение, Интернет и др.) на численно большие, рассредоточенные аудитории. Структура массовой коммуникации в современном обществе представляет собой сложную систему, связывающую индивидов и технические средства. Эта система выполняет ряд важных социально значимых функций, в том числе интеграцию и прогрессивное развитие современной цивилизации. Некоторые ученые прогнозируют, что увеличение разнообразия средств массовой коммуникации приведет к снижению культурного уровня общества и ослаблению его интеграции. Другие, напротив, подчеркивают преимущество средств массовой коммуникации в условиях свободного выбора информации, поскольку возможность свободного выбора позволяет избежать контроля над средствами массовой коммуникации, а процессы интеграции в новых условиях будут более глубокими и прочными.

1. *Березин В. М.* Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия [Электронный ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru/text7/64.htm> (дата обращения: 10.03.2018).

2. *Василик М. А.* Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. тр. СПб., 2004. С. 4–11.

3. *Винер Н.* Человек управляющий. СПб., 2001. 288 с.

4. *Грачев М. Н.* Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М., 2004. 328 с.

5. *Еремин А. Л.* Ноогенез и теория интеллекта [Электронный ресурс]. URL: <http://www.agemin.ru/rus/themes/physiology/ecophis/?id=16> (дата обращения: 10.03.2018).

6. *Крейг Р.* Теория коммуникации как область знания // Компаративистика—III : альманах сравн. социогуманитар. исслед. СПб., 2003. С. 72–126.

7. *Лазарсфельд П., Мертон Р.* Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Макаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире. М., 2000. С. 144–145.

8. *Луман Н.* Невероятные коммуникации [Электронный ресурс] // Проблемы теоретической социологии. СПб., 2000. Вып. 3. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2972> (дата обращения: 10.03.2018).

9. *Луман Н.* Что такое коммуникация? // Социол. журн. 1995. № 5. С. 114–124.

10. *Можжаева Г. В.* Роль исторической информации в современном источниковедении [Электронный ресурс]. URL: [ido.tsu.ru/files/pub2003/1\(9\)Mojaeva.pdf](http://ido.tsu.ru/files/pub2003/1(9)Mojaeva.pdf) (дата обращения: 10.03.2018).

11. *Назаров М. М.* Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М., 2003. 428 с.

12. *О'Коннор Д., Сеймор Д.* Введение в нейролингвистическое программирование. Новейшая психология личного мастерства [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lib.ru/NLP/nlp.txt> (дата обращения: 10.03.2018).

13. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. М., 2002. 448 с. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/harr/02.php (дата обращения: 10.03.2018).

14. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс]. URL: http://iub.at.ua/_ld/0/61_.pdf (дата обращения: 10.03.2018).

15. Янковский С. Концепции общей теории информации [Электронный ресурс]. URL: <http://n-t.ru/tp/ng/oti.htm> (дата обращения: 10.03.2018).

16. Floridi L. Foundations of Information Ethics [Electronic resource] // The Handbook of Information and Computer Ethics / ed. by K. E. Himma, H. T. Tavani. Hoboken, 2008. P. 3–24. URL: http://www.cems.uwe.ac.uk/~pchatter/2011/pepi/The_Handbook_of_Information_and_Computer_Ethics.pdf (accessed: 10.03.2018).

17. Thompson J. B. Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Oxford, 1990. 353 p.

Статья поступила в редакцию 12.03.2018 г.

ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.923.2 + 159.942.22:159.9.072.59

Л. В. Карапетян

ПРЕДИКТОРЫ ЭМОЦИОНАЛЬНО-ЛИЧНОСТНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ. ЧАСТЬ 1: ИНТЕРНАЛЬНЫЕ ПОЗИТИВНЫЕ ПРЕДИКТОРЫ

Эмоционально-личностное благополучие рассматривается как основание внутренней гармонии человека, позволяющей ему эффективно функционировать и развиваться. Индикация и прогнозирование эмоционально-личностного благополучия эксплицируются посредством трех групп предикторов: интернальных позитивных, экстернальных позитивных и негативных. Интернальные предикторы эмоционально-личностного благополучия отражают субъективное ощущение внутреннего равновесия и психологического комфорта. К этой группе предикторов относятся «оптимизм», «счастье» и «везение».

К л ю ч е в ы е с л о в а: эмоционально-личностное благополучие; интернальные позитивные предикторы; счастье; оптимизм; везение.

Ощущение человеком своего благополучия как основания внутреннего равновесия в последние годы является одной из актуальных проблем психологической науки. Больше всего трудов в современной психологии посвящено анализу самого понятия благополучия и раскрытию его сущности. В связи с политическими и экономическими переменами, происходящими во всем мире, важным аспектом этих исследований выступает выделение и анализ предикторов благополучия.

Проведенное сравнение подходов к изучению благополучия в зарубежной и отечественной психологии выявило в них два принципиальных различия: терминологическое и исследовательское. Первое касается того, что в зарубежной психологии существует два термина, с примерно равной частотой используемых в исследованиях: «субъективное благополучие» (N. M. Bradburn, E. Diener, B. W. Headey, A. J. Wearing и др.) и «психологическое благополучие» (C. Ryff, R. M. Ryan, V. Huta, E. L. Deci и др.), а в отечественной психологии отмечается

КАРАПЕТЯН Лариса Владимировна — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры общей и социальной психологии Уральского федерального университета (e-mail: karapetyanl@mail.ru).

© Карапетян Л. В., 2018

большее разнообразие в плане теоретического осмысления феномена благополучия, что породило целый спектр подходов к его изучению (Н. А. Батулин, С. А. Башкатов, О. А. Идобаева, Р. М. Шамяинов и др.). Во всех этих подходах используются как разные теоретические конструкты благополучия, так и различная терминология, например, «субъективное благополучие» (Г. А. Глотова, О. А. Елисеева, Л. В. Куликов, Е. Б. Перельгина и др.), «психологическое благополучие» (О. Ю. Зотова, Г. Л. Пучкова, М. В. Соколова, Р. М. Шамяинов, Т. Д. Шевеленкова, П. П. Фесенко и др.), «личностное благополучие» (Н. А. Батулин, С. А. Башкатов, Н. В. Гафарова), «эмоциональное благополучие» (Л. П. Александрова, О. Ю. Данилова, О. Г. Калина, О. И. Одарущенко, А. А. Пахалкова и др.), «гедоническое и эвдемоническое благополучие» (Е. В. Бенко, Е. Л. Солдатова). Второе различие определяется тем, что в зарубежной психологии разрабатываются авторские методики для непосредственного изучения благополучия, а в отечественной науке при проведении эмпирических исследований предпочитают использовать западные психодиагностические методики.

Большое количество различных подходов к проблеме переживаемого человеком благополучия, имеющее тенденцию увеличиваться, свидетельствует о том, что благополучие необходимо рассматривать как комплексную динамическую систему, изучение которой не может опираться только на ставшие уже традиционными теоретические конструкты, оно нуждается в разработке новых конструктов, сохраняющих, с одной стороны, преемственность по отношению к уже существующим подходам, а с другой стороны, расширяющих горизонты изучения данного психологического феномена.

Учитывая терминологические сложности, имеющие место при изучении благополучия, а именно то, что в настоящее время на Западе термин «субъективное благополучие» связан с одним конструктом и инструментарием (E. Diener), а термин «психологическое благополучие» — с другим конструктом и инструментарием (C. Ryff, C. L. M. Keyes), мы полагаем, что использование данных терминов без применения соответствующих инструментов было бы недостаточно корректным. В связи с тем, что за ранее используемыми понятиями (субъективное, психологическое, личностное и т. д.) закреплено вполне определенное содержание, в качестве рабочего мы предложили использовать новый термин «эмоционально-личностное благополучие» и разработали конструкт, который концептуализирован и наполнен содержанием при помощи анализа психологических, философских и лингвистических представлений о феномене благополучия, контент-анализа ответов респондентов на вопросы, касающиеся их благополучия в психологическом плане, и теоретического обоснования выделенных факторов эмоционально-личностного благополучия.

Эмоционально-личностное благополучие понимается нами как комплексная динамическая система, как значимое устойчивое состояние, проявляющееся как целостное экзистенциальное переживание гармонии между внутренним и внешним миром, возникающее в процессе жизни, деятельности и общения человека. Результатом снижения уровня такой гармонии является переживание состояния эмоционально-личностного неблагополучия [2].

С целью определения содержания конструкта «эмоционально-личностное благополучие» и выявления его индикаторов нами были сформулированы два открытых вопроса:

1. С какими эмоциями, мыслями или действиями связывается для вас состояние внутреннего благополучия? Можете дать от одного до пяти ответов.

2. С какими эмоциями, мыслями или действиями связывается для вас состояние внутреннего неблагополучия? Можете дать от одного до пяти ответов.

Для проведения исследования нами была сформирована выборка типичных единиц (117 респондентов — типичных представителей городской среды разного возраста и образования, из них 71 женщина и 46 мужчин). Полученные ответы с помощью контент-анализа и экспертных мнений (в экспертную комиссию вошли 3 специалиста-психолога) были сгруппированы в 9 категорий, соответствующих следующим психологическим феноменам: *оптимизм, надежность, счастье, компетентность, успешность (успех), везение*. Например, ответы на первый вопрос «вера в будущее», «положительный настрой», «надежда на лучшее», «думаю, что будет все хорошо» попадают в группу «*оптимизм*»; ответы «я уверен в себе, в том, что делаю», «знаю, как поступить» — в группу «*компетентность*»; «уверенность в том, что могу быть опорой для других», «осознание того, что на меня можно положиться», «сдерживать обещания» — в группу «*надежность*» и т. д. (табл. 1).

Таблица 1

Ответы, характеризующие понятие «внутреннее благополучие»

Группа	Количество высказываний	%
Оптимизм	75	64,10
Надежность	60	51,28
Счастье	54	46,15
Компетентность	53	45,30
Успешность (успех)	53	45,30
Везение	47	40,17
Итого	342	—

Примечание. Здесь и в табл. 2 сумма ответов превышает 100 % ($n = 117$), так как можно было дать несколько ответов.

Полученные данные позволили выдвинуть предположение о девятифакторной структуре эмоционально-личностного благополучия. Рассматриваемая девятифакторная модель эмоционально-личностного благополучия включает:

1. Интернальные позитивные предикторы, ориентированные на внутренний мир человека и образующие позитивный *эмоциональный* компонент благополучия (отношение человека к своей жизни, установки по отношению к своему прошлому и будущему, чувство защищенности / незащищенности). К этой группе предикторов относятся счастье, везение, оптимизм, которые в самооценке человеком

своего внутреннего благополучия проявляются как представления о себе как о «счастливом», «везучем» человеке и «оптимисте».

2. Экстернальные позитивные предикторы, ориентированные на внешний мир и образующие позитивный *личностный* компонент благополучия (отношение с людьми — друзьями, близкими людьми, дальними, а также с деятельностью и ее качеством). К этой группе предикторов относятся успех, компетентность, надежность, которые при оценивании своего «внутреннего» благополучия отражаются как представления о себе как об «успешном», «компетентном» и «надежном» человеке.

3. Негативные предикторы, связанные как с внутренним миром человека, так и с внешним миром (негативное отношение к различным аспектам своей жизни, взаимодействия с миром), понижающие общий уровень субъективного благополучия. К этой группе предикторов относятся пессимизм, несчастливость (предикторы эмоционального неблагополучия, ориентированы на внутренний мир) и зависть (фактор личностного неблагополучия, ориентирован на внешний мир), которые в структуре самооценки «внутреннего благополучия» соотносятся с представлениями о себе как о «пессимисте», «несчастливом» и «завистливым» человеке (табл. 2).

Таблица 2

Ответы, характеризующие понятие «внутреннее неблагополучие»

Группа	Количество высказываний	%
Несчастливость	69	58,97
Пессимизм	60	51,28
Завистливость	40	34,19
Итого	169	—

Выделив эмпирическим путем данные девять предикторов, мы рассмотрели степень изученности соответствующих им феноменов как в психологических, так и в философских концепциях и трудах филологов.

В данной статье мы остановимся на интернальных позитивных предикторах «счастье», «везение», «оптимизм», которые имеют особое значение в самооценке благополучия, ощущении внутреннего равновесия и психологического комфорта.

Одним из важнейших предикторов эмоционально-личностного благополучия личности и его субъективным показателем является ощущение *счастья*, по изменению которого можно судить о перемене в уровне благополучия индивида. Анализ различных аспектов счастья широко представлен в философских и лингвистических работах значительного числа авторов, таких как В. О. Татаркевич, М. В. Бахтин, С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова, И. Б. Русакова, Г. И. Урбанович и др. Филологи отмечают, что понятие «счастье» выражает высшую степень субъективной оценки переживаемого благополучия и рассматривается как нечто субъективное, что может чувствовать человек, независимо от условий его жизни.

Психологический подход к пониманию счастья начал разрабатываться в рамках гуманистической и позитивной психологии (А. Маслоу, Э. Фромм, М. Аргайл, М. Селигман). В основу психологического представления о счастье легли воззрения К. Роджерса и А. Маслоу о самоактуализации, В. Франкла — о поисках смысла. В работах зарубежных психологов М. Аргайла, М. Селигмана, М. Чиксентмихайи и других в качестве основной задачи позитивной психологии рассматривается изучение путей и возможностей достижения человеком достойной жизни. М. Аргайл описал объективные факторы, влияющие на полноту счастья, такие как пол, возраст, занятость, уровень образования. М. Селигман разработал концепцию «аутентичного счастья», рассматривающую счастье как идентификацию наиболее сильных сторон личности и их применение в жизни. Достаточно распространены эмпирические исследования корреляционных связей счастья с различными психологическими феноменами [8, 9, 18, 19].

В отечественной психологии основы философско-психологической концепции счастья заложил С. Л. Рубинштейн, который определял счастье как «полноценное, радостное человеческое существование» [3, 19] и отражение «внутреннего бытия человека в его отношении к миру, к другим людям» [Там же, 53]. И. А. Джидарьян, анализируя концепцию С. Л. Рубинштейна, подчеркивает, что для каждого индивида критериями счастья могут выступать абсолютно разные, индивидуальные параметры, не представляющие никакой ценности для других людей [1, 102].

Таким образом, по мнению исследователей, *счастье* относится к числу позитивных эмоциональных переживаний, связанных с внутренним миром человека, что дает нам основание рассматривать его в качестве одного из интернальных предикторов эмоционально-личностного благополучия.

Еще один позитивный внутренне ориентированный фактор эмоционально-личностного благополучия, который мы находим в литературе, — это *везение*, которое в психологии рассматривается в синонимическом ряду со словом «удача». При анализе данного понятия мы обратились к работам С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой, Д. В. Моховикова, Л. А. Мулляр, О. В. Чибисовой, А. А. Товбаза, Н. В. Лейфрид и др. Филологи отмечают позитивный эмоциональный фон при переживании удачи, при этом подчеркивают, что удача носит ситуативный характер и не зависит от направленных действий.

Начиная с 80-х гг. XX в. в зарубежной литературе появляются работы, посвященные дифференциально-психологическим аспектам «веры в удачу» («belief in luck»). В современной литературе также встречаются эмпирические исследования веры в удачу. Так, например, ряд исследований показал, что вера в удачу отрицательно связана с интернальным и положительно — с экстренальным локусом контроля [10, 16, 17]. Интересно, что, по данным Р. R. Darke, J. L. Freedman [10], несмотря на выраженную отрицательную корреляцию веры в удачу и интернальности, представления о других людях как контролирующих происходящие события связаны с выраженной верой в удачу испытуемых. При этом оказалось, что вера в удачу не связана значимо ни с одним из следующих параметров, таких как оптимизм, высокая самооценка, мотивация достижения и желание контролировать

происходящие события [10, 497]. В этом же исследовании было показано, что вера в удачу слабо связана с удовлетворенностью жизнью. Напротив, согласно L. Day, J. Maltby [11], вера в удачу способствует развитию оптимистических черт личности и психологическому благополучию личности.

Таким образом, в большинстве проанализированных исследований указывается на связь везения с позитивными переживаниями, т. е. с эмоциональной сферой, что позволяет нам отнести *везение* к эмоциональному компоненту благополучия, т. е. к интернальным предикторам эмоционально-личностного благополучия.

Третьим позитивным внутренне ориентированным фактором эмоционально-личностного благополучия, широко представленным в литературе, является *оптимизм*. В современной научной литературе понятие «оптимизм» трактуется как бодрое и жизнерадостное внутреннее состояние, позитивный взгляд на мир, вера в добро. В обыденном представлении оптимизм понимается как склонность видеть и подчеркивать положительные стороны во всех жизненных событиях, не впадать в уныние из-за неурядиц, верить в успех, в счастливый исход любого начинания и конечное благополучие.

Философские представления об оптимизме представлены не только в трудах древнегреческих ученых (Аристотель, Демокрит, Платон, Эпикур), известных зарубежных (Г. Гегель, Р. Декарт, И. Кант, Г. Лейбниц и др.) и отечественных (А. И. Герцен, Н. Г. Чернышевский и др.) философов, но и в работах современных авторов, таких как В. Г. Иванов, Е. В. Абоносимова, В. С. Семина, А. А. Озеров, Н. К. Фигуровская и др., которые видят источником оптимизма самого человека со всеми его реальными возможностями.

Отдельное внимание уделяется оптимизму в психологических концепциях. В психологии эмпирические исследования оптимизма появились, прежде всего, благодаря работам М. Селигмана, а дальнейшее развитие прикладных и научных исследований стало возможным благодаря новому направлению в психологии, которое получило название «позитивная психология» [4, 5, 13, 15]. В настоящее время за рубежом широко распространены эмпирические исследования оптимизма [6, 7, 11, 12 и др.]. В России оптимизм также стал активно изучаться, в том числе в связи с другими личностными характеристиками. Этому посвящены работы К. Муздыбаева, М. С. Замышляевой, С. Т. Посоховой, Е. А. Перовой, С. Н. Ениколопова, Т. О. Гордеевой, Е. Н. Осина и др.

И. А. Джидарьян отмечает, что эмпирические исследования оптимизма связаны с изучением таких психологических феноменов, как вера, надежда, жизнестойкость, энтузиазм, витальность, мужество, юмор [1].

В недавнем исследовании М. М. Hanssen, L. M. G. Vancleef, J. W. S. Vlaeyen et al. [14] было показано, что оптимисты имеют более высокий уровень общего благополучия, а основная стратегия преодоления стресса у них связана с корректировкой целей, гибкостью по отношению к планам. Согласно полученным данным, оптимисты настойчивы в достижении целей, однако эта настойчивость имеет гибкий характер, т. е. цели могут пересматриваться и меняться в зависимости от происходящих в жизни событий.

В целом же в работах исследователей оптимизма отражается его связь с позитивными эмоциями: активный, радостный человек, вероятнее всего, будет оптимистом и сможет наслаждаться жизнью во всех ее проявлениях, следовательно, оптимизм может быть отнесен к предикторам, ориентированным на внутренний мир человека, т. е. к интернальным предикторам эмоционально-личностного благополучия.

Подводя итог, можно сделать вывод, что «счастье», «везение» и «оптимизм» относятся к интернальным предикторам эмоционально-личностного благополучия, поскольку они указывают на субъективную оценку собственного благополучия (получения, наличия жизненных благ), отражают ценности и амбиции индивида и сигнализируют о стремлении и возможности человека обрести внутренний комфорт скорее через работу над собой, чем в процессе изменения окружающего мира.

1. Джидарьян И. А. Психология счастья и оптимизма. М., 2013. 268 с.
2. Карпетян Л. В., Глотова Г. А. Эмоционально-личностное благополучие : монография. Екатеринбург, 2017. 211 с.
3. Рубинштейн С. Л. Человек и мир. СПб., 2012. 224 с.
4. Селигман М. Новая позитивная психология: научный взгляд на счастье и смысл жизни. М., 2006. 368 с.
5. Чиксентмихайи М. Поток: Психология оптимального переживания. М., 2013. 464 с.
6. Bain G. H. et al. Quality of life in healthy old age: Relationships with childhood IQ, minor psychological symptoms and optimism // *Social Psychiatry & Psychiatric Epidemiology*. 2003. Vol. 38, № 11. P. 632–636.
7. Baldwin D. R. et al. Optimism and stress: An African-American college student perspective // *College Student Journal*. 2003. Vol. 37, № 2, P. 276–285.
8. Bergsma A., Ardelit M. Self-Reported Wisdom and Happiness: An Empirical Investigation. 2011 [Electronic resource]. URL: http://www.researchgate.net/publication/225487194_Self-Reported_Wisdom_and_Happiness_An_Empirical_Investigation (accessed: 25.04.2015).
9. Chambers J. R. et al. Egocentrism, Event Frequency, and Comparative Optimism: When What Happens Frequently Is «More Likely to Happen to Me» // *Personality & Social Psychology Bulletin*. 2003. Vol. 29, № 11. P. 1343–1356.
10. Darke P. R., Freedman J. L. The Belief in Good Luck Scale // *J. of Research in Personality*. 1997. Vol. 31. P. 486–511.
11. Day L., Maltby J. Belief in good luck and psychological well-being: the mediating role of optimism and irrational beliefs // *J. Psychol*. 2003. Vol. 137, № 1. P. 99–110.
12. Grant H. et al. Optimism, Promotion Pride, and Prevention Pride as Predictors of Quality of Life // *Personality & Social Psychology Bulletin*. 2003. Vol. 29, № 12. P. 1521–1532.
13. Greenberg J. S. The Effect of Quality of the Relationship Between Mothers and Adult Children With Schizophrenia, Autism, or Down Syndrome on Maternal Well-Being: The Mediating Role of Optimism // *American Journal of Orthopsychiatry*. 2004. Vol. 74, № 1. P. 14–25.
14. Hanssen M. M., Vanclief L. M. G., Vlaeyen J. W. S. et al. Optimism, Motivational Coping and Well-being: Evidence Supporting the Importance of Flexible Goal Adjustment [Electronic resource] // *Journal of Happiness Studies*. 2014. URL: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10902-014-9572-x> (accessed: 15.05.2015).
15. Jenson W. R. et al. Positive Psychology and Externalizing Students in a Sea of Negativity // *Psychology in the Schools*. 2004. Vol. 41, № 1, special iss. : Positive Psychology and Wellness in Children. P. 67–79.

16. Ray J. J. Belief in Luck and Locus of control // The J. of Social Psychology. 1980. Vol. 111. P. 299–300.

17. Sagon E., De Caroli M. E. Locus of Control and Beliefs About Superstition and Luck in Adolescents: What's Their Relationship? // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2014. Vol. 140. P. 318–323.

18. Waterman A. S. Two conceptions of happiness: contrasts of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment // Journal of Personality and Social Psychol. 1993. Vol. 64. P. 678–691.

19. Waterman A. S., Schwartz S. J., Conti R. The implications of two conceptions of happiness (hedonic enjoyment and eudaimonia) for the understanding of intrinsic motivation // Journal of Happiness Studies. 2008. Vol. 9. P. 41–79.

Статья поступила в редакцию 09.02.2018 г.

УДК 17.023.34 + 159.9.072 + 378.115.15

М. Е. Пермякова

Е. Л. Глинских

И. А. Ершова

ИССЛЕДОВАНИЕ СВЯЗИ СЧАСТЬЯ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ С СОБЛЮДЕНИЕМ НРАВСТВЕННЫХ НОРМ У СТУДЕНТОВ

В статье приводятся данные о связи счастья и психологического благополучия с соблюдением нравственных норм на примере таких норм-запретов, как алчность, гнев, гордыня, похоть, зависть, уныние, чревоугодие. Исследование проводилось на выборке студентов. Для диагностики использовались следующие методики: «Обновленный Оксфордский опросник счастья» (Oxford Happiness Inventory); «Шкала психологического благополучия К. Рифф»; тесты «Алчность», «Гнев», «Гордыня», «Грех похоти», «Чревоугодие», «Зависть», «Уныние» (Ю. В. Щербатых); 10-балльные шкалы самооценки соблюдения этих норм-запретов. В результате были получены противоречивые данные: установлена положительная связь соблюдения норм-запретов с ощущением счастья и отрицательная корреляция с психологическим благополучием.

К л ю ч е в ы е с л о в а: счастье; психологическое благополучие; нравственные нормы-запреты; студенты.

В последние десятилетия проблема благополучия человека и определения факторов, его обуславливающих, является одной из ведущих в психологической

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

ГЛИНСКИХ Евгения Львовна — магистрант кафедры общей и социальной психологии Уральского федерального университета (e-mail: umberto@mail.ru).

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., Глинских Е. Л., Ершова И. А., 2018

науке. Так, в рамках позитивной психологии активно исследуются феномены счастья, субъективного благополучия, психологического благополучия. Среди ученых нет единого мнения по поводу сущности и соотношения между собой этих концептов. Часть исследователей является сторонниками гедонистического подхода (Н. Бредбер, Э. Динер, М. Аргайл, М. Селигман), согласно которому счастье (его психологический синоним — субъективное благополучие) считается субъективным ощущением и трактуется как конструкт, состоящий из когнитивного (удовлетворенность жизнью) и аффективного (баланс положительных и отрицательных эмоций) компонентов. Другая часть придерживается эвдемонистического подхода (К. Рифф, К. Кейес), рассматривая психологическое благополучие как показатель позитивного функционирования личности и связывая его с самореализацией личности, с ее ресурсами и положительными качествами. Между сторонниками гедонистического и эвдемонистического подходов ведется активная дискуссия, высказываются идеи о возможности и продуктивности их сочетания и интеграции [3, 9, 11 и др.]. Многие авторы склоняются к мнению, что хотя счастье и психологическое благополучие и не являются тождественными, они умеренно коррелируют между собой на уровне эмпирических показателей и в совокупности более полно описывают сферу благополучия человека.

Универсальных рецептов счастья для всех людей не существует, оно складывается из своеобразного для каждого индивида сочетания множества факторов. Причем это сочетание динамично, оно меняется в зависимости от возраста. Поэтому в рамках данной проблематики большинство исследований посвящены определению детерминант и коррелятов благополучия, в качестве которых выступают как внешние факторы, характеризующие среду обитания человека (политические, социально-экономические, экологические, этнокультурные), так и внутренние факторы, характеризующие самого человека и его социальные связи (пол, возраст, семейное положение, темперамент, личностные характеристики, наличие свободного времени для досуга, удовлетворенность работой, мировосприятие, вера, жизнестойкость и т. д.).

Несмотря на достаточно глубокую разработанность описываемой проблематики, в научной литературе очень мало исследований о связи счастья и психологического благополучия с нравственностью, с нравственной направленностью личности. По мнению А. Н. Поддьякова [8], в позитивной психологии вообще достаточно редко можно найти явно сформулированное отношение к проблемам добра и зла. На сегодняшний день еще только идет становление такого направления, как изучение нравственных ориентаций в контексте психологического благополучия. При этом результаты немногочисленных исследований довольно противоречивы. Например, в исследованиях Т. В. Бесковой [1] были определены корреляции психологического благополучия с такими компонентами нравственности, как ориентация на добро, ориентация на зло, человечность (нравственность). Результаты показали, что чем сильнее человек ориентирован на зло, тем больше он ощущает свое неблагополучие на психологическом уровне, причем наиболее сильные корреляции были получены с такими компонентами психологического благополучия, как «самопринятие» и «автономность». При этом

значимой связи с ориентацией на добро выявлено не было. И. Н. Нехорошева [5] изучала различия в показателях субъективного качества жизни (среди которых уровень счастья и удовлетворенность жизнью) у людей с разной нравственной направленностью. Оказалось, что в большей степени удовлетворены своей жизнью люди с отрицательной нравственной направленностью, а люди с положительной направленностью менее счастливы. Е. Е. Бочарова [2] исследовала этнические особенности нравственных ориентаций и субъективного благополучия молодежи на выборках респондентов армянской и русской национальности. Полученные результаты свидетельствуют о связи субъективного благополучия с нравственными ориентациями в обеих выборках. При этом нравственные предикторы субъективного благополучия оказались различными. Факторный анализ показал, что для армян — это аутогрупповое безучастие, ингрупповая консолидация, прощение сограждан, а для русских — отзывчивость, сострадание, жертвенность. М. Н. Семенова [10], рассматривая соотношение психологического благополучия и религиозной ориентации личности у взрослых людей, пришла к выводу, что общий показатель психологического благополучия коррелирует с такими показателями, как «наличие религиозного самосознания», «тенденция искать в религии поддержку и утешение», «тенденция верить в творца». В то же время сравнение уровня счастья у православных верующих и атеистов в исследовании М. Е. Пермяковой [6] не выявило достоверных различий между ними. Д. М. Зиновьева [4], изучая связь психологического благополучия с нравственным самоопределением в отношениях с другими людьми, получила данные о положительной корреляции социальной пассивности со всеми составляющими психологического благополучия.

Неоднозначность и противоречивость результатов немногочисленных исследований по этой проблематике делает актуальным ее дальнейшую разработку. Кроме того, практически нет исследований о связи счастья и психологического благополучия с соблюдением конкретных нравственных норм.

Под нравственными нормами в настоящее время понимается совокупность всех типов взаимоотношений между людьми, возникающих в процессе совместного проживания. По сути — это свод правил, определяющих поведение человека во всех сферах жизни (в семье, в межличностных отношениях, в профессиональной деятельности) и направленных на достижение блага для себя и окружающих. Они носят форму общественного договора, именно общество оценивает нравственность или безнравственность поведения индивида. При этом соблюдение или несоблюдение этих норм — выбор самого человека. Существуют разные классификации нравственных норм, в том числе они делятся на нормы-запреты (нежелательные нормы поведения для общества) и нормы-повеления (положительные, желательные нормы поведения человека). Исторически нормы-запреты всегда предшествовали нормам-повелениям. У каждого поколения и общности людей складывалось свое понимание хорошего и плохого, «добродетелей» и «пороков». Те нормы, которые переставали соответствовать условиям жизни общества, отмирали, полезные же закреплялись и передавались из поколения в поколение, становясь социальными установками и частью индивидуального

сознания. Некоторые из них, возникнув в рамках какой-то религиозной концепции, постепенно становились общечеловеческими. К таким нормам-запретам относятся и «семь смертных грехов» из христианской доктрины. Так, исследования показывают, что осуждают гордыню, гнев, алчность, зависть, уныние, похоть, чревоугодие большинство современных молодых россиян, независимо от пола, национальности, от того, принадлежат ли они к какому-нибудь вероисповеданию или являются атеистами. Правда, степень осуждения каждого греха культурно обусловлена [12]. Эти нормы-запреты носят рекомендательный характер. Тем не менее их несоблюдение нередко становится причиной проблем, с которыми люди обращаются к психологу за консультативной помощью.

Целью данного пилотного исследования было определение связи счастья и психологического благополучия с соблюдением нравственных норм у студентов на примере «семи смертных грехов». Были выдвинуты следующие гипотезы исследования:

1. Предположительно существует связь счастья с соблюдением нравственных норм, а именно чем ниже уровень алчности, гнева, гордыни, похоти, зависти, уныния, чревоугодия, тем выше уровень счастья у студентов.

2. Предположительно существует связь психологического благополучия с соблюдением нравственных норм, а именно чем ниже уровень алчности, гнева, гордыни, похоти, зависти, уныния, чревоугодия, тем выше уровень психологического благополучия у студентов.

В исследовании приняли участие 68 человек: 34 студента Уральского федерального университета и 34 студента Уральского колледжа технологий и предпринимательства. Возраст испытуемых варьировал от 17 до 20 лет.

Для диагностики были использованы следующие методики: «Обновленный Оксфордский опросник счастья» (Oxford Happiness Inventory); «Шкала психологического благополучия» К. Рифф; тесты «Алчность», «Гнев», «Гордыня», «Грех похоти», «Чревоугодие», «Зависть», «Уныние» (Ю. В. Щербатых); 10-балльные шкалы самооценки алчности, гнева, гордыни, похоти, зависти, уныния, чревоугодия.

Исследование субъективного ощущения счастья с применением Оксфордского опросника не выявило среди студентов абсолютно счастливых и абсолютно несчастливых, что совпадает с результатами авторского исследования, проведенного ранее на аналогичной выборке [7]. Большинство из респондентов (60 %) оценили свой уровень счастья как средний. Пониженный уровень ощущения счастья наблюдается у каждого третьего из опрошенных студентов. Повышенный уровень счастья присущ наименьшему количеству испытуемых, всего 12 %.

Данные о количестве студентов с разными уровнями психологического благополучия по шкалам методики К. Рифф представлены в табл. 1.

Психологическое благополучие связывается с самореализацией личности, с ее ресурсами, с принятием человеком всех своих качеств, как положительных, так и отрицательных. Результаты исследования показали в целом невысокий уровень психологического благополучия у студентов. Половина респондентов оценивает его как низкий, половина — как средний. Студентов с высоким уровнем

психологического благополучия, как в целом, так и по отдельным шкалам, не выявлено. Особый интерес представляют данные, полученные по шкале «Цель в жизни», свидетельствующие об отсутствии смысла в жизни, ограниченности целей у большинства респондентов (82,3 %).

Таблица 1

Характеристика уровней психологического благополучия студентов по шкалам методики К. Рифф

Шкалы К. Рифф	Количество студентов с разными уровнями психологического благополучия, % / абс.		
	низкий	средний	высокий
Позитивные отношения	23,5 / 16	76,5 / 52	0
Автономия	9,0 / 6	91,0 / 62	0
Управление средой	32,4 / 22	67,6 / 46	0
Личностный рост	32,4 / 22	67,6 / 46	0
Цель в жизни	82,3 / 56	17,7 / 12	0
Самопринятие	35,3 / 24	64,7 / 44	0
Психологическое благополучие	50,0 / 34	50,0 / 34	0

Данные, отражающие общую картину соблюдения респондентами норм-запретов, согласно результатам, полученным по тестам Ю. В. Щербатых [13], представлены в табл. 2.

Таблица 2

Характеристика уровней соблюдения студентами нравственных норм-запретов

Нравственные нормы-запреты	Количество студентов с разными уровнями соблюдения нравственных норм-запретов, % / абс.			
	низкий или пониженный	средний	повышенный	высокий
Алчность	11,8 / 8	38,2 / 26	23,5 / 16	26,5 / 18
Гнев	5,9 / 4	50,0 / 34	20,6 / 14	23,5 / 16
Гордыня	47,0 / 32	50,0 / 34	3,0 / 2	0,0 / 0
Зависть	0,0 / 0	53,0 / 36	—	47,0 / 32
Уныние	17,7 / 12	38,2 / 26	—	44,1 / 30
Чревоугодие	11,8 / 8	38,2 / 26	23,5 / 16	26,5 / 18
Похоть	11,8 / 8	58,8 / 40	14,7 / 10	14,7 / 10

Анализ данных показывает, что студенты данной выборки наиболее подвержены зависти и унынию, эти нормы-запреты соблюдаются в наименьшей степени. Меньше всего у испытуемых выражены гордыня и похоть.

Так как в тестах Ю. В. Щербатых нет данных о валидизации, было решено проверить их эмпирическую валидность, т. е. степень соответствия их результатов

поставленным задачам для конкретной выборки испытуемых. Для этого испытуемым было предложено непосредственно оценить по 10-балльным шкалам свой уровень соблюдения нравственных норм-запретов (алчность, гнев, гордыня, похоть, зависть, уныние, чревоугодие). Результаты корреляционного анализа показателей тестов и показателей, полученных по 10-балльным шкалам, представлены в табл. 3.

Таблица 3

Корреляционный анализ показателей нравственных норм-запретов по тестам Ю. В. Щербатых и 10-балльным шкалам самооценки (r_s – коэффициент корреляции Спирмена)

Показатели по тестам	Показатели по 10-балльным шкалам						
	алчность	гнев	гордыня	похоть	зависть	уныние	чревоугодие
Алчность	0,34**						
Гнев		0,509**					
Гордыня			0,343**				
Похоть				0,167			
Зависть					0,509**		
Уныние						0,594**	
Чревоугодие							0,573**

** Значимо для $p \leq 0,01$.

Корреляционный анализ выявил достоверную связь между показателями алчности, гнева, гордыни, зависти, уныния и чревоугодия. Эти данные подтверждают валидность и правомерность использования тестов на данной выборке испытуемых. Показатели «греха похоти» по тесту и 10-балльной шкале не связаны между собой. Возможно, это объясняется неискренностью ответов студентов на прямой вопрос или небольшим опытом в этой сфере ввиду молодого возраста респондентов.

Для определения связи между показателями счастья и показателями соблюдения нравственных норм-запретов были проведены корреляционный и сравнительный анализы. Корреляционный анализ выявил достоверно значимую отрицательную связь между показателями счастья и показателями алчности, гнева, похоти, зависти, уныния, чревоугодия (табл. 4). Единственно, с чем не связан уровень счастья, — с соблюдением нормы-запрета «гордыня». Это может объясняться однородностью низких показателей по этому тесту у всей выборки испытуемых. Также прослеживается значимая отрицательная связь между счастьем и общим показателем соблюдения нравственных норм-запретов.

Кроме того, для проверки предположения о том, что у счастливых студентов ниже уровень алчности, гнева, гордыни, похоти, зависти, уныния, чревоугодия был проведен сравнительный анализ по U -критерию Манна – Уитни показателей соблюдения нравственных норм у студентов с повышенным уровнем счастья

и студентов с пониженным уровнем счастья. Было сформировано две группы испытуемых. В первую вошли 8 студентов с повышенным уровнем счастья (> 60 баллов, далее – «счастливые»), а во вторую – 22 студента с пониженным уровнем счастья (< 41 балла, далее – «несчастливые»). Результаты представлены в табл. 5.

Таблица 4

Корреляционный анализ показателей счастья и соблюдения нравственных норм у студентов (r_s)

Нравственные нормы-запреты	Счастье
Алчность	–0,26*
Гнев	–0,415**
Гордыня	–0,087
Похоть	–0,45**
Зависть	–0,455**
Уныние	–0,724**
Чревоугодие	–0,271*
Общий показатель соблюдения нравственных норм	–0,597**

* Значимо для $p \leq 0,05$. ** Значимо для $p \leq 0,01$.

Таблица 5

Сравнение по U -критерию Манна – Уитни показателей соблюдения нравственных норм у счастливых и несчастливых студентов

Нравственные нормы-запреты	Средние значения показателей соблюдения нравственных норм		Значение $U_{эмп}$
	несчастливые	счастливые	
Алчность	10,3	7,8	54
Гнев	51,6	34,3	18**
Гордыня	26,1	25,8	88
Похоть	35,9	27,8	44*
Зависть	33,3	23	34**
Уныние	22,9	9,3	8**
Чревоугодие	26,2	20,5	58
Общий показатель	206,2	148,3	8**

* Значимо для $p \leq 0,05$. ** Значимо для $p \leq 0,01$.

Достоверные различия между счастливыми и несчастливыми студентами наблюдаются по соблюдению таких норм-запретов, как «гнев», «похоть», «зависть», «уныние», а также по общему показателю соблюдения нравственных норм. Результаты корреляционного анализа между показателями психологического благополучия и показателями соблюдения нравственных норм-запретов представлены в табл. 6.

Таблица 6

Связь показателей психологического благополучия (ПБ) и соблюдения нравственных норм-запретов у студентов (r_s)

Шкалы К. Рифф	Нравственные нормы-запреты						
	алчность	гнев	горды- ня	похоть	зависть	уныние	чрево- угодие
Положительные отношения с другими	0,269*	0,088	-0,169	0,27	0,29	0,258*	-0,025
Автономия	0,14	0,34**	-0,149	0,34**	0,281*	0,5**	-0,067
Управление окружением	0,157	0,069	-0,065	0,034	0,127	-0,121	-0,315*
Личностный рост	0,019	0,236	0,183	0,058	-0,001	-0,057	0,026
Цель в жизни	0,115	-0,13	-0,212	0,212	0,146	0,118	-0,161
Самопринятие	0,29*	0,264*	0,216	0,36*	0,517**	0,353*	0,043
Общий показатель ПБ	0,25*	0,193	-0,15	0,288*	0,361*	0,258*	-0,128

* Значимо для $p \leq 0,05$. ** Значимо для $p \leq 0,01$.

В отличие от счастья, отрицательно коррелирующего с уровнем соблюдения норм-запретов, общий показатель психологического благополучия по Шкале К. Рифф достоверно положительно связан с показателями алчности, похоти, зависти, уныния. С остальными нормами-запретами значимых связей не обнаружено. Наибольшее количество положительных корреляций зафиксировано по шкалам «Автономия» и «Самопринятие». Человек, имеющий высокие значения по шкале «Автономия», отличается независимостью и самостоятельностью в принятии решений, умением противостоять общественному мнению и давлению. Высокие баллы по шкале «Самопринятие» свидетельствуют о том, что человек полностью уверен в себе, принимает себя всецело, в том числе свои отрицательные стороны. Возможно, эти качества позволяют в большей степени принимать в себе, а может и проявлять, такие черты, как жадность, гнев, похоть, зависть и уныние, при этом не испытывая муки совести.

Полученные данные о связи счастья и психологического благополучия с соблюдением нравственных норм у молодежи носят противоречивый характер. С одной стороны, соблюдение нравственных норм-запретов способствует возникновению позитивных эмоций, чувства удовлетворенности жизнью, т. е. ощущению счастья, у молодого человека, а с другой — в определенной степени ограничивает эффективность его функционирования, возможность реализации своего потенциала.

Такие результаты могут объясняться смысловым различием гедонистического и эвдемонистического концептов благополучия. Так, в данном случае исследование связи счастья и общего показателя психологического благополучия выявило их отрицательную, хотя и незначимую корреляцию ($r_s = -0,129$). Но, возможно, эти показатели обусловлены малочисленностью и особенностями выборки испытуемых. В любом случае полученные противоречивые результаты данного

пилотного исследования нуждаются в дальнейшей проверке на более репрезентативной выборке.

1. *Бескова Т. В.* Соотношение психологического благополучия с нравственностью и религиозностью личности // *Вестн. Моск. гос. обл. ун-та : [электрон. журн.]*. 2015. № 4. URL: <http://vestnik-mgou.ru/ru/Articles/Doc/712> (дата обращения: 30.01.2018).
2. *Бочарова Е. Е.* Нравственные ориентации и субъективное благополучие молодежи разных этногрупп // *Изв. Сарат. ун-та. Новая серия : Акмеология образования. Психология развития*. 2016. Т. 5, № 2. С. 143–151. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26374211> (дата обращения: 04.01.2018).
3. *Деменев А. Г.* Эвдемонистические и гедонистические теории в современных исследованиях счастья // *Вестн. ВГУ. Сер. : Философия*. 2016. № 4. С. 15–23.
4. *Зиновьева Д. М.* Нравственное самоопределение в отношениях с другими людьми и психологическое благополучие молодежи [Электронный ресурс] // *Мир науки*. 2017. Т. 5, № 1. URL: <http://mir-nauki.com/PDF/55PSMN117.pdf> (дата обращения: 08.01.2018).
5. *Нехорошева И. В.* Субъективное качество жизни людей с различной нравственной направленностью // *Вестн. Костром. гос. ун-та им. Н. А. Некрасова. Сер. : Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика*. 2012. Т. 18, № 4. С. 25–29.
6. *Пермякова М. Е., Ершова И. А.* Субъективное ощущение счастья у верующих и атеистов // *Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры*. 2015. № 3 (141). С. 69–78.
7. *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.
8. *Поддьяков А. Н.* Позитивная психология и проблема зла [Электронный ресурс] // *Психол. исслед.* 2012. № 2 (22). С. 1. URL: <http://psystudy.ru /index.php/num/2012n2-22/659> (дата обращения: 08.01.2018).
9. *Рикель А. М., Тунияц А. А., Батырова Н.* Понятие субъективного благополучия в гедонистическом и эвдемонистическом подходах // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14 : Психология*. 2017. № 2. С. 64–79.
10. *Семенова М. Н.* Психологическое благополучие и религиозная ориентация личности в период взрослости // *Дискуссия*. 2014. № 3. С. 104–110.
11. *Созонтов А. Е.* Гедонистический и эвдемонический подходы к проблеме психологического благополучия // *Вопр. психологии*. 2006. № 4. С. 105–114.
12. *Хвостов А. А., Гаджимурадова З. М.* Грехи и пороки в моральном сознании российской студенческой молодежи // *Развитие личности (М.)*. 2016. № 1. С. 135–155.
13. *Щербатых Ю. В.* Семь смертных грехов, или Психология порока для верующих и неверующих. М., 2010. 480 с.

Статья поступила в редакцию 08.03.2018 г.

УДК 159.944.4 + 159.943 + 378.115.15

И. О. Куваева
А. Р. Саакян
А. В. Лямзин

ПРЕОДОЛЕНИЕ СТРЕССА МОЛОДЕЖЬЮ: КРОССКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Представлены результаты сравнительного анализа особенностей совладающего поведения у русских ($n = 174$) и армянских ($n = 153$) студентов, обучающихся на факультетах социологии, политологии и социальной работы. Применяемый опросник «Юношеская копинг-шкала» Э. Фрайденберга и Р. Льюис диагностирует 18 стратегий преодоления стресса в молодежном возрасте. Проверяется предположение о проблемно-ориентированной и социальной направленностях совладающего поведения у русских студентов, эмоциональной ориентированности преодоления трудностей — у армянских респондентов. Получены данные о разнонаправленности копинг-поведения у представителей изучаемых подгрупп. Показано, что проблемно-ориентированные стратегии и вовлеченность в социальное взаимодействие представляют собой общие характеристики преодоления стресса у русских и армян. Обозначаются предпочитаемые эмоциональные стратегии для каждой подгруппы. Выявлен специфический «паттерн» совладающего поведения у армянских студентов: востребованность разнообразных ресурсов при преодолении стресса.

К л ю ч е в ы е с л о в а: стресс; трудная ситуация; преодоление; совладающее поведение; копинг-стратегии; молодежь; русские и армянские студенты; кросскультурные различия.

Проблема преодоления студентом трудных ситуаций в период адаптации к университетскому образу жизни представляет собой актуальную область исследования современной научной и практической психологии. Реорганизация учебного процесса, увеличение самостоятельности в планировании распорядка дня и финансовых расходов, интенсивная интеллектуальная нагрузка в период экзаменов, новый социальный статус, «вхождение» в новые учебный коллектив и среду проживания — перечень основных изменений в жизни молодежи при поступлении в вуз. «Новизна» жизни первокурсников способствует психологическому развитию молодого человека, а также предъявляет повышенные требования к психическим ресурсам юношей и девушек. Анализ стрессогенных факторов, характеристика переживаемых неблагоприятных состояний и специфика используемых способов преодоления трудных ситуаций дают основания практикующим

КУВАЕВА Ирина Олеговна — старший преподаватель кафедры педагогики и психологии образования Уральского федерального университета (e-mail: irina.kuvaeva@urfu.ru).

СААКЯН Анаит Рубеновна — кандидат психологических наук, доцент, заместитель декана факультета социологии Ереванского государственного университета, Армения (e-mail: nara.sahakyan@yahoo.com).

ЛЯМЗИН Андрей Валерьевич — кандидат исторических наук, доцент кафедры теории и истории международных отношений Уральского федерального университета (e-mail: lyamzin@urfu.ru).

© Куваева И. О., Саакян А. Р., Лямзин А. В., 2018

психологам реализовывать целенаправленные программы по стресс-менеджменту для студентов университетов.

Процесс преодоления стресса представляет собой реакцию человека в ответ на требования трудной ситуации, «размещенной» в определенном социокультурном контексте. Психологическое реагирование (совладающее поведение) включает когнитивную оценку осложняющих условий жизнедеятельности, выбор способов разрешения проблемы и снятия внутреннего напряжения [4]. Предпочтение человеком определенных копинг-стратегий сигнализирует о наибольшей доступности и функциональности конкретных способов разрешения трудных ситуаций [10]. Анализ стратегий преодоления стресса у представителей одной социальной группы в зависимости от национальной принадлежности демонстрирует общие и специфические ресурсы совладания с трудностями, а также характеризует особенности самого социокультурного контекста.

Процедура и методы исследования

Цель настоящего исследования — сравнительный анализ особенностей совладающего поведения у русских и армянских студентов, получающих одну профессиональную специализацию. Выдвигается предположение, основанное на исследовании Л. В. Сенкевич, И. Н. Базаркиной, С. О. Аракелян [8], что русские студенты предпочитают проблемно-ориентированные и социальные копинг-стратегии, армянские респонденты — эмоционально-ориентированные.

Выборка. Представленное исследование проводилось в период с 2016 по 2017 г. в Уральском федеральном университете (Екатеринбург, Россия) и Ереванском государственном университете (Ереван, Армения). Респондентами являлись студенты 1–2-го курсов, обучавшиеся на факультетах социологии, политологии и социальной работы. Всего в исследовании приняли участие 327 человек (62 муж./265 жен.) в возрасте 17–25 лет ($\text{mean} = 18,4 \pm 1,0$). В подгруппу русских студентов вошли 174 респондента (49 муж./125 жен.) в возрасте 18–25 лет ($\text{mean} = 18,6 \pm 1,0$); в подгруппу армянских студентов — 153 чел. (13 муж./140 жен.) в возрасте 17–22 лет ($\text{mean} = 18,2 \pm 0,9$).

Методика. Психодиагностическим инструментом выступил опросник общей формы «Юношеская копинг-шкала» (ЮКШ) Э. Фрайденберг и Р. Льюиса [12] в адаптации Т. Л. Крюковой [3]. Австралийские психологи Эрика Фрайденберг и Рамон Льюис считают, что индивидуальный выбор копинг-стратегий является стабильным и не зависит от природы стрессовой ситуации. Респонденты, отвечая на вопросы ЮКШ, отмечали частоту использования разных способов преодоления трудных ситуаций, проблем и тревожных состояний. Оценка выраженности копинг-стратегий производилась по пятибалльной шкале Лайкерта: от «1 — я никогда так не поступаю, это неприемлемо» до «5 — делаю так очень часто». Авторы методики выделяют 18 копинг-стратегий, составляющих 3 стили совладания (продуктивный, непродуктивный, социальный).

Обработка полученных данных осуществлялась при помощи пакета программ SPSS 22.0. для Windows. Проверка данных на нормальность распределения проводилась по критерию Колмогорова — Смирнова. Для выявления достоверности

различий применялись t -критерий Стьюдента и U -критерий Манна – Уитни, для дифференциации специфики совладающего поведения в разных подгруппах – факторный анализ (метод главных компонент, вращение Varimax с нормализацией Кайзера).

Результаты исследования и их обсуждение

Различия копинг-стратегий у русских и армянских студентов. В результате сравнительного статистического анализа получены достоверные различия по 9 копинг-стратегиям между русскими и армянскими студентами (табл. 1; отсутствие нормальности распределения и количественный состав подгрупп позволяют использовать t -критерий Стьюдента и U -критерий Манна – Уитни).

Таблица 1

Различия между русскими и армянами в выборе стратегий совладания

Копинг-стратегия	Описательная статистика (среднее значение)		Различия	
	русские	армяне	t	U
<i>Продуктивный стиль</i>				
Решение проблемы	75,63 (12,40)	75,58 (10,98)	0,05	13029,5
Работа/достижение	70,32 (11,85)	73,54 (11,55)	3,22*	11166,5*
Религиозная поддержка	43,18 (19,88)	72,94 (17,05)	29,75***	3700,5***
Позитивный фокус	64,91 (14,48)	69,96 (13,99)	5,05**	10559,5**
<i>Социальный стиль</i>				
Социальная поддержка	62,57 (16,64)	60,44 (12,57)	2,13	12166,5
Друзья	60,04 (15,72)	64,18 (14,28)	4,13*	11358*
Чувство принадлежности	61,74 (14,94)	66,03 (11,95)	4,29**	1044**
Общественные действия	29,22 (11,25)	41,27 (15,11)	12,00***	6606,5***
Профессиональная помощь	35,22 (14,58)	44,60 (15,41)	9,37***	8534,5 ***
<i>Непродуктивный стиль</i>				
Беспокойство	70,09 (15,46)	74,79 (13,24)	4,70**	10832,5**
Чудо	67,12 (17,11)	69,85 (13,51)	2,72	12217
Несовладание	46,29 (14,03)	47,42 (12,45)	1,12	12567
Разрядка	48,98 (14,59)	47,34 (13,09)	1,64	12479
Игнорирование	47,44 (13,78)	53,39 (14,40)	5,96***	13359,5***
Самообвинение	73,76 (17,35)	66,04 (17,69)	7,71***	10025,5***
Уход в себя	58,82 (16,72)	58,98 (15,38)	0,16	13056
Отвлечение	71,89 (15,16)	72,01 (14,68)	0,12	13246,5
Активный отдых	63,44 (22,78)	64,18 (17,56)	0,74	12847

Примечания:

1. Условное обозначение уровней значимости: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.
2. Полужирным шрифтом выделены стратегии, значимо различающиеся в подгруппах.
3. В скобках указано статистическое отклонение.

Русские респонденты по сравнению с армянами достоверно чаще активизируют непродуктивную стратегию «самообвинение»: принимают личную ответственность за трудную ситуацию и строго относятся к себе. Студенты из Армении в осложненных ситуациях жизнедеятельности чаще прибегают к продуктивным стратегиям («работа/достижение», «религиозная поддержка», «позитивный фокус»), социальным способам преодоления трудностей (стратегии «друзья», «чувство принадлежности», «общественные действия», «профессиональная помощь»), непродуктивным копингам «беспокойство» и «игнорирование». Другими словами, армянские респонденты по сравнению с представителями русской национальности используют более разнообразные способы разрешения проблемы и регуляции внутреннего напряжения.

Специфика совладающего поведения у русских студентов. В результате проведения процедуры факторизации данных по подгруппе русских респондентов выявлено 3 фактора (вес каждого фактора превышает значения 1,0), которые в совокупности объясняют 50,3 % общей дисперсии (табл. 2.). Стратегии «активный отдых», «профессиональная помощь», «общественные действия» и «позитивный фокус» не вошли ни в один фактор со значимыми весами.

Таблица 2

Структура стратегий совладания у студентов из России

Копинг-стратегия	Матрица повернутых компонент		
	факторы		
	1	2	3
Несовладание	0,830		
Самообвинение	0,697		
Чудо	0,695		
Разрядка	0,679		
Игнорирование	0,602		
Активный отдых			
Социальная поддержка		0,799	
Друзья		0,774	
Уход в себя		-0,737	
Чувство принадлежности		0,669	
Отвлечение		0,609	
Общественные действия			
Решение проблемы			0,768
Работа/достижение			0,622
Религиозная поддержка			0,575
Беспокойство			0,572
Профессиональная помощь			
Позитивный фокус			
% описываемой дисперсии	17,7	17,5	15

Вращение сошло за 5 итераций

Согласно данным табл. 2, фактор 1 (17,7 %) включает 5 стратегий непродуктивного стиля: в трудной ситуации русский студент отказывается от активных действий, винит себя в происходящем, надеется на удачное разрешение ситуации, сознательно блокирует факт существования проблемы и прибегает к различным способам разрядки эмоционального напряжения. Фактор 2 (17,5 %) представлен 3 стратегиями социального стиля и 2 непродуктивными копингами: при осложненных условиях жизнедеятельности русский студент обращается за помощью к другим людям с целью развлечения, расслабления и избегания одиночества. Фактор 3 (15 %) объединяет продуктивные стратегии и непродуктивный копинг «беспокойство»: ориентация на разрешение проблемы связана с усилением тревоги за будущее и поиском духовной опоры.

Специфика совладающего поведения у армянских студентов. Факторный анализ данных по подгруппе армянских респондентов выявил 4 фактора (вес каждого фактора превышает значения 1,0), которые в совокупности объясняют 54,6 % общей дисперсии (табл. 3). Стратегии «позитивный фокус» и «самообвинение» не вошли ни в один фактор со значимыми весами.

Таблица 3

Структура стратегий совладания у студентов из Армении

Копинг-стратегия	Матрица повернутых компонент			
	Факторы			
	1	2	3	4
Решение проблемы	0,742			
Работа/достижение	0,625			
Чудо	0,576			
Беспокойство	0,559			
Отвлечение	0,528			
Позитивный фокус				
Самообвинение				
Социальная поддержка		0,786		
Друзья		0,648		
Общественные действия		0,618		
Профессиональная помощь		0,558		0,512
Чувство принадлежности		0,551		
Уход в себя		-0,501		
Несовладание			0,820	
Разрядка			0,680	
Игнорирование			0,650	
Активный отдых				0,795
Религиозная поддержка				0,534
% описываемой дисперсии	16,5	14,2	13,3	10,5

Вращение сошлось за 8 итераций

Согласно данным табл. 3, фактор 1 (16,5 %) объединил продуктивные стратегии «решение проблемы», «работа/достижение» и непродуктивные способы («чудо», «беспокойство», «отвлечение»). В трудной ситуации у студентов армянской национальности ориентация на разрешение проблемы сопровождается надеждой на удачное стечение обстоятельств, усилением тревоги за будущее и переключением внимания на развлечение/релаксацию. Фактор 2 (14,2 %) преимущественно состоит из стратегий социального стиля, которые «блокируют» непродуктивный копинг «уход в себя». Другими словами, разные виды социального взаимодействия «защищают» армянских студентов от замкнутости в сложной ситуации. Фактор 3 (13,3 %) включает стратегии непродуктивного стиля («несовладание», «разрядка», «игнорирование»): при сознательном блокировании факта проблемной ситуации респонденты занимают пассивную позицию и отвлекаются на другие сферы жизни. В фактор 4 (10,5 %) вошли стратегии «профессиональная помощь», «активный отдых» и «религиозная поддержка»: при затруднениях студенты обращаются за помощью к профессиональным консультантам, активно занимаются спортом и ищут духовную опору.

Проведенное исследование, направленное на изучение особенностей преодоления стресса у студентов русской и армянской национальностей, продемонстрировало общие и специфические характеристики переживания молодежью трудных ситуаций. Респонденты обеих групп испытывают нарастание тревоги при целенаправленной деятельности и включаются в социальное взаимодействие для избегания одиночества. По мнению ведущего российского психолога М. А. Холодной, «проблемно-ориентированные стратегии в виде установки на необходимость при любых обстоятельствах бороться с трудной ситуацией могут приводить к истощению ресурсов личности и, в частности, к росту беспокойства» [11, 152]. Студент в независимости от национальной принадлежности демонстрирует нежелание оставаться наедине с собой и обдумывать трудную ситуацию самостоятельно: активизируется потребность в обсуждении с другими людьми, опора на друзей и поиск их одобрения. Ряд исследований подтверждают ориентацию на группу у представителей русской [2, 11] и армянской национальностей [1, 9, 13].

Отдельного обсуждения заслуживает вопрос о продуктивности/непродуктивности эмоционально-доминантных стратегий «беспокойство» и «самообвинение». Тревога за будущее и ощущение персональной ответственности за проблему, согласно классификации стилей совладания Э. Фрайденберг и Р. Льюис, категоризируются как непродуктивные стратегии. Неэффективность самообвинения связывают с падением самооценки и усилением психологической/психосоматической симптоматики [7]. Однако беспокойство и самообвинение могут стать продуктивным ресурсом психологического сопротивления [11]. В связи с этим полученный факт, обозначающий востребованность данных эмоциональных копинг-стратегий, требует дальнейшего изучения их эффективности в указанных социокультурных контекстах.

Специфическим отличием совладающего поведения армянских студентов является активизация более разнообразных способов преодоления трудных ситуаций. В частности, армянские респонденты чаще обращаются к помощи

профессиональных консультантов, чаще участвуют в общественных действиях, активнее занимаются спортом, позитивнее переосмысливают трудности и обращаются к религии. Религия и принадлежность к армянской церкви является важной составляющей жизнедеятельности армянского населения [5, 6]. Молодое поколение уважительно относится к церкви: посещает ее и разговаривает со священниками (без исповеди). Студенты обсуждают друг с другом посещение церквей и беседы со служителями храмов. Пожилое поколение, понимающее суть геноцида армян турками, считает веру в Бога одним из источников силы и гордости армянского народа [13]. Армянские студенты предпочитают объединяться в группы по 5–10 человек для совместного проведения досуга (поездки за город, пикники, походы). Установка на положительную переоценку трудной ситуации, характерная для армянских респондентов, также подтверждается другими исследователями [8]. Таким образом, армянские студенты опираются на внешние социальные контакты, активизируют внутренние физические, психические и духовные ресурсы.

Выдвинутое предположение о проблемно-ориентированном и социальном совладании у русских студентов получило свое подтверждение. Эмоциональная направленность преодоления стресса у армян заключается в выборе стратегий «беспокойство» и «игнорирование». Однако армянские студенты по сравнению с русскими респондентами в большей степени применяют проблемно-ориентированные и социальные копинг-стратегии. На наш взгляд, выявленные в исследовании кросскультурные особенности преодоления стресса молодежью обусловлены структурой используемого психодиагностического инструментария, позволяющего анализировать большее количество стратегий, чем представлено в исследовании Л. В. Сенкевич и др. [8].

В будущем мы планируем продолжить работу по изучению кросскультурных особенностей совладающего поведения у русских и армян в следующих направлениях: 1) анализ гендерных различий преодоления стресса в указанных социокультурных контекстах; 2) определение основных факторов повышенной напряженности, характерных для русской и армянской молодежи; 3) дифференциация концептуальных представлений о стрессе и трудных ситуациях у респондентов сравниваемых подгрупп.

1. *Берберян А. С., Тучина О. Р.* Исследование самопонимания этнокультурной идентичности в титульном армянском этносе и сопряженной армянской диаспоре в России // Рос. психол. журн. 2016. Т. 13, № 3. С. 178–196.

2. *Крюкова Т. Л.* Возрастные и культурные различия в стратегиях совладающего поведения // Психол. журн. 2005. № 2. С. 5–15.

3. *Крюкова Т. Л.* Методы изучения совладающего поведения: три копинг-шкалы. Кострома, 2007. 60 с.

4. *Лазарус Р.* Теория стресса и психологические исследования // Эмоциональный стресс / под ред. Л. Леви. Л., 1970. С. 178–206.

5. *Мкоян Г. С.* Воздействие Армянской апостольской церкви на формирование духовных ценностей среди двух поколений в современном армянском обществе // Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования : XX Междунар.

конф. памяти проф. Л. Н. Когана (Екатеринбург, 16–18 марта 2017 г.). Екатеринбург, 2017. С. 474–485.

6. *Мкоян Г. С.* Сравнительный анализ трансформации социокультурных ценностей двух возрастных групп (молодежи и старшего поколения) в армянском обществе по методике Р. Инглхарта // Научные исследования: теория, методика и практика : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 27 авг. 2017 г.). Чебоксары, 2017. С. 173–181.

7. *Нартова-Бочавер С. К.* «Coping behavior» в системе понятий психологии личности // Психол. журн. 1997. Т. 18, № 5. С. 20–29.

8. *Сенкевич Л. В., Базаркина И. Н., Аракелян С. О.* Совладающее поведение в юношеском возрасте как условие продуктивного переживания экзистенциального кризиса (социокультурный аспект) // Социальная политика и социология. 2012. № 8. С. 125–138.

9. *Тушинова Ю. А.* Психологические особенности образа мира студентов арабской, армянской и русской национальностей : дис. ... канд. психол. наук. Ростов н/Д, 2015.

10. *Хазова С. А.* Ресурсы личности в период взрослости // Вопр. психологии. 2015. № 6. С. 1–10.

11. *Холодная М. А., Берестнева О. Г., Муратова Е. А.* Структура стратегий совладания в юношеском возрасте (к проблеме валидности опросника «Юношеская копинг-шкала») // Вопр. психологии. 2007. № 4. С. 143–156.

12. *Frydenberg E., Lewis R., Kennedy G. et al.* Coping with Concerns: An Exploratory Comparison of Australian, Colombian, German, and Palestinian Adolescents // Journal of Youth and Adolescence. 2003. Vol. 32, № 1. P. 59–66.

13. *Kalayjian A. S., Shahinian S. P., Gergerian E. L., Saraydarian L.* Coping with Ottoman Turkish Genocide: An exploration of the experience of Armenian Survivors // Journal of Traumatic Stress. 1996. Vol. 9, № 1. P. 87–97.

Статья поступила в редакцию 12.03.2018 г.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЫШЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ-ПСИХОЛОГОВ

В статье представлены результаты поискового исследования диагностического мышления студентов-психологов на раннем этапе профессионального обучения. Диагностическое мышление рассматривается автором как основа профессионального мышления психолога, которое, в свою очередь, составляет ядро профессиональной компетентности специалиста. Выявлены текстовые маркеры, характеризующие успешность диагностического мышления студентов второго курса, а также ряд интеллектуальных и личностных предикторов диагностического мышления.

К л ю ч е в ы е с л о в а: профессиональная подготовка психологов; профессиональное мышление; диагностическое мышление; маркеры диагностического мышления; интеллектуальные предикторы; личностные предикторы.

Профессиональное мышление как ядро профессиональной компетентности все чаще становится объектом современных акмеологических исследований. Значительное внимание уделялось изучению профессионального мышления педагогов (И. Н. Никитина, Е. В. Беляева, А. А. Малявко и др.), врачей (В. П. Андронов, Л. М. Бедрин, и др.), управленцев (Ю. А. Маленков, О. М. Писарева и др.), психологов (И. Б. Храпенко, Т. А. Ваулина и др.). По мнению ряда авторов [1, 4, 10], в структуре мыслительной деятельности профессионального психолога необходимо выделять особый вид мышления — диагностическое мышление как способность устанавливать закономерности в наблюдаемых фактах поведения и проникать в суть явлений психической реальности, скрытой от непосредственного наблюдения [2, 8].

Одной из основных задач обучения студентов-психологов является целенаправленное формирование их диагностического мышления, что предполагает, с одной стороны, знание личностных предикторов данного свойства, а с другой — выявление ключевых когнитивных механизмов, обеспечивающих успешное решение диагностических задач [6, 7]. На наш взгляд, своевременно сформированное диагностическое мышление не только позволит преодолеть разрыв между теоретической и практической подготовкой будущих специалистов, но и в перспективе станет основой психодиагностической культуры профессионалов [5, 9].

Исследование проведено кафедрой общей и социальной психологии УрФУ и носит поисковый характер. Выборку составили студенты 2-го курса департамента психологии ($n = 65$), проходившие обучение по дисциплине «Практикум по психодиагностике». В качестве итоговой отчетности по данному предмету студенты выполняли самостоятельную работу «Психологический портрет личности». Результатом явилось написание диагностических заключений по итогам

прохождения батареи тестов одним испытуемым. Формальные показатели итоговых текстов выступили маркерами психодиагностического мышления студентов. В качестве предполагаемых предикторов профессионального мышления использовались личностные и интеллектуальные показатели диагностических методик.

Цель исследования — выявление интеллектуальных и личностных предикторов, способствующих формированию диагностического мышления студентов-психологов. В качестве методов исследования были использованы тестирование (универсальный интеллектуальный тест; культурно-свободный интеллектуальный тест Р. Кеттелла; многофакторный личностный опросник 16 PF Р. Кеттелла); контент-анализ текстов психологических заключений; методы математической статистики: корреляционный анализ по Спирману, *U*-критерий Манна — Уитни.

На первом этапе исследования были выявлены маркеры успешности диагностического мышления студентов. Анализ психолингвистической литературы позволил нам обозначить ряд параметров текста, которые могут быть рассмотрены в качестве подобных маркеров [3, 6, 11]: 1) количество методик (число методик, которое использует студент для написания заключения); 2) количество знаков (общий объем письменного текста); 3) количество предложений; 4) количество простых предложений; 5) количество сложных предложений; 6) уровень уникальности текста, или степень авторства (использовалась программа Advego Plagiatus 1.3.3.1); 7) количество ошибок (суммарное число грамматических, лексических, синтаксических и орфографических ошибок); 8) количество расшифровок (под расшифровкой мы понимаем процесс преобразования закодированного сообщения в приемлемую для понимания форму, т. е. умение декодировать информацию); 9) количество соотношений между методиками (число упоминаний о взаимосвязях между методиками); 10) количество обобщений в тексте; 11) количество антиутверждений.

Далее был произведен анализ психологических заключений по выявленным параметрам у представителей контрастных групп: студентов, набравших максимально высокие баллы, и студентов, получивших низкие баллы. Группа 1 получила рабочее название «качественных» заключений, а группа 2 — «некачественных» заключений.

Статистический анализ по *U*-критерию Манна — Уитни показал достоверность различий между группами по следующим маркерам текста: количество методик, количество знаков, количество сложных предложений, уникальность текста, количество расшифровок; количество соотношений между методиками; количество обобщений (табл. 1).

Таким образом, маркерами сформированности диагностического мышления студентов на начальных этапах обучения можно считать большее количество знаков в тексте заключения, предпочтение сложных предложений для формулировки высказываний, тенденцию учитывать показатели разных методик как по отдельности, так и в их взаимосвязи, наличие обобщений. Обращает на себя внимание показатель уникальности теста, определяемый по характеру расшифровок. В «некачественных» заключениях студенты достоверно чаще при расшифровке показателей прибегают к шаблонным фразам из методических руководств, в то

время как более успешные сокурсники пытаются интерпретировать и обобщать данные самостоятельно.

Таблица 1

Расчет *U*-критерия Манна – Уитни для «качественных» и «некачественных» заключений по лингвистическим параметрам текста

Параметр текста	Rank Sum Group 1	Rank Sum Group 2	<i>U</i>	p-level
КМ	63,5	146,5	8,5	0,0017
КЗ	63,0	147,0	8,0	0,0015
КПр	85,0	125,0	30,0	0,1306
Пр. Пр	107,5	102,5	47,5	0,8501
Сл. Пр	71,5	138,5	16,5	0,0113
У/т	59,0	151,0	4,0	0,0005
КО	91,0	119,0	36,0	0,2899
КР	55,0	155,0	0,0	0,0002
См/м	55,0	155,0	0,0	0,0002
КОб	64,0	146,0	9,0	0,0019
КА/ут	110,0	100,0	45,0	0,7055

Примечания: 1. Жирным шрифтом выделен достоверный уровень значимости.

2. Здесь и в табл. 2, 3 параметры текста: КМ – количество методик; КЗ – количество знаков; КПр – количество предложений; Пр. Пр – количество простых предложений; Сл. Пр – количество сложных предложений; У/т – уникальность текста; КО – количество ошибок; КР – количество расшифровок; См/м – соотношения между методиками; КОб – количество обобщений; КА/ут – количество антиутверждений. Group 1 – «некачественные» заключения, Group 2 – «качественные» заключения.

Остальные выделенные нами параметры на настоящем этапе профессионального обучения не могут свидетельствовать о степени сформированности диагностического мышления студентов, поскольку одинаково часто представлены в контрастных группах. Вместе с тем данные показатели могут характеризовать диагностическое мышление специалистов в будущем, поэтому в нашем исследовании они остаются в качестве дополнительных маркеров. В частности, отсутствие достоверных различий в количестве орфографических и грамматических ошибок не означает необходимости для профессионала писать грамотно. Однако на начальном этапе формирования диагностического мышления грамотность, очевидно, не критична и является естественной частью роста.

Большой объем диагностического заключения также может быть временным явлением для становления диагностического мышления студентов-психологов. Большое количество знаков в группе «качественных» заключений получено за счет сложных формулировок, но не за счет общего числа предложений или тезисов. Поскольку в современной психодиагностике есть требование оформлять итоговые заключения компактно, возможно, по мере профессионального роста студенты научатся более простым и кратким формулировкам.

На втором этапе исследовались интеллектуальные предикторы успешности написания психодиагностических заключений студентами, на основании которых мы можем предполагать наличие когнитивных механизмов, обуславливающих эффективное диагностическое мышление. В качестве методик диагностики интеллекта были использованы культурно-свободный тест интеллекта Р. Кеттелла и универсальный интеллектуальный тест (УИТ-СПЧ).

По данным корреляционного анализа, достоверных коэффициентов корреляции между маркерами диагностического мышления студентов и IQ по методике Р. Кеттелла не выявлено. Флюидный интеллект как олицетворение интеллектуального потенциала не может рассматриваться в качестве предиктора профессиональных компетенций, формируемых на основе учебного опыта, а культурно-свободный тест Р. Кеттелла не может быть использован при прогнозировании успешности формирования профессионального мышления студентов.

Обратимся к результатам корреляционного анализа между параметрами письменного текста и показателями методики УИТ-СПЧ. Как видно из табл. 2, большинство значимых корреляций носят обратный характер. То есть сформированность ряда интеллектуальных навыков, диагностируемых с помощью УИТ, является скорее препятствием к написанию психодиагностических заключений. Например, чем выше уровень интеллекта испытуемых, тем меньшее число предложений они используют, в том числе сложноподчиненных.

Таблица 2

Значимые коэффициенты корреляции между субтестами УИТ и параметрами диагностических заключений (n = 65; p < 0,05)

Суб-тесты УИТ	КМ	КЗ	КПр	Пр. Пр	Сл. Пр	У/т	КО	КР	См/м	КОб	КА/ут
1				-0,26							
2		-0,32	-0,31		-0,34			-0,26			
3										0,27	
4	-0,43	-0,33	-0,30		-0,34			-0,25	-0,31		
5						0,35					
6											
7											
8											
9											
10		-0,29	-0,30		-0,28	0,27		-0,27			
11											
IQ			-0,27		-0,25						

Примечание. Показатели по УИТ: 1 – субтест «осведомленность»; 2 – субтест «скрытые фигуры»; 3 – субтест «пропущенные слова»; 4 – субтест «арифметические задачи»; 5 – субтест «понятливость»; 6 – субтест «исключение изображений»; 7 – субтест «анalogии»; 8 – субтест «числовые ряды»; 9 – субтест «умозаключения»; 10 – субтест «геометрическое сложение»; 11 – субтест «заучивание слов»; IQ – общий коэффициент интеллекта.

Максимальное число обратных корреляций между показателями по УИТ и параметрами диагностических заключений образует показатель «арифметические задачи». То есть студенты, обладающие высокой концентрацией активного внимания, развитым математическим мышлением, используют меньше методик, менее склонны к расшифровкам показателей и реже упоминают соотношения между методиками. Такие студенты пишут психологические портреты кратко, используя небольшое количество предложений, среди которых преобладают простые.

Обратные коэффициенты корреляции по тем же параметрам текста (за исключением количества методик и соотношения между ними), что и 4-й субтест, образуют 2-й субтест «скрытые фигуры» и 10-й субтест «геометрическое сложение». Чем выше у студентов-психологов гибкость мышления и уровень перцептивно-комбинаторных способностей, тем меньший объем знаков они используют при написании психологических заключений, прибегая в основном к простым предложениям при оформлении текста.

Отрицательные корреляции между продуктивностью интеллектуальной деятельности и показателями интеллектуальных тестов — явление довольно редкое и требует более детального изучения, что не входило в задачи данного исследования. Однако сам факт, что ряд интеллектуальных способностей выступают своего рода препятствиями на пути решения диагностических задач студентами, заслуживает внимания. В частности, высокий уровень практического математического мышления затрудняет вербальные формулировки на ранних этапах профессионализации и вызывает трудности перевода информации из числовой формы в тестовую.

В данном исследовании выявлено три положительных коэффициента корреляции между маркерами диагностического мышления и интеллектуальными характеристиками. Показатель «уникальность текста» образует прямые корреляционные связи с показателями «понятливость» и «геометрическое сложение». Умение оригинально оформлять свои мысли предположительно базируется на сложном образно-практическом интеллектуальном механизме, включающем в себя, с одной стороны, синтетические умения воссоздать целостный образ по его частям, а с другой — умение строить умозаключения на основе собственного опыта.

Еще одним маркером диагностического мышления студентов, положительно связанным с когнитивными характеристиками, является число обобщений, используемых студентами в итоговом тесте. Интеллектуальным предиктором данного умения является вербальный субтест УИТ «пропущенные слова» (см. табл. 2). Успешность выполнения данного субтеста зависит от умения целостно воспринять тексты и восполнять их недостающие элементы на основании общего смысла высказывания. Таким образом, в основе умения формулировать мысль в обобщенном виде при написании диагностических заключений лежит механизм целостного восприятия и понимания вербальных конструкций.

Таким образом, всего два субтеста УИТ обладают прогностической ценностью в отношении эффективности диагностического мышления студентов-психологов: «понятливость» и «пропущенные слова». Субтест «геометрическое сложение»

отражает степень склонности к авторским формулировкам, но в то же время образует обратную корреляционную связь с большинством количественных характеристик диагностического мышления.

На завершающем этапе исследования нами были выявлены личностные предикторы диагностического мышления студентов. В качестве методики диагностики личностных свойств использован опросник 16 PF Р. Кеттелла. Результаты корреляционного анализа представлены в табл. 3.

Таблица 3

Значимые коэффициенты корреляции между параметрами диагностических заключений и факторами 16 PF Кеттелла ($n = 65; p < 0,05$)

Факторы 16 PF Кеттелла	КМ	КЗ	КПр	Пр. Пр	Сл. Пр	У/т	КО	КР	См/м	КОб	КА/ут
А				0,31							
В											
С							0,28		-0,27		
Е											
F						-0,28					
G				0,27							
Н				0,27		-0,25					
І						0,27					
L											
M											
N											
O											
Q1											
Q2											
Q3				0,32		-0,26					
Q4									0,30		

Примечание. Показатели по 16 PF Кеттелла: фактор А – «сердечность – отчужденность»; фактор В – «высокий – низкий интеллект»; фактор С – «эмоциональная устойчивость – неустойчивость»; фактор Е – «доминантность – покорность»; фактор F – «беспечность – озабоченность»; фактор G – «высокая совестливость – недобросовестность»; фактор Н – «смелость – робость»; фактор І – «мягкосердечность – жесткость»; фактор L – «подозрительность – доверчивость»; фактор M – «мечтательность – практичность»; фактор N – «расчетливость – наивность»; фактор O – «склонность к чувству вины – самоуверенность»; фактор Q1 – «гибкость – ригидность»; фактор Q2 – «самодостаточность – социабельность»; фактор Q3 – «высокий – низкий самоконтроль»; фактор Q4 – «фрустрированность – расслабленность».

По данным корреляционного анализа выявлена прямая связь между факторами А, G, Н, Q3 и количеством используемых простых предложений, т. е. легкие

и открытые в общении, ориентированные на моральные нормы и самоорганизованные студенты склонны выражать свои мысли кратко.

Уникальные тексты (как один из основных маркеров диагностического мышления) создаются студентами с более образным восприятием мира, высокой чувствительностью, низким самоконтролем и высокой ответственностью. Предположительно авторство формулировок обеспечивается целым комплексом разнообразных и противоречивых личностных свойств.

Выявлена единственная корреляционная связь с параметром текста «количество ошибок». Как видно из табл. 3, ошибаются чаще эмоционально устойчивые студенты, что, возможно, связано с традиционным игнорированием параметра грамотности в учебных работах.

Частота упоминания соотношения методик в диагностических заключениях выше у студентов с высокой фрустрированностью и слабым контролем эмоций. Этот факт невозможно точно проинтерпретировать в рамках данного исследования, но можно предположить, что попытки соединить в итоговом заключении различные методики чаще делают неуверенные в себе студенты.

В целом полученные в исследовании данные позволяют сформулировать ряд предположений и наметить пути дальнейшего продолжения исследования. Необходимо отметить, что второй курс — это начальная стадия формирования диагностического мышления у студентов-психологов, оно будет развиваться далее в рамках соответствующих практических курсов. В результате исследования нам удалось выявить ключевые параметры текстов психологических заключений, определить возможные психологические трудности, которые могут возникнуть у студентов с различным уровнем сформированности ряда когнитивных и личностных характеристик, и наметить пути совершенствования диагностического компонента профессионального мышления будущих психологов. Выявленные нами предикторы и вероятностные когнитивные механизмы диагностического мышления требуют более детального изучения в дальнейших исследованиях.

-
1. *Ануфриев А. Ф.* Основы практической психодиагностики : в 2 кн. М., 2009.
 2. *Ваулина Т. А.* Типы профессионально-психологического мышления: исторический и общепсихологический аспекты : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Барнаул, 2005.
 3. *Гальперин И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981.
 4. *Зинченко В. П.* Очень субъективные заметки о психологической диагностике // Человек. 2001. № 1. С. 87–93.
 5. *Еремкина О. В.* Основные средства формирования психодиагностической культуры будущих учителей // Мир психологии. 2007. № 1. С. 155–163.
 6. *Кашапов М. М.* Когнитивное и метакогнитивное понимание структурно-динамических характеристик профессионального мышления // Творческая деятельность профессионала в контексте когнитивного и метакогнитивного подходов : монография / под науч. ред. проф. М. М. Кашапова, доц. Ю. В. Пошехоновой. Ярославль, 2012. С. 35–121.
 7. *Корнилова Т. В., Степаносова О. В., Григоренко Е. Л.* Интуиция и рациональность в уровне регуляции вербальных прогнозов при принятии решений // Вопр. психологии. 2006. № 2. С. 126–137.
 8. *Локалова Н. П.* Предмет психологии и специфика профессионального мышления психологов // Вопр. психологии. 2004. № 5. С. 93–95.

9. Лобанова П. Б., Чаликова О. С. Связь временной компетентности студентов с эффективностью организации времени в учебной деятельности // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2015. № 2 (138). С. 131–138.

10. Чаликова О. С. Психодиагностическая работа психолога: теоретический и практический аспекты: учеб. пособие. Екатеринбург, 2017.

11. Шарпановская Е. В. Значение речи в профессиональной деятельности психолога // Актуальные проблемы и современные тенденции развития психологии и педагогики: Materials digest of the XIVth International Scientific and Practical Conference / chief ed. V. V. Pavlov; B. Zhitnigor (chairman). (Kiev, London, 24 Nov. – 28 Nov. 2011). Odessa, 2011. P. 204–205.

Статья поступила в редакцию 08.03.2018 г.

УДК 159.91-053.6 + 159.923.31-053.6

**Е. Ю. Брель
И. Я. Стоянова**

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АЛЕКСИТИМИИ В КОНТЕКСТЕ ПСИХИЧЕСКОГО ЗДОРОВЬЯ И СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ У СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ

Цель статьи — сопоставление психологических особенностей современных подростков в контексте проблемы алекситимии как качества, способствующего возникновению нарушений здоровья и снижающего социальную адаптацию, и как фактора, связанного с познавательными, коммуникативными и личностными нарушениями.

К л ю ч е в ы е с л о в а: алекситимия; тревожность; агрессивность; эмпатия; снижение социальной адаптации; соматизация.

Актуальность изучения феномена алекситимии, начало исследования которого было положено в 80-х гг. прошлого века, определяется ее участием в патогенезе психосоматических расстройств. Исследования последних лет показывают, что у пациентов различной нозологической представленности соматоформные переживания и аффективная патология имеют общие механизмы [1, 2].

Важность современных исследований, опосредованно связанных с алекситимией и ее избыточными проявлениями в молодом возрасте, определяется необходимостью изменения образовательных программ и поисков новых форм психологического сопровождения, направленного на социальную адаптацию и гармоничное личностное развитие в молодом и подростковом возрасте [5, 14, 15].

БРЕЛЬ Елена Юрьевна — кандидат психологических наук, доцент, старший научный сотрудник лаборатории когнитивных исследований и психогенетики Национального исследовательского Томского государственного университета (e-mail: brelelena@mail.ru).

СТОЯНОВА Ирина Яковлевна — доктор психологических наук, старший научный сотрудник, ведущий научный сотрудник отделения аффективных состояний Научно-исследовательского института психического здоровья Томского национального исследовательского медицинского центра РАН (e-mail: Ithka1948@mail.ru).

© Брель Е. Ю., Стоянова И. Я., 2018

В настоящее время в рамках пока еще немногочисленных психологических исследований, которые базируются на теории поколений, у молодых людей отмечаются когнитивные и коммуникативные особенности, опосредованно свидетельствующие о накоплении алекситимических проявлений [8]. Так, рассматривая психологические характеристики поколения Z, или «детей мультимедийных технологий», снижающие возможности усвоения учебного материала, исследователи отмечают особенности познавательной сферы, которые проявляются в клиповом мышлении, значительном снижении устойчивости и концентрации внимания, преобладании кратковременной памяти и снижении долговременной.

Исследователи не дают однозначного определения клипового мышления, подчеркивая, что это процесс отражения свойств объектов, характеризующийся фрагментарностью информационного потока, алогичностью, полной разнородностью поступающей информации, высокой скоростью переключения фрагментов информации, отсутствием целостной картины восприятия окружающего мира. У подростков прослеживается тенденция, проявляющаяся в неспособности системно воспринимать информацию, системно мыслить и излагать свои мысли. Клиповое мышление предполагает упрощение информации, снижение способности к анализу и формированию проектного мышления [7, 9]. С другой стороны, клиповое мышление может использоваться как защитная реакция организма на информационную перегрузку.

Исследователи отмечают изменения восприятия у современных подростков. Школьники, проводящие много времени за компьютером, получают определенную депривацию, т. е. лишаются отдельных сенсорных сигналов, которые связаны с окружающим миром, включая запахи, прикосновения, телесный контакт [10].

По данным литературных источников, наибольшая уязвимость молодых людей цифрового поколения определяется их личностными особенностями. Исследователями отмечаются такие проявления, как зависимость от цифровых технологий, социальная инфантилизация, снижение способности к прямой коммуникации, доклинические формы аутизации (интровертированный индивидуализм) [11, 12]. Крайней формой проявления психологических особенностей нового поколения считаются определенные психологические синдромы: гиперактивность как результат клипового мышления, повышенная возбудимость, впечатлительность, неуправляемость, повышенная конфликтность.

Другая черта поколения Z — склонность к аутизации. Аутизация как способ взаимодействия с миром людей, с детства погруженных в себя и неспособных общаться с окружающими, выступает своего рода защитой от проблем современного образа жизни, способом отгораживания от мира, что, по сути, является способом десоциализации. Представители поколения цифровых технологий менее общительны, погружены в себя, в свой виртуальный мир и фантазии, т. е. более интровертированы. Базовая личностная черта — инфантилизм. Он проявляется в том, что подростки становятся менее ответственными и исполнительными, они не готовы признавать свою вину за срывы и некачественное выполнение заданий [11, 12].

Рассматривая проявления агрессивности и тревожности, авторы выделяют исследования, в которых выявлено снижение уровня агрессивности относительно нормы, характерной для старших поколений, повышение уровня тревожности и депрессивности у подростков [6].

В отношении тревожности и депрессивности отмечается, что компьютеры меняют телесный контакт между людьми. У человека любого возраста существует потребность в тактильных ощущениях, развитии телесных переживаний. Дефицит телесных ощущений на уровне реальных контактов приводит к усилению депрессивности и тревожности [12, 13]. Таким образом, выделенные исследователями психологические характеристики поколения Z так или иначе связаны с проявлениями алекситимии как неспособности распознавать и идентифицировать эмоциональные проявления (переживания, чувства) у себя и других [2–4]. Проведенное нами исследование дополняет информацию, полученную из литературных источников.

Материалы и методы исследования. Общая выборка испытуемых составила 384 человека в возрасте от 12 до 20 лет (203 девушки и 181 юноша). Анализ медицинских карт и беседа с классными руководителями и кураторами студенческих групп позволили нам зафиксировать у респондентов отсутствие хронических соматических заболеваний. По результатам самоотчетов все испытуемые оценили свое состояние как «хорошее» и «вполне удовлетворительное». Исходя из определения здоровья как «состояния физического, душевного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней или физических дефектов», а также полученных о респондентах сведений, мы относим их к категории «практически здоровых».

Психодиагностическая работа проведена с применением Торонтской алекситимической шкалы (TAS), характерологического опросника Г. Шмишека, шкалы тревожности Дж. Тейлор, теста-опросника А. Басса и А. Дарки, теста-опросника способности к эмпатии И. М. Юсупова, опросника Г. Айзенка.

Для определения уровня образованности испытуемых применяли метод экспертных оценок. В качестве критериев уровня образованности мы использовали:

- уровень качественной успеваемости (устанавливали на основании анализа первичной документации: классных журналов и ведомостей с семестровыми отметками);
- уровень познавательной активности (выясняли при посещении занятий, проведении бесед с преподавателями, классными руководителями, кураторами групп и самими испытуемыми);
- особенности планирования дальнейшей образовательной или профессиональной стратегии развития (определяли на основе анкетирования испытуемых).

Оценка уровня образованности каждого испытуемого по каждому из критериев является результатом усредненной оценки, полученной на основе данных нескольких экспертов.

Первичные эмпирические данные, полученные при проведении этих исследований, подвергнуты обработке при помощи методов математической статистики (определение достоверности различий по *t*-критерию Стьюдента, корреляционный

анализ по критерию ранговой корреляции Спирмена, факторный анализ образов с косоугольным вращением промакс).

Результаты исследования и обсуждение. Результаты диагностики степени выраженности алекситимии в структуре личности респондентов представлены в табл. 1.

Таблица 1

Выраженность алекситимии по Торонтской алекситимической шкале

Степень выраженности алекситимии	По всей выборке	Юноши	Девушки
Выражена	141 / 36,7	75 / 41,4	66 / 32,5
Промежуточные данные	130 / 33,9	57 / 31,5	73 / 36,0
Не выражена	113 / 29,4	49 / 27,1	64 / 31,5

Примечание. В числителе дроби — количество респондентов (чел.), в знаменателе — данные в процентах.

Очевидно, что алекситимия выражена больше у юношей, чем у девушек (41,4 % и 32,5 % соответственно).

Дальнейшая диагностика с применением описанных методик позволила зафиксировать, что при выраженной алекситимии:

— юноши демонстрируют статистически более высокие показатели по тревожному ($t = 2,13$) и возбудимому ($t = 2,0$) типам акцентуаций характера, чем низкоалекситимичные; высокоалекситимичные девушки демонстрируют статистически более высокие показатели по гипертимному ($t = 3,17$), неуравновешенному ($t = 2,15$), циклоидному ($t = 2,37$), демонстративному ($t = 2,76$), возбудимому ($t = 3,24$) и дистимическому ($t = 2,61$) типам;

— по шкале тревожности Дж. Тейлор у юношей статистически достоверно более высокие показатели ($t = 3,28$), у девушек отмечена та же тенденция ($t = 4,57$);

— по опроснику А. Басса и А. Дарки у юношей зафиксированы статистически более высокие значения по шкалам физической агрессии ($t = 2,46$), раздражения ($t = 3,21$), обиды ($t = 2,15$), подозрительности ($t = 2,1$), у девушек — по шкалам физической агрессии ($t = 3,32$), раздражения ($t = 4,48$), негативизма ($t = 2,92$), обиды ($t = 4,43$), подозрительности ($t = 2,38$);

— по опроснику Г. Айзенка у юношей зафиксированы статистически более высокие значения по шкале нейротизма ($t = 3,06$), у девушек — по шкалам экстраверсии ($t = 2,19$) и нейротизма ($t = 4,45$);

— по всем шкалам опросника И. М. Юсупова и у юношей и у девушек значения статистически более низкие.

Далее изучение структуры алекситимических составляющих рассматривали с помощью применения факторного анализа образов. В выборке «практически здоровых» испытуемых эмпирически обнаружено, что 32 факторизуемых параметра можно сгруппировать в 8 смысловых факторов, объясняющих 60 % всей возможной дисперсии смыслов.

В первый фактор с положительными высокими значениями вошли такие шкалы, как агрессивность (0,87), негативизм (0,68), раздражительность (0,66), физическая агрессия (0,65) и вербальная агрессия (0,61). Семантическое единство этих шкал позволяет дать данному фактору название «Проявленная агрессивность». По отношению к алекситимии этот фактор можно считать проявлением компенсаторных механизмов: недостаточная эмоциональная чувствительность и, возможно, осознание некоторой неадекватности собственных реакций по отношению к интересам и переживаниям партнеров по коммуникации порождает внутреннее возбуждение. Это возбуждение создает когнитивный резонанс поведенческих реакций в виде физической и вербальной агрессии, направленной на ближайшее окружение. Скорее всего, каузальность собственных действий не осознается, а «виноватыми» оказываются партнеры по коммуникации, спровоцировавшие подобные реакции. Это подтверждается выраженным негативизмом и увеличенной раздражительностью.

Во втором факторе со значимыми отрицательными вкладами находятся все показатели эмпатийного опросника И. М. Юсупова: общая эмпатия (0,98), эмпатия по отношению к незнакомым (0,70) и к детям (0,70), эмпатийные переживания по отношению к животным (0,66), старикам (0,59), героям художественных произведений (0,58) и к родителям (0,55). Кроме этих показателей во втором факторе с большим вкладом находится показатель эмотивности (0,43). Данный фактор можно назвать «Гипоэмпатийные переживания». Очевидно, что у значительной части респондентов алекситимия проявляется в сниженной способности к сочувствию и состраданию ко всему, что их окружает. На наш взгляд, это обусловлено такой психологической характеристикой алекситимии, как общее снижение эмоциональной чувствительности человека по отношению к себе и, как следствие, по отношению к окружающему миру. Эмоционально тонкое восприятие чужого состояния становится невозможным при отсутствии способности к идентификации собственных эмоций.

Третий смысловой фактор структуры алекситимии объединяет со значимыми вкладами высокую гипертимичность (0,81), экстравертированность (0,76), выраженную демонстративность (0,63) и отсутствие дистимических реакций (-0,47). Мы назвали этот фактор «Экстравертированная гипертимность», так как экстравертированная направленность личности задает «внешний» вектор эмоциональных переживаний, а повышенная чувствительность к стимулам, предъявляемым ближайшим окружением, создает содержание и насыщенность этих переживаний. Определенно можно утверждать наличие эффекта «эмоционального отзеркаливания», который проявляется в поверхностно-демонстративном поведении в ситуации рефлексии — алекситимичности. Это попытка сохранения личностной аутентичности, которая, судя по отсутствию дистимических реакций, является достаточно успешной.

Четвертый фактор был назван «Возрастные особенности» проявления алекситимии. Два самых больших и единственно достоверных вклада — это шкалы возрастного интервала (0,84) и уровня образованности (0,69). Дополнительные недостоверные, но все же высокие вклады обнаружены по шкалам демонстративности

(0,30), эмпатии незнакомым людям (0,23), эмпатии старикам (0,21), чувства вины (-0,21) и эмпатии родителям (0,21). На определенном этапе взросления у респондентов появляется демонстративность поведения, но вместе с этим молодые люди научаются эмпатии. В более раннем возрасте (12–13 лет) подростки не способны понять переживаний и чувств людей старшего поколения, в том числе и своих родителей. Некоторые психологи, работающие в области возрастной психологии, даже постулируют «конфликт поколений» в качестве одной из особенностей подросткового возраста: ребенок в поиске самоидентичности неизбежно противопоставляет себя уже известным, сложившимся в семье нормам поведения и самореализации. Отсутствие эмпатии к родителям в раннем подростковом возрасте просто неизбежно. Этой же особенностью можно объяснить и отсутствие эмпатии к незнакомым и малознакомым людям: сказываются установки, формируемые в детстве, — «с незнакомыми нельзя разговаривать», «доверять незнакомым людям опасно» и т. д. Складывается противоречивая ситуация: старым отношениям уже не доверяют, а новым еще не доверяют. И то и другое выходит из области сопереживания. С завершением подросткового возраста возвращается эмпатия к родителям и старикам и появляется эмпатия к незнакомым людям. Возрастная динамика переживания чувства вины заключается в его уменьшении с увеличением возраста респондентов с 12 до 20 лет. Феноменология вины, возможно, связана с осознанием несоответствия собственным или чужим ожиданиям. В раннем подростковом возрасте это ожидания и требования со стороны родителей и учителей; в юношеском — требования к самому себе. Со сменой референтной группы в индивидуальном коммуникативном пространстве личности происходит переоценка значимости ожиданий со стороны, и акцент смещается все больше в сторону внутреннего локуса контроля.

Пятый фактор включает следующие шкалы с большими вкладами: неуравновешенность (0,77), циклоидность (0,55), педантичность (0,52), чувство вины (0,51), экзальтированность (0,44), дистимические реакции (0,41). Этот фактор был назван «Экзальтированная неуравновешенность». Алекситимические расстройства характеризуются разнообразными особенностями. Семантическое пространство понимания алекситимии, обозначенное в пятом факторе, скорее всего, свидетельствует об активном осознании респондентами собственной эмоциональной нечувствительности, что и находит отражение в повышенном чувстве вины, циклоидности и неуравновешенности. Такое сочетание характеристик можно назвать личностным аутопоэзисом системы психологических особенностей коммуникации. Иначе говоря — это отчаянная попытка самосохранения психологического равновесия и гармонии. По всей вероятности, эта стратегия компенсации не является эффективной: ощущая вину и проявляя экзальтированную педантичность, невозможно выстроить «ровные» эмоциональные коммуникации. К тому же такому аутопоэзису мешает проявление циклоидности, что неминуемо приводит респондентов к дистимии. По силе эмоционального напряжения фактор «экзальтированной неуравновешенности» является самым значительным из всех смысловых факторов алекситимического расстройства личности.

В шестой фактор со значимыми вкладами вошли такие шкалы, как тревожность по Г. Шмишеку (0,76), нейротизм (0,72), тревожность по Дж. Тейлор (0,72) и экзальтированность (0,47). Поэтому этот фактор был назван «Тревожные переживания». Тревожность присутствует в структуре алекситимии в качестве одного из важных факторов, который связан с сильной нервной системой и влияет на интерсубъективные переживания личностью собственной эмоциональной нечувствительности. Появление высокой тревожности, скорее всего, связано не с ситуативными, а с личностными особенностями, более устойчивыми по природе и типологическими по этимологии. Коммуникативная активность, в силу высокого нейротизма, способна вызвать доминирующие тенденции, имеющие либо экстернальную, либо интернальную направленность. В случае интровертированности личности респондентов фактор «Тревожные переживания» остается внешне непроявленным и способен привести к депрессивным состояниям и аутизму. При экстравертированности, наоборот, тревожность будет иметь внешнее выражение в виде повышенного беспокойства о себе и о партнере по коммуникации.

Седьмой фактор представлен всего тремя значимыми вкладами — это обида (0,80), враждебность (0,64) и косвенная агрессия (0,40). Мы назвали этот фактор алекситимии «Враждебная обида», так как соответствующие шкалы имеют самые большие и достоверные вклады. Некоторые участники исследования проявляют обиду на партнеров по коммуникации, что может быть связано с неумением рефлексировать собственные эмоциональные переживания. Скорее всего, эмоциональное воздействие со стороны воспринимается неадекватно, порождая враждебность и косвенную агрессию. Такая агрессивность не выражается в виде внешних реакций, а имеет тенденцию накапливаться в качестве внутреннего переживания, что, в свою очередь, создает эффект подавленности и отстраненности и воспринимается окружающими как общая враждебная настроенность.

Восьмой смысловой фактор объединяет в единое семантическое поле шкалы подозрительности (0,79), враждебности (0,62) и вербальной агрессии (0,43). По смысловому содержанию этот фактор похож на первый, с небольшими отличиями в способе проявления агрессии. Он был назван «Подозрительная враждебность»: некоторые респонденты с алекситимией выработали оборонительную реакцию на эмоциональную область коммуникативных взаимодействий, они как бы изначально готовы негативно отреагировать на эмоциональное воздействие со стороны. Такие подростки и юноши подозрительно относятся к глубоким эмоциональным контактам и враждебно воспринимают упреки в свой адрес. На уровень физической агрессии эта враждебность не выходит, но вербальная агрессивность присутствует явно.

Поскольку мы предполагали изучить развернутую структуру алекситимии с коррелирующими параметрами, дополнительно был проведен анализ взаимосвязи факторов алекситимии (табл. 2).

Представляется логичной прямая зависимость между факторами «Проявленная агрессивность» и «Подозрительная враждебность» ($r = 0,31$), поскольку при внутренне враждебном отношении к окружающему миру открытые агрессивные реакции можно рассматривать как форму доступного индивиду примитивного

поведения. Подтверждением этого служит обратная зависимость между факторами «Проявленная агрессивность» и «Гипоэмпатийные переживания». При выраженных способностях к сочувствию, сопереживанию, способности к идентификации эмоционального состояния партнера по общению спектр возможных стратегий поведения расширяется, а не ограничивается только враждебно-агрессивным стилем реагирования.

Таблица 2

Корреляции между факторами алекситимии

	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4	Фактор 5	Фактор 6	Фактор 7	Фактор 8
Фактор 1	1,00	-0,60	0,01	-0,31	-0,26	-0,05	0,21	0,31
Фактор 2	-0,60	1,00	-0,06	0,01	-0,12	-0,15	-0,28	-0,30
Фактор 3	0,01	-0,06	1,00	0,02	-0,28	-0,42	-0,16	-0,15
Фактор 4	-0,31	0,01	0,02	1,00	-0,08	-0,18	-0,12	-0,26
Фактор 5	-0,26	-0,12	-0,28	-0,08	1,00	0,18	-0,07	-0,11
Фактор 6	-0,05	-0,15	-0,42	-0,18	0,18	1,00	0,08	0,05
Фактор 7	0,21	-0,28	-0,16	-0,12	-0,07	0,08	1,00	0,14
Фактор 8	0,31	-0,30	-0,15	-0,26	-0,11	0,05	0,14	1,00

Примечание. Факторы: 1 — проявленная агрессивность; 2 — гипоэмпатийные переживания; 3 — экстравертированная гипертимность; 4 — возрастные особенности; 5 — экзальтированная неуравновешенность; 6 — тревожные переживания; 7 — враждебная обида; 8 — подозрительная враждебность.

Важно, что фактор «Возрастные особенности» также отрицательно коррелирует с фактором «Проявленная агрессивность». То есть при естественном физиологическом и социальном взрослении, а также повышении уровня образованности склонность к открытой агрессии снижается.

Выводы

Как показало проведенное нами исследование, структура алекситимии достаточно многогранна. Для глубокого и полного понимания психологической сущности данной характеристики недостаточно знания только о возможной степени выраженности ее в структуре личности. Необходимо понимать ее основные взаимосвязи с другими психологическими характеристиками, неизбежно приводящие к нарушениям социальной адаптации и нарушениям психического здоровья.

Признание алекситимии как одного из неспецифических факторов риска развития психосоматических заболеваний позволяет рассматривать мероприятия по ее психологической профилактике как часть программы по снижению соматизации [13]. Данный аспект исследования имеет важное значение в контексте понимания природы и специфики развития психосоматических механизмов реагирования индивида при его взаимодействии с окружающим миром.

Учитывая данные о крайне затрудненном непосредственном воздействии на алекситимию мероприятий по психологической коррекции и психотерапии, психологам, работающим с алекситимичными подростками, следует строить свою работу опосредованно и поэтапно. Плановая организация работы по психологической коррекции тревожности, развитию эмпатийных способностей, вербализации эмоций, социализации агрессивности выступает в данном случае как способ психологической превенции формирования алекситимических проявлений.

1. Брель Е. Ю., Стоянова И. Я. Феномен алекситимии в клиничко-психологических исследованиях // Сиб. вестн. психиатрии и наркологии. 2017. № 4. (97). С. 74–81.
2. Гаранян Н. Г., Холмогорова А. Б. Концепция алекситимии // Журн. социальной и клинической психиатрии. 2003. № 1. С. 128–145.
3. Есин Р. Г., Горобец Е. А., Галиуллин К. Р., Есин О. Р. Алекситимия — основные направления изучения // Журн. неврологии и психиатрии. 2014. Т. 114, № 12–1. С. 148–151.
4. Игумнов С. А. Алекситимия как фактор риска развития аддиктивного поведения молодежи // Психическое здоровье человека XXI века : сб. науч. ст. по материалам конгресса, Москва, 7–8 окт. 2016 г. М., 2016. С. 49–51.
5. Коатс Дж. Поколения и стили обучения. Москва ; Новочеркасск, 2011.
6. Левинунова Е. Н. Взаимосвязь агрессивности и алекситимически подобных проявлений личности // Философия образования. 2010. № 2. С. 233–240.
7. Селюкова М. А. Развитие социальной компетенции как ведущее направление в работе школьной социально-психологической службы с подростками // Эксперимент и инновации в школе. 2011. № 6. С. 71–77.
8. Сиденко Е. А. К вопросу адаптации младшего и старшего подростка в социуме // Эксперимент и инновации в школе. 2011. № 6. С. 3–9.
9. Сиденко Е. А. Особенности старшего подросткового возраста // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2011. № 2. С. 30–32.
10. Солдатова Г. В., Зотова Е. Ю., Чекалина А. И., Гостимская О. С. Пойманные одной сетью: социально-психологическое исследование представлений детей и взрослых об Интернете / под ред. Г. В. Солдатовой. М., 2011.
11. Солдатова Г. В., Нестик Т., Рассказова Е., Зотова Е. Ю. Цифровая компетентность российских подростков и родителей: результаты всероссийского исследования. М., 2013.
12. Солдатова Г. В., Зотова Е. Ю., Лебешева М., Шляпников В. Интернет: возможности, компетенции, безопасность : метод. пособие для работников системы общего образования. Практикум. Ч. 2. М., 2013.
13. Урванцев Л. П. Алекситимия как фактор психосоматических заболеваний. Ярославль, 2000.
14. Юткина О. С. Изучение алекситимии у детей школьного возраста // Современные проблемы науки и образования. 2017. № 2. С. 68.
15. Joukamaa M. A., Taanila J., Miettunen J. T. et al. Epidemiology of alexithymia among adolescents // Journal of Psychosomatic Research. 2007. Vol. 63. P. 373–376.

Статья поступила в редакцию 08.03.2018 г.

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

УДК 008 + 71:94 + 81'33

Т. Ю. Быстрова

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПОНЯТИЯ «КУЛЬТУРАЛЬНАЯ РЕГЕНЕРАЦИЯ ТЕРРИТОРИИ»*

В статье производится определение границ понятия «культуральная регенерация территории». С опорой на работы отечественных и зарубежных теоретиков и практиков в области регенерации территорий раскрыта специфика культурального подхода к выявлению социокультурного потенциала территории. Показано методологическое родство действий по культуральной регенерации идеям «культуральной истории». Приведены примеры культуральной регенерации в России (Хвалынский) и Германии (Рурская область).

Ключевые слова: прикладная культурология; регенерация территории; культуральная регенерация; культуральная история; микроистория; градостроительство; актуализация объектов историко-культурного наследия.

Актуальность междисциплинарных исследований не отменяет стремления к понятийной и методологической четкости. Между тем некоторые широко употребляемые элементы современного научного дискурса несут в себе массу смысловых оттенков — парадигмальных, ценностных, методологических и т. п., но их емкость как бы затемнена частотой словоупотребления. К подобным «терминоидам»¹, вообще не упоминаемым в некоторых словарях по архитектуре (например, в [20], но это не единичный случай), пока можно отнести и слово

*Работа выполнена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 17-22-07001 «Комплексный алгоритм культуральной регенерации малых промышленных городов в контексте агломерационных процессов России и Европы».

¹ Согласно Викисловарию, терминоид — это «специальная лексема, используемая для называния недостаточно устоявшихся (формирующихся) и неоднозначно понимаемых понятий, не имеющих четких границ, а значит, и дефиниций».

БЫСТРОВА Татьяна Юрьевна — доктор философских наук, доцент, профессор кафедры культурологии и дизайна Уральского федерального университета, профессор Екатеринбургской академии современного искусства (email: Taby27@yandex.ru).

© Быстрова Т. Ю., 2018

«регенерация», используемое в отношении промышленных территорий [9], объектов исторического наследия [8], городов и территорий [18, 21].

Еще сложнее дело обстоит, когда к этому слову добавляется прилагательное, в нашем случае речь пойдет о культуральной регенерации. Далее показано, что это не вполне привычное словосочетание обладает содержанием, необходимым для процессов сохранения и актуализации историко-культурного наследия городов и территорий, способствующих их социально-экономическому развитию и выявлению (усилению) идентичности. Для того чтобы данный тезис выглядел убедительным, нам необходимо: 1) понять специфику регенерации как территориального процесса, в том числе в сравнении с реновацией (Е. Асс), реабилитацией (К. В. Лазарев), восстановлением (Г. В. Бабенко), трансформацией (Е. В. Демидова), конверсией (Г. В. Миц) и другими смежными процессами; 2) показать собственное исследовательское и проектное «поле» культуральной регенерации, не совпадающее с пространством деятельности культурных институций; 3) увидеть концептуальные связи культуральной регенерации с культуральной историей [4], экономикой и другими дисциплинами, включающими в название это прилагательное, в том числе в русскоязычных источниках; 4) конкретизировать, т. е. пояснить, что представляют собой элементы или этапы этого процесса.

Зачем использовать термин «регенерация» в отношении территории, включая ее социокультурные процессы?

Российские монографии и учебные пособия по градостроительству и архитектуре вплоть до начала 2000-х гг. используют понятия классической парадигмы, при этом чаще всего речь идет о планировании, формировании и управлении. Эти термины показывают, что город или территория рассматриваются как пассивный объект приложения усилий профессионалов.

Смещение акцентов с «пространства города» на «городскую ткань» в начале 2000-х гг. симптоматично: в отличие от достаточно индифферентного и потому четко зонированного «пространства», «ткань» интерпретируется как нечто *целостное, динамичное* и вместе с тем *неоднородное*. В ней могут быть физические и семантические разрывы. О последних примерно в этот же период начинают говорить культурологи и специалисты по социологии города. Безусловно, их лидером выступает Дж. Джекобс, постоянно употребляющая в известной работе 1961 г. биологическую лексику в отношении к городу, как в позитивном, так и в негативном ключе: «Улицы и их тротуары, основные общественные места города, являются его наиболее жизненно важными органами»; города «похожи на джунгли»; одни улицы опасны, другие нет и т. п. [7, 3–9]. Ж. Бодрийяр — в большей степени метафорически — говорит об отбросах и пустынях, в особенности у границ городов [5]. Опираясь на эти авторитетные позиции, даже консервативно настроенные проектировщики постепенно начинают менять лексику. К началу 2010-х гг. кажется естественным говорить о городе с использованием динамических понятий типа «трансформации», хотя тезаурус градостроительной документации до сегодняшнего дня остается неизменным. Территория (в особенности город) понимается

как все более и более активная, а значит, и индивидуально окрашенная целостность [19]. Логика социальных процессов и логика теории совпадают в вопросе Р. Флориды «*Кто твой город?*», выводя на первый план гуманитарное понимание города как открытой многоуровневой самоорганизующейся системы. В рамках этого подхода уместны любые заимствования из лексики наук о жизни, включая интересующее нас слово «регенерация».

Что же следует из использования термина «регенерация» в парадигмальном и методологическом плане?

Во-первых, признание за городом или территорией статуса живого (целостного и изменчивого) организма, части которого взаимодействуют друг с другом, влияют друг на друга. По определению влиятельного американского урбаниста Р. Флориды, в XXI в. города являются «фундаментальными экономическими, политическими и социальными организационными единицами» [19] и берут на себя ответственность за устойчивое развитие в целом. При таком подходе ведущее место в рассмотрении или организации территориальных либо городских процессов занимают не отдельные автономные единицы, а связи между ними. Здесь возникает отчетливая разница с порой синонимично используемыми терминами «реконструкция» и «реновация», в которых имплицитно присутствует технологический взгляд на место как механизм. Ближе всего к исследуемому нами термину оказывается «реабилитация». Что касается уже упомянутых «трансформации» или «конверсии», то их смысловой ареал не имеет направления, вектора, который может быть прочувствован или визуализирован специалистами и жителями.

Во-вторых, происходящий сегодня уход от чисто модернизационной доктрины и нацеленность на раскрытие / переосмысление потенциала того, что уже есть на территории, включая, к примеру, историко-культурное наследие [12, 17, 24, 26]. В этом смысле проект, реализуемый сегодня на площадке ЗИЛа в Москве, хотя и именуется «градостроительной реабилитацией», не соответствует ее критериям хотя бы потому, что заводские здания, все инженерные коммуникации, а также большая часть почвы просто сняты, разрушены или вывезены с бывшей заводской территории.

В-третьих, помещение территории в систему исторических координат. Речь не только о связи с прошлым, которую подразумевает приставка «ре-». При взгляде на территорию или город как процесс появляется возможность прогнозировать, моделировать, думать об их ближайшем и отдаленном будущем, а также включать в «историю» ближайшее прошлое, видеть диахроничность развития отдельных частей или объектов [25] и т. п.

На начальном этапе работы можно воспользоваться инструментарием системного подхода. Если ставится задача регенерации территории (бывшей промышленной территории, городского района, территории транспортных коммуникаций и т. п.) или даже целого города (особенно в отношении моногородов), то понимание города как открытой многоуровневой динамической системы приводит нас к видению регенерации, прежде всего, как восстановления целостности («живости») этой территории, ее образа жизни, ценностей, технологий [15], равно как и ее внешних связей с окружающим миром. На разных уровнях, от экологического

до ценностно-смыслового, территория «возвращается» в большее по масштабу целое, даже при условии полной или частичной смены ее функций. Ее способность к интеграции обусловлена максимальным учетом внешних обстоятельств и связей. Иначе говоря, направления реабилитации не задаются произвольно, как это бывает в стандартных проектах перепрофилирования бывших промышленных зон в жилые микрорайоны. Они закономерно вытекают из потребностей целого. Соответствие этим потребностям гарантирует активность взаимодействий и коммуникаций, приводящую к «оживлению».

Еще одной методологической составляющей выступает не всегда проговариваемый практиками семиотический подход в русле исследований Д. С. Лихачева. Во введении к «Поэзии садов» он сетует на жесткость и недопустимость требований, предъявляемых историками архитектуры к структуре и содержанию садов и парков. В противоположность подходу, ставящему во главу угла «композицию» и «приемы», Д. С. Лихачев предлагает взгляд на сад как на содержательную эстетическую систему, включающую не только эмблематику, но и психологию, и связь с «эстетическим климатом» той или иной эпохи [11, 10–11]. Эти идеи актуальны еще и потому, что исследователь подчеркивает именно «живость» сада в сравнении со статичным архитектурным взглядом на него.

Дисциплинарные связки и содержание понятия «культуральная регенерация»

Как верно отмечает В. Р. Крогиус, в разных странах понятие «регенерация» трактуется по-разному [8]. В России чаще всего так обозначается бережное отношение к историко-культурному и историко-архитектурному наследию. С 2002 г. это слово входит в текст Федерального закона «Об объектах культурного наследия» (№ 73-ФЗ, ст. 34, ч. 2); в нем «сохранение и регенерация историко-градостроительной или природной среды» характеризуются как цель строительных действий на территории охранных зон объектов культурного наследия.

Статус закона усиливает значимость слова и одновременно вводит его в контекст институциональных охранных действий, ориентированных на универсальные решения. Однако специалисты-практики понимают этот процесс исключительно как восстановление утраченных частей здания, что, на наш взгляд, не только сужает его содержание, но и умножает вопросы. Как быть, если утраченное неизвестно или неинтересно? Нельзя ли добиться синтеза исторически сложившегося и вновь создаваемого? Чем определяются границы изменения в этом случае?

Сравнение с текстами авторов из других стран показывает, что «регенерация» часто сопровождается словами «culture-led» («ведомая культурой»), «культурная политика», «креативная экономика», «демократизация», «идентичность», «коллаборация», «создание комьюнити», «брендинг», «нарратив» и др. [17, 18, 22, 24]. Как сказано в одном из определений, она «обеспечивает рамки, создающие правильные условия, внутри которых местные жители могут восстановить право собственности на свое чувство пространства и места и, возможно, что более важно,

на собственное чувство истории» [17, 3]. Подчеркивающий значение коммуникаций и творчества, включенности в повседневность и ментальность, этот круг понятий ближе к постнеклассическому дискурсу, прежде всего, к исследованиям *культуральной истории* [4, 10] и схожим исследовательским направлениям, правда, не всегда уделяющим достаточное внимание процессам материальной культуры. Он же задает постановку вопроса «как это осуществить?» там, где отечественные источники ограничиваются проговариванием того, «что» представляет собой регенерация в целом и культуральная регенерация в частности.

Оставим в стороне определения на уровне подбора синонимов, типа «регенерация — восполнение утрат исторической застройки». (Почему только исторической? Как можно «восполнить» и что такое «восполнение»?)

Подискутируем с авторами, сводящими «culture-led» только к руководству со стороны тех или иных культурных институций, как то: министерство туризма, министерство образования и т. п. [1, 23], а регенерацию — исключительно к экологической безопасности [14]. В регенерационных проектах велика роль самих жителей территории и акторов «среднего звена» — дирекций фестивалей, кураторов выставок, инициативных групп, малого бизнеса и т. п. (В подтверждение сошлемся на К. Бейли, который при анализе ценностей территории предлагает триады «имманентное — инструментальное — институциональное» и «общественное — политическое — профессиональное» [17, 4]). Экологическая же безопасность является первым, но далеко не единственным шагом на пути к регенерации территории.

Согласимся с невозможностью ограничить содержание деятельности по регенерации только работой над отдельным архитектурным объектом. Если автор констатирует: «...применительно к памятникам и ансамблям, по нашему мнению, следует скорее придерживаться строгой словарной трактовки термина, а именно: “восстановления утраченных частей, возвращения к исходному состоянию и свойствам”» [8] (практически консервация, см. [16]), то уместно далее определить методологические и концептуальные основания этих действий. В свою очередь, они задают последовательность шагов по регенерации и ее пределы, о которых часто спрашивают эксперты. Можно ли достраивать жилой дом XIX в., делая его боковой фасад в два раза длиннее, можно ли под видом регенерации ставить вместо флигеля пятиэтажный корпус [Там же]? И, наоборот, оставлять ли цеховые постройки на бывшей заводской территории? Чем заполнять пространство закрытой шахты [6]? Представляется, что именно следование логике «культурального поворота» способно добавить содержательности термину «регенерация» и в дальнейшем помогать специалистам более обоснованно отвечать — хотя бы для себя — на эти вопросы.

Поскольку мы говорим о городах, зданиях, объектах, т. е. материальных *формах*, можно отталкиваться от замечательной фразы архитектора З. Гидеона, цитируемой П. Берком: «для историка не существует банального», потому что «орудия и объекты вырастают из фундаментальных установок по отношению к миру» [4, 117–118]. Тот же П. Берк критикует конструктивизм, настаивая на объективном, хотя и видоизмененном, взгляде на историю. Если спроецировать это

на предмет нашего исследования, то можно увидеть, что логика формы невероятно точно фиксирует психологические, ментальные, ценностные и другие особенности ее создателя. Планировка, композиция, ширина проезжей части или тротуара, степень физической открытости или закрытости, учет или неучет рельефа и ландшафта, визуальная ясность и информативность, высотность застройки и многие другие параметры диктуются системой ценностей, образом жизни, в конечном счете — картиной мира. *Форма города или здания — точка пересечения культурного и культурального*; ее нельзя произвольно менять физически или волюнтаристски интерпретировать. С пониманием, восстановлением, раскрытием ее уникальных особенностей и связана культуральная регенерация.

Примеры культуральной регенерации территорий

Лучший пример подобного рода деятельности, хотя и не сопровождающейся термином «культуральная регенерация», дает работа мюнхенского архитектора К. Ганзера в Рурской области Германии. Не повторяя опубликованных ранее материалов [6, 26], еще раз приведем сформулированные им принципы работы по обновлению и оживлению территории угольного бассейна с населением около 3 млн человек и богатым набором индустриальных объектов разной степени сохранности. Начиная в 1989 г. деятельность в Emscher park, К. Ганзер закладывает фундамент для отбора перспективных проектов. Он говорит о невозможности для Рурского региона вернуться в «счастливые доиндустриальные» времена, но вместе с тем подчеркивает неотъемлемость индустриального наследия от ландшафта и пейзажа. Для объектов различного масштаба формулируются такие принципы, как «Превратить слабые стороны в сильные», «Сочетать старое и новое», «Не уничтожать следы прошлого». В них развивается общая идея раскрытия потенциала территории, но не декларируется установка на воссоздание внешних форм любой ценой. Собственную деятельность в Emscher park участники процесса характеризуют как культуротворческую, в чем-то превосходящую по объему спонтанно разворачивающийся процесс индустриализации в Руре: «От индустриальной структуры к индустриальной культуре». Они говорят о «перекрестном проектном мышлении» («cross project thinking» [26, 5]), имея в виду координацию многочисленных взаимосвязанных усилий, по сути, формирующих новый культурный слой региона. Наряду с реставрацией и реконструкцией промышленных объектов здесь на протяжении 20 лет реализуются проекты по развитию туризма (до 500 тыс. посетителей в год [27]) и арт-практик, по образованию и формированию сообществ, притом с нарастающей долей их активности и самостоятельности.

Формулировки К. Ганзера предполагают больше изменений, чем просто консервация, при постоянном удержании внимания на сохранении «духа» места. Некоторые объекты сохранялись как символы индустриальной Германии, но перепрофилировались. Так, коксовый завод на территории ландшафтного парка Дуйсбург-Норд куплен в 2005 г. компанией ИКЕА, в нем разместился магазин. Сам этот парк возник в результате усилий К. Ганзера и архитектурного бюро П. Латца (Берлин) по предотвращению действий, разрушавших материальную

культуру и социальную память места. В 1980-х гг. двести гектаров закрытого сталеплавильного комбината компании Thyssen начали полностью расчищать от каких бы то ни было индустриальных «наслоений». В ответ на это архитекторы выдвинули идею достижения (можно сказать, усиления) взаимодействия природы и искусства.

Территории не нужен некий возраст для того, чтобы можно было начать действия по регенерации, как это требуется для установления статуса объекта наследия. Гораздо сложнее и важнее «вытащить» из ее истории и культуры (традиционной, повседневной, заводской, молодежной, песенной, орнаментальной, культуры нравов и т. п.) тот смысловой «сгусток», который интересен сегодняшнему дню и в силу этого может раскрыться в новых условиях.

В очередной раз хочется подвергнуть критике конструктивистский подход к созданию имиджа или бренда территории, когда территория наделяется произвольными значениями по отношению к ее истории и культуре («Кострома — столица Снегурочки» — для города, в котором есть петровская игрушка, лен, Иван Сусанин, сыр и Волга). Я считаю, что надо поддерживать возвращение того, что, возможно, было прежде недооценено жителями, туристами или инвесторами в отношении той или иной территории.

Позитивный опыт, вполне соответствующий критериям культуральной регенерации, удалось увидеть в г. Хвалынске Саратовской области летом 2016 г. В этом небольшом городе (12 тыс. жителей в наши дни) родился и рос К. Петров-Водкин (1878–1939). Его детство совпало с расцветом города, активным строительством частных и общественных зданий, в том числе в стиле модерн. 150-летие со дня рождения художника стало поводом для проведения ряда международных мероприятий, открытия памятника и выставки работ К. Петрова-Водкина, реконструкции стадиона и т. п. Гостям предлагались несколько так называемых «исторических гостиниц», размещенных в каменных купеческих особняках, отреставрированных и частично обновленных. Десятки зданий рубежа XIX–XX вв. были покрашены и прибраны. При этом забытость и «провинциальность» города в XX в. сослужили хорошую службу в плане сохранения сетки городских улиц, этажности, атмосферы. Появилась набережная на берегу Хвалынского моря — водохранилища, которого не было при жизни художника. И хотя она вызывает нарекания некоторых авторов [13], у горожан и гостей есть место для прогулок. Наличие национального парка и находящегося поблизости горнолыжного курорта, а также художественного музея, отреставрированного красивого храма делает город все более привлекательной точкой для внутреннего и въездного туризма, что подтверждают многочисленные публикации в Интернете.

Выводы

Понятие «культуральная регенерация» содержит в себе указание не только на работу с культурными ценностями территории и ее жителей, но и на методологию выявления этих ценностей в истории, быте, повседневной жизни, без предварительного отбора «достойного» и «недостойного». Стереотипы

и неинформированность могут приводить к недооценке тех или иных объектов, но обладающие этой информацией ученые должны инициировать культурные проекты, поскольку входят в круг лиц, за которыми признается «право на территорию» (К. Бейли). Так, сегодня, с опорой на великолепные историко-архитектурные материалы Н. С. Алферова [2], могут происходить переоценка и регенерация заводских сооружений малых городов Урала.

Это понятие позволяет увидеть не только прошлое, но и перспективы [14] территорий с учетом актуализации и развития позитивных тенденций, когда-либо существовавших на ней. Предполагается, что в процессах актуализации активное участие принимают сами жители, а большинство проектов имеют партисипационный характер.

Понятие «культуральная регенерация» уводит специалистов от банальных типовых ходов («синдром Арбатов»), позволяя найти уникальные сюжеты, истории, лица, продукты данного конкретного места. Оно существенно меняет критерии оценки «новодела», возникающего в исторических объектах или рядом с ними, но это уже тема другой статьи.

1. *Абанкина Т. В., Деркачев П. В.* Стратегии повышения эффективности использования объектов культурного наследия // *Вопр. государственного и муниципального управления*. 2016. № 4. С. 45–55.

2. *Алферов Н. С.* Зодчие старого Урала. Свердловск, 1960. 215 с.

3. *Бабенко Г. В.* Градостроительная политика в отношении исторических центров городов: выбор стратегий консервации, восстановления и развития // *Региональная экономика и управление* : [электрон. науч. журн.]. 2017. № 2 (50). URL: <http://eee-region.ru/article/5001/> (дата обращения: 2.05.2014).

4. *Берк П.* Что такое культуральная история / пер. с англ. И. Полонской ; под науч. ред. А. Лазарева. М., 2015. 240 с.

5. *Бодрийяр Ж.* Город и ненависть // *Логос*. 1997. № 9. С. 107–116.

6. *Быстрова Т. Ю.* Реабилитация промышленных территорий городов: теоретические предпосылки, проектные направления // *Акад. вестн. УралНИИпроект РААСН*. 2013. Ч. 1, № 3. С. 21–25; Ч. 2, № 4. С. 21–26.

7. *Джекобс Дж.* Смерть и жизнь больших американских городов. М., 2011. 460 с.

8. *Крогиус В. Р.* К вопросу о трактовке термина «регенерация» [Электронный ресурс] // *Infoisto*. URL: <http://infoisto.ru/razmyshlizmy/termin-regeneratsiya/> (дата обращения: 11.01.2018).

9. *Лазарев К. В.* Методы архитектурно-ландшафтной реабилитации нарушенных территорий : дис. ... канд. арх. М., 2003. 208 с.

10. *Ле Руа Ладюри Э.* Застывшая история / пер. Н. В. Ефремовой // *Thesis*. 1993. Вып. 2. С. 153–173.

11. *Лихачев Д. С.* Поэзия садов: к семантике садово-парковых стилей. Сад как текст. СПб., 1991. 371 с.

12. *Миц Г. В.* Архитектурно-ландшафтная конверсия хозяйственно-промышленных территорий : автореф. дис. ... канд. арх. М., 2006 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/arkhitekturno-landshaftnaya-konversiya-khozyaistvenno-promyshlennykh-territorii> (дата обращения: 23.07.2014).

13. *Павлов К. А.* Хвалынский [Электронный ресурс] // *Российские регионы: взгляд в будущее* : науч.-практ. журн. 2015. № 1. URL: <http://futureruss.ru/traveltogether/travel-russia/xvalynsk.html> (дата обращения: 17.01.2018).

14. *Попкова Ю. Б.* Разработка экономического механизма управления экологической реабилитацией городских территорий : автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2011. 23 с.
15. *Хегберг А.* Трансформация индустриального наследия: достоинства и недостатки. (Культурное наследие: новый взгляд на теорию и практику) // Музей. 2012. № 9. С. 38–46.
16. *Чаморовский К.* Что такое регенерация? [Электронный ресурс] // Архнадзор. 2016. 18 июля. URL: <http://www.archnadzor.ru/2016/07/18/chto-takoe-regeneratsiya/> (дата обращения: 16.01.2018).
17. *Bailey C., Miles S., Stark P.* Culture-led urban regeneration and the revitalisation of identities in Newcastle, Gateshead and the North East of England // *International Journal of Cultural Policy*. 2004. Vol. 10, iss. 1. P. 47–65.
18. *Dinardi C.* Unsettling the role of culture as panacea: The politics of culture-led urban regeneration in Buenos Aires [Electronic resource] // *City, Culture and Society*. 2015. Vol. 6, iss. 2. June. P. 9–18. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877916615000272> (accessed: 13.01.2018).
19. *Florida R.* 11 Reasons the UN Should Make Cities the Focus of Its Forthcoming Sustainable Development Goals [Electronic resource] // *The Atlantic*. Citylab. URL: <http://www.citylab.com/work/2014/04/11-reasons-un-should-make-cities-focus-its-new-sustainable-development-goals/8896/> (дата обращения: 21.01.2018).
20. *Graham B., Garde M.* Introduction To Architecture. Architectural Dictionary of Terms, Movements and Architects [Electronic resource]. URL: https://www.academia.edu/18493571/Architectural_Dictionary_of_Terms_Movements_and_Architects (accessed: 15.01.2018).
21. *Kriken J. L., Enquist Ph., Rapaport R.* *City Building: Nine Planning Principles for the 21st Century*. N. Y., 2010. 272 p.
22. *Lux G.* From industrial periphery to cultural capital? Restructuring to institution-building in Pécs // *Sucháček J.-P., Jeppe J. (eds.)*. *Developments in Minor Cities: Institutions Matter*. Ostrava, 2010. P. 103–126.
23. *Lux G., Horváth G. (ed.)* *The Routledge Handbook to Regional Development in Central and Eastern Europe*. Routledge, 2018. 348 p.
24. *Mullins A.* Reimagining the City, Rewriting Narratives: Music, Suburban Youths, and Inner City Redevelopment in Johannesburg, circa 2015. A thesis submitted to the Faculty of Humanities, University of the Witwatersrand, Johannesburg, in fulfilment of the requirements for the Degree of Master of Arts by Research in Music Johannesburg, 2016. 123 p. [Electronic resource]. URL: https://www.academia.edu/29958915/Reimagining_the_City_Rewriting_Narratives_Music_Suburban_Youths_and_Inner_City_Redevelopment_in_Johannesburg_circa_2015 (accessed: 15.01.2018).
25. *Schicchi S. M. C. da.* The Cultural Heritage of Small and Medium-Size Cities: A New Approach to Metropolitan Transformation in Sao Paulo, Brazil // *Traditional Dwellings and Settlements Review*. 2015. Vol. 17, № 1. P. 40–54.
26. *Seltman G.* Renaissance of an Industrial Region: “Internationale Bauausstellung Emscher Park” — achievements and future model for others [Electronic resource]. URL: <http://www.riss.osaka-u.ac.jp/jp/events/point/P.Seltmann.pdf> (accessed: 03.05.2014).
27. Über zwanzig Jahre IBA Emscher Park, einen Bürgermeister fürs ganze Revier und eine große Bürgerinitiative — Interview mit Christoph Zöpel. 22.06.2009 [Electronic resource] // *Ruhrbarone: Journalisten bloggen das Revier*. URL: <http://www.ruhrbarone.de/uber-zwanzig-jahre-iba-emscher-park-einen-buergermeister-furs-ganze-revier-und-eine-groese-buergerinitiative-interview-mit-christoph-zoepel/2710> (accessed: 02.05.2014).

Статья поступила в редакцию: 24.01.2018 г.

ПРОБЛЕМЫ ЭТНОЦЕНТРИЗМА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЭТНИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ

Рассматривается социокультурная проблема взаимодействия этнической идентичности и этноцентризма. Делается попытка оценить влияние этноцентризма на этническую идентичность в процессе этногенеза и определить, какие направления государственной культурной политики способствуют сохранению культурной памяти и формированию этнической идентичности. Анализируется законодательная база Российской Федерации по этнической культуре и идентичности.

К л ю ч е в ы е с л о в а: этнос; этническая идентичность; этническая культура; этноцентризм; культурная память; межкультурное взаимодействие.

На рубеже XX–XXI вв. стали очевидны два противоположных процесса: с одной стороны, глобализация, приводящая к утрате национальной (этнической) идентичности, с другой — этноцентризм, ставящий во главу угла интересы и приоритеты того или иного этноса. Эти процессы породили противоречия, которые затронули прежде всего межнациональные отношения.

В ходе развития этноса у каждого его представителя складывается определенный образ своего народа, который является носителем каких-то характерных, особенных, свойственных только ему черт. Данная позиция играет решающую роль в формировании этнического мировоззрения и этнической культуры, нередко становясь политической идеологией.

В связи с этим необходимо рассмотреть такие научные понятия, как «этнос», «этническая идентичность», выявить отличительные черты этнической культуры, проанализировать специфику терминов «этноцентризм» и «культуроцентризм» и их влияние на формирование этнической идентичности.

В трактовке социальной философии «этнос — локализованная большая общность людей, консолидированная как форма активной их адаптации к региональным условиям природной среды посредством выработанного уникального способа деятельности — культуры» [13, 538]. Во второй половине XX в. в российской науке возникли дискуссии по проблеме этноса и, соответственно, этнографии. Традиционную этнографическую школу представлял академик Ю. В. Бромлей, который определял этнос как явление «сугубо социальное, доказывая что этнос — это продукт объективного процесса разделения труда, становления и развития экономических и политических общественных структур» [1]. Бромлей утверждал, что у каждого этноса есть общая черта — самоназвание (этноним); другая важная черта — самосознание. По его мнению, качество, которое необходимо для формирования этноса, — социальная устойчивость [1].

Точке зрения Ю. В. Бромлея противостоит концепция Л. Н. Гумилева, в которой этнос рассматривается как результат творческого процесса интенсивного освоения общностью людей уникального природного ландшафта, в процессе которого формируется столь же уникальный «стереотип поведения». Гумилев отмечает также, что для этноса характерно не только осознание своей отличительности, но и противопоставление по принципу «мы» — «не мы» [3, 16–17]. Таким образом, Гумилев доказывает, что «этнос (в частности, народ и народность) — явление не социальное, а природное, с которым нужно считаться» [4, 8–9]. По мнению Л. Н. Гумилева, «этнос — это “человеческий коллектив”, характеризующийся оригинальным стереотипом поведения и неповторимой внутренней структурой» [3, 17]. Каждый этнос — это совокупность пяти признаков: 1) язык; 2) территория; 3) экономическая жизнь; 4) психологический склад; 5) общность культуры [14, 129]. Следовательно, «данное явление и соответствующий ему концепт должны быть — при культурологическом подходе — взяты за основу научного исследования такого понятия как “свой” в противопоставлении “чужие”» [Там же, 128].

Идея осмысления феномена этноса во взаимодействии человека и природы имеет давнюю научную традицию. Этот вопрос рассматривался еще в рамках «географического детерминизма», представители которого обращались к таким феноменам, как «дух народа» (Монтескье), «темперамент рас» (Л. Вольгман), «национальная идея» (Э. Ренан) и др. В России эта идея развивалась в исторической и социально-философской науках, пройдя путь от славянофильства и философии Н. Я. Данилевского и Н. А. Бердяева до современных научных изысканий.

К вопросам идентичности обращаются разные науки: этнология, философия, культурология, психология, социология. Культурология трактует данный термин как «представление человека о своем Я, характеризующееся субъективным чувством своей самостоительности и целостности; отождествление человеком самого себя с теми или иными типологическими категориями (социальным статусом, полом, возрастом, ролью, образом, нормой, группой, культурой)» [9, 238].

В психологии существует мнение, что нормальная идентичность представляет собой сбалансированную систему Я, где индивидом осознаются все Я-образы и они правильно связаны друг с другом. Человек состоит из множества Я-образов, вместе они формируют целостную картину мира [14, 105]. Данные образы, формирующие идентичность, складываются из ряда компонентов, к которым исследователи относят социальное взаимодействие (на уровне социальных институтов, сложившихся в ходе исторического развития общества), мировоззрение и идеологию, господствующие в данный период времени, систему ценностей, передающихся из поколения в поколение.

Немецкий психолог Э. Эриксон в работе «Идентичность: юность и кризис» понимает идентичность как субъективное внутреннее ощущение схожести и единения: «Формирование идентичности предполагает процесс одновременного отражения и наблюдения, процесс, протекающий на всех уровнях психической деятельности, посредством которого индивид оценивает себя с точки зрения того, как другие оценивают его в сравнении с собой в рамках значимой для них типологии» [18, 32].

Этническая идентичность, как отмечает К. С. Гаджиев, формируется на пересечении национально-исторической, социально-психологической, социокультурной, политико-культурной и других сфер [2, 13–14]. Таким образом, идентичность заключается в отождествлении себя с определенными группами в процессе социального взаимодействия. Она имеет многоуровневую структуру, складывается в ходе исторического развития, зависит от преобладающих на данном историческом этапе представлений о человеке и обществе, направленности культурной политики.

Этническая идентичность зависит и от других типов самоидентификации индивида. Она складывается в процессе отождествления индивида не только с этнической группой, но и с другими идентичностями, которые формируются у человека: гражданской, региональной, социокультурной.

Смежным с «этнической идентичностью» понятием является «этноцентризм». У. Г. Самнер определяет этноцентризм как «взгляд на вещи, при котором чья-то собственная группа является центром всего, а все остальные располагаются и рассматриваются, отталкиваясь от него». Последствия данного мировоззрения в том, что «этноцентризм ведет людей к преувеличению и интенсификации в своих народных обычаях всего, что особенно и что отличает их от других» [11]. Представители этноса идентифицируют себя со своей этнической группой и в то же время проявляют некий этноцентризм, выступая носителями определенных уникальных черт. Некоторые исследователи, к примеру А. В. Сергеева, используют синонимичное понятие «культуроцентризм», отмечая, что он возникает из непонимания культуры другого народа из-за разницы в климате, географии, истории (этнообразующие факторы). При этом образ народа складывается из нескольких пластов, таких как:

- 1) общечеловеческие ценности;
- 2) этнические особенности цивилизации (включают в себя правила социального поведения и образ жизни);
- 3) жизненные установки [13].

При становлении этнической идентичности формируется чувство этноцентризма, позволяющее не только отличать свой этнос от другого, но и создавать устойчивые образы другого народа, закрепляя культурную оппозицию «свой – чужой».

Этноцентризм в контексте формирования этнической идентичности развивается в процессе этногенеза. Этноцентрическое мировоззрение первоначально складывается, исходя из начальных попыток идентификации и дифференциации. Затем эта мировоззренческая система усложняется в ходе исторического и культурного развития этноса. В некоторых случаях этническая идентичность приобретает радикальный и агрессивный характер, т. е. развивается этноцентрическое сознание. Этническая идентичность развивается на пересечении нескольких социокультурных сфер, таких как социальные институты, культурная политика, система ценностей и норм. Этническая идентичность может переходить в этноцентризм, когда этнос попадает в кризисную ситуацию, например, проживание на чуждой территории в форме этнического меньшинства. Данная ситуация

характерна и для полиэтнических государств. В этом случае этнические группы пытаются сохранить свое культурное своеобразие, противодействуя полной ассимиляции. Подъем этнического самосознания может усугубить этноцентризм, если не будет гармонизирован политическими мероприятиями в области культуры.

Этнокультурные процессы в современной России носят противоречивый характер, так как налицо кризис этнической идентичности. Анализ законодательной базы РФ показал, что деятельность в рамках формирования этнической культуры и идентичности регламентируется следующими документами: Конституцией Российской Федерации [6], Основами законодательства РФ о культуре [10], Концепцией духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России [7].

Так, статья 19 Конституции РФ гласит: «Государство гарантирует равенство прав и свобод человека и гражданина независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений»; а статья 29 констатирует: «Не допускаются пропаганда и агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду. Запрещается пропаганда социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства» [6].

Основы законодательства Российской Федерации о культуре (в редакции 2017 г.) концентрируют внимание на развитии культурной деятельности в области «...художественных народных промыслов и ремесел, народной культуры в таких ее проявлениях, как языки, диалекты и говоры, фольклор, обычаи и обряды, исторические топонимы. Иной деятельности, в результате которой сохраняются, создаются, распространяются и осваиваются культурные ценности» [10]. Здесь же отмечается, что «народы и иные этнические общности в Российской Федерации имеют право на сохранение и развитие своей культурно-национальной самобытности, защиту, восстановление и сохранение исконной культурно-исторической среды обитания» [Там же].

Основные положения Концепции духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России совпадают с приоритетами государственной культурной политики. Речь идет о «воспитании детей в духе уважения к человеческому достоинству, национальным традициям и общечеловеческим достижениям», обеспечении «соответствия воспитания в системе образования традиционным российским культурным, духовно-нравственным и семейным ценностям» [7]. Опорой данной стратегии служат семейное воспитание и воспитание в системе образования. Одной из главных задач является формирование «социокультурной инфраструктуры, содействующей успешной социализации детей и интегрирующей воспитательные возможности образовательных, культурных, спортивных, научных, познавательных, экскурсионно-туристических и других организаций» [Там же].

В качестве примера можно рассмотреть деятельность Министерства культуры Свердловской области, которая является этнически многообразным регионом. Разработанная Министерством Комплексная программа «Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России, проживающих

в Свердловской области» на 2014–2020 годы направлена на укрепление гражданского единства и гармонизацию межэтнических отношений и содействие этнокультурному многообразию народов России, проживающих на территории Свердловской области. Среди показателей эффективности данной программы выделены: уровень толерантного отношения к представителям другой национальности; количество муниципальных образований, занимающихся этнокультурным развитием народов, которые проживают на территории Свердловской области; количество некоммерческих организаций, работающих в сфере межнациональных и межэтнических отношений (получивших государственную поддержку) [5].

Государственная политика в области этнической культуры реализуется в Уральском регионе в следующих направлениях:

- воспитание (на всех уровнях образования и этапах развития ребенка);
- организация научных мероприятий по проблемам культуры и этноса;
- организация сферы досуга;
- поддержка потенциала творческих коллективов.

В качестве примера деятельности по развитию этнической идентичности и предупреждению этноцентризма как отрицательного явления (ощущения превосходства своей этнической группы) был проанализирован материал интернет-ресурсов национальных автономий Свердловской области. Национально-культурная автономия — обособленная этническая общность, составляющая меньшинство в государстве, при этом сохраняющая право самостоятельной организации культурной жизни. Данное право реализуется через создание этнокультурных центров, этнических советов и ассоциаций. Целями создания этнических сообществ на территории региона являются консолидация этнического населения, сохранение самобытности, языка и культуры. Среди мер по развитию этнической идентичности, представленных на сайтах общественных организаций, выделены встречи, изучение истории и культуры народа.

Предотвращение развития этноцентризма возможно только через межнациональное взаимодействие и гармонизацию межнациональных отношений. В качестве примера можно привести несколько мероприятий, реализуемых на различных уровнях. Федеральная еврейская национально-культурная автономия разработала проект «Диалог» с целью поддержки национально-культурных организаций в регионах. В результате данного проекта осуществляется «построение конструктивного межэтнического диалога, оказание консультаций национально-культурным организациям, создание и реализация эффективных социально ориентированных межэтнических проектов» [16]. Центр традиционной народной культуры Среднего Урала реализует проект «Этнокультурная карта Свердловской области». Задачами проекта являются систематизация и сохранение культурного разнообразия этносов, а также помощь в культурной самоидентификации населения Свердловской области через проведение конференций, семинаров, «круглых столов», презентаций, выставок и организацию просветительской и культурно-досуговой деятельности [17].

Этническая идентичность позволяет индивиду соотнести себя с этнической группой в процессе коммуникации. Социокультурные процессы, регулирующие

межкультурную коммуникацию, как уже было отмечено, опираются на законодательную базу, реализуются через разные социальные институты, включая семью, систему образования, государственную культурную политику, устанавливая тем самым баланс между общегражданской и этнической идентичностью, способствуя сохранению культурной памяти и формированию этнической культуры и идентичности.

1. *Бромлей Ю. В.* Еще раз о соотношении этнической и экономической общностей [Электронный ресурс]. URL: http://journal.iea.ras.ru/archive/1970s/1972/Bromley_1972_3.pdf (дата обращения: 03.02.2018).

2. *Гаджиев К. С.* Сравнительный анализ национальной идентичности США и России. М., 2013. 408 с.

3. *Гумилев Л. Н.* Этносфера: история людей и история природы. М., 2011. 525 с.

4. *Гумилев Л. Н.* Чтобы свеча не погасла : сб. эссе, интервью, стихотворений, переводов. М., 2002. 500 с.

5. Комплексная программа Свердловской области «Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России, проживающих в Свердловской области» на 2014–2020 годы [Электронный ресурс]. URL: http://mkso.ru/data/File/korupcia/tab1_NPA/PPOSO-KP-ukr-ed-2016-02.pdf (дата обращения: 13.01.2018).

6. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://constitution.sokolniki.com/rus/Constitution/Text.aspx> (дата обращения: 13.01.2018).

7. Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России [Электронный ресурс]. URL: <http://mosmetod.ru/metodicheskoe-prostranstvo/nachalnaya-shkola/inkluzivnoe-obrazovanie/fgos/kontsepsiya-dukhovno-nravstvennogo-razvitiya-i-vospitaniya-lichnosti-grazhdanina-rossii.html> (дата обращения: 13.01.2018).

8. Концепция развития культуры в Свердловской области (2010–2020 гг.) [Электронный ресурс]. URL: http://mkso.ru/data/File/norm_doc/kultura_2012-2020.pdf (дата обращения: 13.01.2018).

9. *Николаев В. Г.* Идентичность. Культурология. XX век : энциклопедия. СПб., 1998. Т. 1. 447 с.

10. Основы законодательства Российской Федерации о культуре (в ред. 2017 г.). [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1870/ (дата обращения: 13.01.2018).

11. *Самнер У. Г.* Народные обычаи: Исследование социологического значения обычаев, манер, привычек, нравов и этики [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/238/114/1217/RUBEV12x20-x200010-32.pdf> (дата обращения: 13.01.2018).

12. *Сергеева А. В.* Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность [Электронный ресурс]. URL: <https://profilib.net/chtenie/87631/alla-sergeeva-russkie-stereotipy-povedeniya-traditsii-mentalnost-2.php> (дата обращения: 13.01.2018)

13. Социальная философия : словарь / сост. и ред. В. Е. Кемеров, Т. Х. Керимов. М., 2003. 560 с.

14. *Степанов Ю. К.* Константы : словарь русской культуры. 2-е изд. М., 2001. 990 с.

15. *Труфанова Е. О.* Идентичность и Я // *Вопр. философии.* 2008. № 6. С. 95–105.

16. Федеральная еврейская национально-культурная автономия [Электронный ресурс]. URL: http://www.fenkar.ru/assets/files/Brochure_Fenka_fin_v2_end.pdf (дата обращения: 11.02.2018).

17. Центр традиционной народной культуры Среднего Урала [Электронный ресурс]. URL: <http://uraltradicia.ru/about/proekty-centra/etnokulturnaya-karta-srednego-urala/> (дата обращения: 11.02.2018).

18. *Эрикссон Э.* Идентичность: юность и кризис. М., 1996. 334 с.

Статья поступила в редакцию 17.02.2018 г.

**ТОВАРНЫЙ ОБМЕН КАК ФАКТОР ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
КУЛЬТУР ЕВРОПЫ И АЗИИ
(на примере Урало-Сибирского региона рубежа XIX–XX вв.)**

Рассматриваются процессы обмена, происходившие в Урало-Сибирском регионе в конце XIX — начале XX в., их развитие с точки зрения географических, конфессиональных и этнических признаков. В процессе торговых контактов реализовывались отношения по поводу товаров-благ, включая культурологический аспект. Ярмарки представляли собой основные пункты для осуществления интересов различных социальных групп, выраженных в обмене. На фоне торговых отношений прослеживается и диалог культур.

К л ю ч е в ы е с л о в а: ярмарка; благо; торговля; товарный обмен; социальные группы; диалог культур; Урал; Западная Сибирь.

Западная Сибирь и Урал на рубеже XIX–XX вв. представляли собой странственный, многоконфессиональный и многоэтнический регион, в рамках которого осуществлялись процессы взаимодействия культур. Одним из факторов был обмен товарами, который происходил на региональных ярмарках. Ярмарка является примером объекта историко-культурного наследия, вобравшего в себя социально-экономические достижения региона, культуру праздника, межкультурный диалог и пр.

По традиционному определению ярмарка — это «рынок периодической торговли, устраиваемый регулярно, в установленные сроки, в определенном месте» [19, 576]. В статье внимание акцентируется на ярмарке как феномене урало-сибирской действительности, объединившем в себе экономическую и культурную составляющие, которые определяли модернизацию и развитие сибирского социума.

Культурологический аспект исследования составляет диалог культур, определяемый М. В. Силантьевой как «конструктивное взаимодействие между представителями различных исторических общностей» [28, 652]. По мнению А. Я. Флиера, «...этноты не развиваются обособленно, а находятся во взаимодействии, используют заимствования. Таким образом, выделяется межкультурный диалог, основанный на обмене новациями» [40, 236].

Изучение историко-культурного наследия ярмарки, как материального, так и нематериального, является актуальной и востребованной темой, представляющей интерес для современного общества. Цель исследования — изучение межкультурного взаимодействия на примере ярмарок Урало-Сибирского региона. В соответствии с поставленной целью были сформулированы следующие

КАЛИНИНА Наталья Юрьевна — аспирант, педагог Муниципального автономного учреждения дополнительного образования «Центр развития творчества детей и юношества “Контакт”», г. Тюмень (e-mail: Tyumm@yandex.ru).

задачи: рассмотреть особенности товарного обмена — диалога культур и изучить направления и ассортимент ярмарочного обмена (европейского и азиатского).

Крупные ярмарки в азиатской части России возникли в XVII–XVIII вв. и были связаны с немногочисленными городами — Ирбитом, Ишимом, Тюменью, Курганом, Омском, Челябинском. Ярмарки отличались друг от друга сроками проведения, специализацией, условиями организации торговли и пр. Во второй половине XIX в. они стали неотъемлемой частью единого экономического пространства страны, их количество постоянно увеличивалось. Ярмарочная торговля характеризовалась расширением внутрироссийских и международных связей, ростом показателей товарооборота, вовлечением новых участников.

Сеть ярмарок в России основывалась на сезонности, существовала определенная последовательность проведения ярмарок по географическому и отраслевому признакам. Первостепенное значение в ярмарке играл обмен, и не только в материальном выражении. За единицу обмена можно принять «благо».

Межкультурный диалог был опосредован товарами (благами). В процессе обмена «благами» и складывалась ярмарочная инфраструктура. Благо — категория не только экономическая, но и общесоциологическая, так как «...является родовым для понятия добра, более широким по объему, чем видовое понятие добра. В первом приближении можно сказать, что блага — это предметы стремления людей» [27, 3]. С этой позиции товары, участвующие в ярмарочном обмене, являются благами. Ф. А. Селиванов выделял также понятие «антиблаго», то, что «...не является благом, что вредно в общественном значении, для общества. Вещь, объективно вредная для субъекта, называется антиблагом, или злом — в широком социологическом смысле слова» [Там же, 6].

В соответствии с существующими путями и временной последовательностью купцы определяли путь передвижения, и часто на рынок региона поступали неспецифические товары. Ярмарка «...это громада, громада всего: людей, лошадей, товаров, балаганов. Всего — от драгоценностей до бесценностей» [2, 27]. Обмен, происходивший в материальном выражении, представлял также обмен идеями и достижениями.

На ярмарки привозились разнообразные товары. В соответствии с ведомостью товаров, привезенных на Ирбитскую ярмарку в 1864 г., существовала следующая классификация: русские товары, европейские и колониальные товары, азиатские товары (подразделялись на китайские и бухарские) [4, 2].

Европейские товары были востребованы в регионе, они являлись образцами «иногo» мира. Здесь нужно прояснить, что численность населения Западной Сибири «с 1805 по 1860 г. увеличилась в 2,7 раза (на 1 115 490 чел.) и составила 1 774 623 чел. При этом сельское население увеличилось на 1 046 412 чел. (в 2,7 раза), а городское — на 69 078 чел. (2,5 раза)» [25]. Таким образом, «иной» мир в регионе во многом был связан с вновь пришедшим населением, активно влиявшим на все сферы жизни, в том числе и социокультурную.

Спрос был обусловлен не только общей тенденцией к росту населения, но и увеличением доли зажиточных, образованных людей, имеющих определенный

вкус и претензии к моде. Например, «сибирячки не любили русских женских костюмов и одежды, сшитой из домашнего полотна, а более прибегали к покупной одежде: ситцу, канифасу и пр.» [45, 15–16]. Анализируя «ассортимент текстильных товаров в торговой сети Западной Сибири и на Нижегородской и Ирбитской ярмарках», Е. В. Гальских пришла к выводу, что «поступали самые разнообразные ткани различного качества, от низших, до высших сортов» [8, 106].

Поставляемые в Сибирь европейские товары проходили по территории России, не минуя ярмарочных торгов: «...среди товаров, ввозимых в Сибирь из Европейской России, на первом месте различные ткани, затем идут готовые кожаные и галантерейные изделия, сахар и бакалея. Позже, по мере роста сибирского капитала, ввозятся и европейские предметы роскоши, например, мебель, экипажи, утварь и предметы искусства» [23, 10]. Например, ткани попадали через Нижегородскую и Ирбитскую ярмарки [8, 178].

Поступали на рынки региона и экзотические предметы. В перечне товаров «товарной выписки внутренней торговли г. Тобольска» за 1865 г. значились: платки различных видов [33]; консервированные товары: устрицы, миноги, угри, маринованные супы и соусы [34]; вина (заграничные) [35] и пр. В Тюмени в 1873 г. реализовывали следующие «предметы роскоши»: «Ведро виноградных вин. Фунт чаю. Табаку второго сорта пуд. Меду пуд. Фунт чернослива французского. Пуд изюму. Пуд орехов кедровых» [10]. Указывалась и «высшая» и «низшая» цена на «жизненные потребности», например, «фунт чаю» мог стоить от 1,40 до 1,10 руб. [10].

Стоимость европейских товаров, реализованных в Сибири в 1892 г., составляла около 15 000 тыс. руб. [30, 25]. Для сравнения, на Ирбитскую ярмарку в этом же году всего привезли товаров на сумму 34 586 тыс. руб. и продали на 25 473 тыс. руб. [44, 178]. Это указывает на большие объемы поставок товаров данной категории. В более ранний период, в 1864 г., было привезено товаров на 39 520 500 руб., продано — на 3 218 200 руб., в том числе европейских и колониальных товаров — на 1 985 тыс. руб. и 1 616 тыс. руб. соответственно [4, 2]. Распространялись данные товары по всей территории, о чем свидетельствуют вещи, сохранившиеся в региональных музеях.

Водный способ доставки товаров был быстрее, дешевле, исключал некоторые виды опасности и позволял перевозить большое количество товаров при малых трудозатратах. Поэтому «в течение второй половины XIX в. главное товарное движение европейских товаров в Сибирь и сибирского сырья в Европу сосредотачивалось по рекам Сибири» [30, 24]. Первые иностранцы-предприниматели в России, занимавшиеся машиностроением, текстильной промышленностью, военным судостроением, в XIX в. прибыли из Англии. В Западной Сибири это были представители семей Вардропперов, Гакс, Гуллет, Пирсон [7, 36]. Например, судостроительное предприятие, основанное братьями Вардропперами (рис. 1 [6, 27]) стало «одним из крупнейших в Зауралье» [15, 3]. А изделия, производимые предприятиями Гуллет и Вардроппер, отмечались наградами на тюменской выставке 1871 г. [22, 135–156].



Рис. 1

Английская торговля также устремлялась в Сибирь: «...здесь находился выгодный рынок сбыта. Государством принимались меры по регулированию внешней торговой деятельности, в том числе установлению пошлин. Но для установления пошлин необходимо наличие внутреннего производства, чего в Сибири не было, и, к примеру, производство платья было кустарным» [8, 178]. Но уже в «1890 г. правительством были приняты меры к ограничению беспошлинного ввоза иностранных товаров в Сибирь, в том числе: готового платья, сукна, драпа, полотна и пр.» [1, 2].

Благодаря политическим договоренностям [1, 4] и появившимся пароходам с ледокольным снаряжением становился выгодным маршрут из Англии в устье Енисея: «Осенью 1887 г. английский пароход “Феникс” <...> пришел из Англии к Устьям Енисея <...> до города Енисейска <...> Англичанами была доставлена в Сибирь <...> образцы всевозможных товаров, с обозначением цен, по которым можно сделать заказы их в Англии» [1, 1]. Стоит отметить, что англичане отличались предприимчивостью: «С 1800 г. в Шотландии, в городе Пейсли, наладили производство имитаций индийских шалей» [43], а «...в 1849 г. в Лондоне же была основана специальная фабрика, и поныне приготавливающая поддельную котиковую ткань» [14, 37].

В XIX в. в Сибирь привозились также следующие товары: «Из Великобритании — бумажные и шерстяные пряжи и ткани, железо, жечь и т. п.; из Бельгии — стекло, пряжа и пр.; из Франции — модный товар, консервы, виноградное вино и пр.» [14, 16]. Особое положение было у германских фирм (или торговых предприятий с участием капиталистов из числа российских немцев): «Благодаря деятельности многих немецких фирм в Николаевске и во Владивостоке, Германия имеет преобладающее влияние в привозной торговле. Она поставляет самый разнообразный товар, хотя и весьма посредственного качества: мебель, сахар, виноградное вино, посуду, мануфактуру и пр.» [Там же].

Согласно ведомости товаров, ввозимых из Сибири в Россию и из России в Сибирь, за 1860 г., вывозилось более 10 млн пудов товаров, а ввозилось около

1 млн пудов, включая сахар, вино, мануфактурные, бакалейные, москательные, галантерейные товары, табак и пр. [32]. Основным торговым центром в Сибири, аккумулирующим привезенные из-за границы товары, был Ирбит: «...со второй половины XVII в. Ирбитская ярмарка стала главным местом закупки всех товаров, идущих в Сибирь. Сюда, кроме сибирских и бухарских товаров, стали привозить еще китайские для вывоза в Россию» [41, 15]. Ирбитская ярмарка являлась важным пунктом экспортной торговли, например, пушниной: «Заграничные торговые дома давали требования покупать пушнину» именно здесь [18, 162].

Ирбитская ярмарка стала брендом (в современном понимании), олицетворением высокого уровня товара: «Некоторые меховщики, поддавшись азартному искушению, кинулись с партиями высокоценных, темного окраса соболей в Москву, Санкт-Петербург, за границу. Расценивался их товар без “Ирбитского клейма” оскорбительно низко, так что возвращались прыткие гонцы из Парижа и Лондона с убытком» [5, 96]. Востребованность товара сказывалась и на его цене: так, «заграничные покупатели отказались в Иркутске от партии соболей по причине ее крайней дороговизны, а на ярмарке (Ирбитской. — Н. К.) прошла для одной парижской фирмы баснословной ценой» [2, 25].

В записке «Об отправке сибирского спирта за границу (1877 г.)» говорилось, что «...в прошлую пятницу 9-го декабря представлял членам нашего общества образцы Сибирских товаров, привезенных с р. Енисея на р. Неву на судне “Заря”. Среди этих товаров находился и спирт» [33]. Заводчики Енисейской, Томской, Тобольской губерний уведомляли «о желании их отправлять спирт за границу через устье Оби» [Там же] и «о выгоды такого производства для развития земледелия в Сибири» [34].

Важное место в международном экспорте товаров играл и Ишим. Зимняя Никольская ярмарка «выполняла функции поставщика “жирного товара” не только на всероссийский, но и на мировой рынок» [17, 140]. Ежегодно в Ишиме реализовывалось «до одного миллиона пудов сала, большая часть которого отправлялась в Петербург для дальнейшего вывоза за границу» [21, 6]. Движение товаров было последовательным, согласно очередности ярмарок в выбранном маршруте.

География торговли купечества свидетельствует о всесторонних международных связях. Интересы тюменских купцов «...простирались от Японии через Сибирь и Европу до Америки. И в XIX в. малая часть купцов занималась чистой торговлей, в большинстве же тюменские купцы были товаропроизводителями, торговали продуктами, произведенными на своих предприятиях, расположенных не только в Тюмени, но и в других городах» [16, 112]. Например, Н. М. Чукмалдин поставлял войлоки своей арзамасской фабрики в Германию [19, 505] и со временем открыл «в Берлине свою личную постоянную торговлю» [42, 163].

Известно, что из Сибири в XIX в. по тракту вывозится сырье (кожи, сало, шерсть) — 40 %, пушнина — 30 %, продукты промыслов (рыба и кедровые орехи) — 10 %. Лес и древесину по-прежнему переправляют по рекам [23, 10]. Вряд ли товары сибирского производства представляли интерес для жителей европейских стран. Исключение составляли масложировая продукция и хлеб. Ярким примером может служить тот факт, что открываемые в Кургане иностранные предприятия

экспортировали масло, «но присовокупляли дичь, яйца, живность». Так, в 1896 г. открылась первая экспортная контора «Датский Торговый дом Г. И. Полизен» специализирующая «по вывозу сливочного масла». В Данию и Англию продукция вывозилась также конторой Э. Ф. Эсмана (1898 г.), в Германию — конторой Густава Беккера [3, 210]. Что было характерно и для других городов.

Регион был преимущественно аграрным и поэтому долгое время оставался лишь источником сырья, но не готовых изделий. Ярким примером может служить Тюменская ярмарка, которая и в конце XIX в. воспринималась «лишь как рынок сырья» [13]: «Турок получает коровье масло из Сибири через Ростов-на-Дону; лондонская гостиница освещается свечой из сибирского сала; широкая пуховая шляпа, покупаемая европейцем, изготовлена из шерсти сибирского зайца; сапоги, выделяемые в Лейпциге из сибирской кожи, красуются на ногах немца; сибирский мех обвивает шею европейской певицы и служит подкладкой плаща китайского императора» [6, 29–30].

Направления экспортных операций порой были непредсказуемы, например, иностранные предприниматели Л. Зальм, Л. Закс, Г. Закс на сырьевой ярмарке в Тюмени в 1899 г. закупили большое количество кожи для Америки [7, 36]. В части азиатской торговли сохранялось постоянство: спросом пользовались хорошее сукно, юфть, пушнина, железные изделия и др. [9, 80–81].

На самом азиатском рынке «русские товары» были новинками, поскольку развитие и промышленное освоение этих районов только начиналось. Например, торговля в Петропавловске представляла собой обмен продуктов фабрично-заводского производства на продукты скотоводства [26, 606]. Особое место занимала «юфть — немаловажный предмет мены русских купцов с киргизами, так как последние употребляют ее на обувь и вообще весьма охотно берут» [38, 9]. В селах Тюмени закупались ягоды, затем скупщики «реализовывали их в городах и на ярмарках Петропавловска и Ирбита» [9, 81].

Описывая промышленность и торговлю в киргизских степях, Г. В. Колмогоров отмечал, что «по недавнему водворению там русской жизни, промышленность и торговля развиты весьма мало» [20, 2]. Автор писал также об ином подходе к определению и принципам жизни, о достатке местного населения: «...народ, живущий безбедно и даже богато одним скотоводством» [20, 2]. Купцы, осуществляя свою деятельность, принимали это во внимание, они могли распознать дефицит своего региона и сырьевые возможности ближайших регионов, при этом «товары, ввозимые нашими купцами в степь», не отличались разнообразием [38, 9]. Похожая ситуация сложилась и в Казахстане, одной из задач купеческой торговли здесь был сбыт залежавшихся промышленных товаров, не распроданных в России [24, 116].

На региональных ярмарках азиатские купцы представляли различные товары. Например, в Усть-Каменогорском (тогда — городе Омской области) на Введенской ярмарке продавались бухарские материи и киргизские меха [31, 221]. В Тюмень бухарцы доставляли «...искусно сделанную разноцветную хлопчатобумажную, шелковую и атласную ткань (китаек, зендень, киндяк), дорогую китайскую посуду, фрукты (в основном сушеные). Очень ценились специи — перец, корица,

анис и драгоценные камни» [9, 80–81], продукты питания: «мука, крупа, орехи, сухофрукты, арбузы» [16, 28].

Многоконфессиональное население региона способствовало реализации специфических товаров. Рассматривая торговые взаимоотношения, стоит учитывать особенности регионов и населения: «...всякая киргизская семья, бедного и среднего состояния, сама приготавливает для себя большую часть одежды и обуви или получает оную готовую из Бухары, Кокана и Китая; богатые же семьи получают эти вещи или из тех же стран и городов, или заказывая из готовых материалов у беднейших киргизов» [20, 2].

В отношении некоторых государств это могли быть единичные контакты, исследование рыночного сегмента, но со временем складывались стабильные и прочные связи: «Корея отпускала произведения своего сельского хозяйства и скотоводства: хлеб, овощи, скот и пр., Япония ввозила преимущественно пшеницу, рис, соль, фрукты и лишь в очень ограниченном количестве предметы роскоши» [14, 16]. В фондах региональных музеев сохранились вещи, привезенные из Китая, Японии, например, в Ишимском историко-краеведческом музее в экспозиции представлен набор столовых приборов из Тайланда, с изображениями религиозного характера, а в Ирбитском историко-этнографическом музее действует постоянная выставка, посвященная восточной тематике.

Упрочнялись связи Азии и Сибири. С. И. Гулишамбаров в 1893 г. писал, что «Китай ведет с Сибирью обширную торговлю чаем» [14, 16], однако связи были более разносторонними. В начале XV в. некоторые русские купцы встречали китайцев на восточных рынках [29, 5]. Русско-китайские отношения, оформленные договором, начались с конца XVII в. [29, 5], хотя до 1728 г. торговля не получила заметного развития. До этого периода случались единичные контакты и товарообмены. Например, тюменский купец П. И. Подаруев «много раз ходил с обозами в Китай за товаром» [39, 152].

В качестве примера культурного взаимодействия в ходе торговли можно рассмотреть следующую связь: так, непосредственное общение с китайцами в Кяхте способствовало развитию пристрастия к чаю не только в Сибири, но и в европейской части России. В связи с этим в продаже появился сахарный песок и сахар-леденец, ранее чай употреблялся с молоком и маслом [29, 64]. На выставке в Ирбитском историко-этнографическом музее в хранящемся рекламном объявлении значатся и чай и сахар (рис. 2), можно назвать это маркетинговым ходом продажи сопутствующих товаров. Объединены данные категории и в ведомости Тюменской ярмарки за 1893 г.: в графе «Род товаров» значилось «чай и сахар» [12], хотя в аналогичной ведомости за 1892 г. указывался только «чай» [11]. Чай был широко представлен на ярмарках в Тобольске, в селах Бобылевском и Мостовском, Шатровском и Бешкильском Тобольской губернии, в Кургане и округе, в Ишиме и округе и пр. [31, 367–372].

Экспортно-импортные отношения Западной Сибири были ориентированы как на азиатский, так и на европейский рынок. Очевидно, что преимущество оставалось за азиатским рынком. Географическая и этническая (конфессионально) близость территорий обеспечивали регулярные контакты. В Западной Европе

«русские» товары, в том числе «сибирские», первоначально воспринимались как экзотические, но уже к концу XIX в. ситуация изменилась, появились устойчивые связи не только с Европейской Россией, но и с Сибирью.



Рис. 2

Посредством торговых операций происходило знакомство с другой культурой, обмен идеями, достижениями и пр. Рассматривая торговые взаимоотношения, стоит учитывать, что в процессе сделок укреплялись межэтнические контакты. Диалог культур выражался в обмене идеями, товарами и услугами и в какой-то степени благами.

При торговле на ярмарках товар рассматривался не только с точки зрения полезности в быту, но и с позиции новизны, изыска. Появление новых товаров в обиходе населения требовало изменения привычного поведения. В качестве яркого примера можно привести чай и способы его употребления. Происходили глобальные изменения, появлялись новые традиции. На ярмарки поступал широкий ассортимент товаров (европейского, азиатского, российского производства), включавший не только продукцию массового потребления, но и инновационную, что можно проследить на модных изделиях, представленных в музейных коллекциях Зауралья.

Ярмарки были не только площадкой для контакта продавца и потребителей, но и обширной экспозицией, которая представляла достижения отдельных отраслей, выраженные товарами. Товары являлись источником знаний, идей, а торговля

по образцам позволяла получить информационные, наглядные сведения о товаре. Расширились границы познания, прежде не выходявшие за пределы региона из-за низкого уровня развития путей сообщения.

Таким образом, товарный обмен — это видимая сторона феномена, на основе которого выстроилась система отношений, способствующая всестороннему развитию как их участников, так и самих территорий, росту регионального самосознания (коренных и пришлых народов) и в целом культуры — бытовой, потребительской, экономической, культуры делового общения и рыночных отношений.

1. Английская торговля в Сибири. М., 1895. 8 с.
2. *Антропов И. Я.* Были Ирбита. Ирбит, 1992. 182 с.
3. *Васильева А. М.* Забытый Курган. Курган, 1997. 360 с.
4. Ведомость о привезенных на Ирбитскую ярмарку 1864 года товарах, о продаже и остатке оных. Пермь, 1864. 2 с.
5. *Вершинин Е., Дмитриев А. и др.* Ирбитская ярмарка. Екатеринбург, 2011. 196 с.
6. *Высужденин А. Л.* История банковского дела Тюменской области. Тюмень, 2004. 615 с.
7. *Гавриличева Г. П.* Иностранцы предприниматели в Урало-Сибирском регионе как носители протестантской этики // *Aus sibirien-2005*. Тюмень, 2005. С. 35–37.
8. *Гальских Е. В.* Текстильный рынок Западной Сибири во второй половине XIX в. Барнаул, 2002. 178 с.
9. *Гарифуллин И. Б.* Очерки истории татарского населения Тюменской области. Тюмень, 2000. 220 с.
10. ГАТО (Государственный архив Тюменской области). Ф. И-1. Оп. 1. Д. 265. Л. 6(об.).
11. ГАТО. Ф. И-50. Оп. 1. Д. 11. Л. 1.
12. ГАТО. Ф. И-50. Оп. 1. Д. 11. Л. 2.
13. ГАТО. Ф. И-50. Оп. 1. Д. 11. Л. 3.
14. *Гулишамбаров С. И.* Торговля, промышленность и пути сообщения в Сибири. СПб., 1893. 78 с.
15. *Ермолаев В.* Англичанин на Тавде // Тюменский курьер. 2013. № 216 (3718). С. 3.
16. *Иваненко А. С.* Четыре века Тюмени: Очерки живой истории старинного сибирского города. Тюмень, 2004. 367 с.
17. *Ивошин А. Р.* Структура регионального рынка дореформенной Западной Сибири (вторая половина XVIII — начало XIX в.) // Современное историческое сибиреведение XVII — начала XX в. Барнаул, 2005. С. 128–143.
18. Ирбитская ярмарка : справочная книжка на 1897 г. Ирбит, 1896.
19. Историческая энциклопедия Сибири / отв. ред. В. И. Клименко. Новосибирск, 2009. Т. 3. 783 с.
20. *Колмогоров Г. В.* О промышленности и торговле в Киргизских степях Сибирского воеводства. СПб., 1857. 38 с.
21. *Коньков Н. Л.* Зимняя Никольская ярмарка // Коркина слобода. 2000. № 2. С. 5–12.
22. Описание публичной выставки, бывшей в городе Тюмени в 1871 году. Омск, 1872. 155 с.
23. *Осипова О. В.* Купеческая дорога. М., 2007. 47 с.
24. *Раздыков С. З.* Формирование торгового капитала у казахов степной зоны Западной Сибири в XIX веке // Социально-экономические и этнокультурные процессы в Верхнем Прииртышье в XVII–XX веках. Новосибирск, 2011. С. 114–118.
25. *Рутц М. Г.* Торгово-промышленное развитие и население городов Западной Сибири в первой половине XIX века : дис. ... канд. ист. наук. Барнаул, 2003.
26. Северо-Казахстанская область : энциклопедия. Алматы, 2004. 672 с.
27. *Селиванов А. Ф.* Оценка и норма в моральном сознании. Тюмень, 2001. 60 с.

28. *Силантьева М. В.* Новые модели социокультурного знания в современном диалоге культур // Межкультурный и межрелигиозный диалог в целях устойчивого развития. М., 2008. С. 652–654.
29. *Силин Е. П.* Кяхта в XVIII веке: Из истории русско-китайской торговли. 1947. 204 с.
30. *Соболев М.* Пути сообщения в Сибири // Сибирь, ее современное состояние и ее нужды. СПб., 1908. С. 24–36.
31. Список существующих в Российской империи ярманок. СПб., 1834. 415 с.
32. СПФ АРАН (Санкт-Петербургский филиал Архива Российской академии наук). Ф. 270. Оп. 1. Д. 243. Л. 1.
33. СПФ АРАН. Ф. 270. Оп. 1. Д. 247. Л. 1.
34. СПФ АРАН. Ф. 270. Оп. 1. Д. 247. Л. 2.
35. СПФ АРАН. Ф. 270. Оп. 1. Д. 269. Л. 2.
36. СПФ АРАН. Ф. 270. Оп. 1. Д. 269. Л. 3.
37. СПФ АРАН. Ф. 270. Оп. 1. Д. 269. Л. 4.
38. *Тетеревников А. Н.* Очерк внутренней торговли Киргизской степи. СПб., 1867. 72 с.
39. Тюменская старина. Тюмень, 2006. 341 с.
40. *Флиер А. Я.* Диалог как цель культуры в современном мире // Межкультурный и межрелигиозный диалог в целях устойчивого развития. М., 2008. С. 236–238.
41. *Хитров А.* К истории г. Ирбита и Ирбитской ярмарки. Ирбит, 1872. 84 с.
42. Чукмалдин Н. Мои воспоминания. Тюмень, 1997. 368 с.
43. Шаль. История покорения женских сердец [Электронный ресурс]. URL: <http://www.izuminki.com/2012/09/12/shal-istoriya-pokoreniya-zhenskikh-serdec> (дата обращения: 27.10.2017).
44. *Шеглова Т. К.* Ярмарки юга Западной Сибири в XIX — начале XX века. Из истории формирования и развития всероссийского рынка. Барнаул, 2001. 500 с.
45. *Ястребов И. Г.* Пусть село совсем неброское. М., 2011. 304 с.

Статья поступила в редакцию 05.01.2018 г.

ТВОРЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ И. Н. КРАМСКОГО КАК ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ТЕКСТЫ КУЛЬТУРЫ РОССИИ XIX в.

В статье обосновывается идея понимания русской живописи XIX в. как художественного текста культуры на примере творчества И. Н. Крамского. Доказывается, что семиотический подход позволяет рассматривать ценностные доминанты культуры XIX в., выраженные в живописи И. Н. Крамского, в сравнении с литературными текстами.

Ключевые слова: русская культура XIX в.; тексты культуры; художественный текст культуры; культурная память; знак; образ; символ; И. Н. Крамской.

О культуре как «тексте» и «текстах культуры» писали как западноевропейские, так и российские мыслители. В первую очередь это авторы работ в области философии культуры, теории культуры, литературоведения, лингвистики, семиотики: М. М. Бахтин, Ю. М. Лотман, Ж. Деррида, Р. Барт и др.

Большое значение в становлении современной теории текста имеют работы Х.-Г. Гадамера, М. К. Мамардашвили, Р. Барта, М. Бубера, В. С. Библера, Ю. М. Лотмана, М. М. Бахтина. Такие исследователи, как В. П. Руднев, С. С. Аверинцев, Л. А. Гоготшвили, В. В. Иванов, К. Г. Исупов, Ю. Кристева, В. Н. Топоров Н. А. Симбирцева, разрабатывали разные аспекты методологии семиотического анализа художественного текста. Очевидно, что показать все аспекты этих исследований в небольшой статье не представляется возможным. Однако, основываясь на исследованиях наших предшественников, попытаемся доказать эвристическую значимость данной методологии на конкретных артефактах художественной культуры.

Текст, как связанное по смыслу и грамматически оформленное высказывание, выступающее необходимым элементом поля культуры, рассматривается как универсальный механизм смыслообразования [6, 17], и в этом качестве он воспринимается как целостная характеристика культуры. Это «смыслообразование» может быть выражено в знаковой, символической, образной формах. Образное и символическое выражение характерно для художественных текстов, которые могут быть и произведениями живописи, и музыкальными сочинениями, и поэтическим, медийным, фольклорным творчеством или иными артефактами художественной культуры. Но в любой из форм художественный текст — это целостное высказывание.

ЛЮ ЯН — аспирант кафедры культурологии и социально-культурной деятельности Уральского федерального университета (email: liuyangspring@mail.ru).

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

Культура, как особое проявление творческой деятельности человека, инструментально и следственно является сферой знаковой деятельности. Способом организации, трансляции и воспроизведения заданного содержания выступает текст. В широком смысле текст и является этой культурной знаковостью. Если быть еще более точными, то текст нельзя рассматривать только с точки зрения его наглядной атрибутики, так как он изначально призван транслировать замысел, пусть и через знаковость в архитектуре, живописи или письме. Согласно постструктуралистской интерпретации текста как тотальной знаковости, которая наращивается на «временную ось» (М. Бахтин, Р. Барт), все человеческие творческие усилия в их культурном значении потенциально текстуальны. Следовательно, текст культуры — это продукт человеческой деятельности, которую можно обозначить как принципиально текстуальную в том смысле, что она направлена на выразительную интерпретацию артефактов и событий как постоянно продолжающийся процесс в истории, культуре, искусстве.

Михаил Бахтин отмечал, что изучать творчество человека иначе, чем через тексты культуры, невозможно, поскольку «...гуманитарная мысль рождается как мысль о чужих мыслях, волеизъявлении, манифестации, выражении... реализуемых и данных исследователю только в виде текста. Какими бы ни были цели исследования, исходным пунктом может быть только текст» [1]. В этой упорядоченной системе знаков человек ищет свой путь деятельностного самопроявления. Самым простым, очевидным, первым в ассоциативном ряду представлением о тексте является его письменная ипостась. Именно ее мы и будем иметь в виду в нашем дальнейшем анализе ценностных доминант текстов культуры России в творческом наследии И. Н. Крамского. Тем более что большинство исследователей данного предмета (текста) и имели в виду именно его письменно-графические проявления. Благодаря письменной ипостаси текста культуры автору легче приблизиться к сути, к тому онтологическому проявлению реальности, что согласно античной традиции называется бытием.

Текст как явление и артефакт культуры находится в особой зоне смысловой турбулентности, ведь это среда и следствие непрерывной преобразующей деятельности человека. Материальный мир инерционный, потому что он детерминирован физическими законами. Знаковое же измерение жизни существует по другим законам, подвластным человеку. Внутреннее (текстовое) пространство несравненно насыщенней и энергичнее внешнего пространства. В нем обнаруживаются скрытые во внешнем реальном мире силы, неожиданности, парадоксы. Поэтому нет проблем размерности и отдаленности пространства и времени. «Текст культуры, в особенности художественный культуры, является чистым творчеством как преодоление всего пространственно-временного, как достижение высшей свободы» [9].

По мнению Н. А. Симбирцевой, текст культуры — это текст-образ, который представлен через понимание одного субъекта восприятию другого. Автор считает, что текст культуры является нелинейной последовательностью символов, образующих целостные высказывания субъекта о культуре, а также — отражением совокупного социально-культурного опыта создания и трансляции смыслов

и ценностей культуры. Отдельные аспекты текста культуры раскрываются в разных философско-культурологических традициях: феноменологической, герменевтической, аксиологической, структурно-семиотической и др. Аксиологический подход позволяет выявить содержательную сторону текста культуры через категорию «ценность/смысл», которую можно рассматривать как минимальную единицу текста культуры, поскольку именно совокупность ценностей дает представление о содержании культуры и лежит в основе формирования образа (мировоззрения личности) [6, 18–20]. «Ценность, отражающая внутренний мир человека, его быт и частную жизнь, становится объектом изучения мира повседневной жизни» [Там же, 6].

В текстах культуры, представленных в разных формах у разных народов, есть нечто общее — это, во-первых, выражение смысла существенных проблем эпохи, во-вторых — оценка отраженных в тексте событий, в-третьих — любой текст культуры свидетельствует о ценностях данного народа.

Например, ценностные доминанты текстов культуры русского народа тесно связаны с мифологией и христианством, их духовно-эстетическим наследием. В частности, христианское мировоззрение дало новую жизнь ценностям культуры России. Наконец, ценностные доминанты текстов связаны с духовными ориентирами их создания, что в первую очередь касается художественных текстов.

Ю. М. Лотман, характеризуя специфику организации художественного текста, разрабатывает концепцию художественного произведения как образа-модели культурной деятельности, в которой отражены константы бытия людей в данном культурном типе (повседневное поведение, мышление, смысложизненное ориентирование, творчество) [2, 15]. Искусство зачастую рассматривается автором как «великолепно организованный генератор» (Ю. М. Лотман) текста культуры.

Ю. М. Лотман выделял три универсальные функции текста: коммуникативную, функцию смыслообразования и памяти. Художественные тексты тоже могут выполнять эти функции [6, 22]. Концепция семиосферы Ю. М. Лотмана — это доказательство важнейшей функции текста культуры — консервации культурной памяти, так как она сохраняет свои предыдущие контексты, т. е. те смыслы, которые в свое время входили в порядок дискурса и, возможно, были вытеснены в область дискурсивности. «Таким образом, смысловое пространство текста постоянно расширяется во времени, вступая в отношения с культурной традицией, и именно культурная активность текста является условием его существования во времени и его же собственной динамикой» [4, 153].

Художественный текст всегда сосуществует с определенным культурным контекстом, который формирует его, влияет на него, оказывается в нем. Культурное измерение произведения — это своеобразный мостик между художественным миром и миром культуры. Кроме того, художественный мир способствует развитию культуры, задает ей новый путь, направление, дополняет новыми смыслами, видениями, поисками. По нашему мнению, через художественный текст культуры можно «открыть» автора, а через призму текста — осмыслить культурный контекст эпохи, когда произведение будто впитывает специфику жизни эпохи, которую переживает и осмысливает сам автор, включенный посредством созданного им

текста культуры в культурную память. Следовательно, благодаря художественному тексту культуры эпоха «чувствуется», «видится» из проблематики текста, как и его идеи, представления, образы. Произведение искусства как самосознание культуры отражает определенный тип художественного сознания, характеризует определенный культурно-исторический тип человека. Художественный текст культуры «реагирует» на все изменения в духовной и социальной жизни общества, в частности, на ее эмоционально-чувственную, бытовую, интеллектуальную, культурную, нравственную и философскую сферы.

Изобразительное искусство как текст культуры связывает субъектов общества с его культурой, намекает на их личность, вводит их в широкий контекст человеческих свершений, расширяет горизонты жизненных ожиданий, оценивает прошлое и настоящее и, что особенно важно, свидетельствует об особенностях экзистенциальных проблем эпохи.

В культурологическом аспекте именно изобразительное искусство как текст является показательно выгодным материалом, поскольку устно распространяемая информация часто выпадает из контекстуальной продолжительности, а поэтому она менее значима, менее кодифицирована, осмыслена и наименее ответственна. Графическая фиксация текста не делает его коммуникативно отстраненным. Тексты, выраженные через изобразительное искусство, тоже вступают в диалог, перекличку, порождая явление интертекстуальности. Последнее не просто культурная память, а уже коллективная культурная память, которая задает и поддерживает традицию понимания знаков, символов, трактовок значений. Это обстоятельство дает возможность создания новой понятной контекстной информации. Благодаря текстам в изобразительном искусстве достигается однородность, внутренняя взаимосвязь пространства конкретной культуры.

XIX в. был эпохой «блестящего развития русской культуры, которая играла ведущую роль в духовном и эстетическом развитии российского общества» [3, 53]. Это было время, когда Россия приобрела всеобщую популярность и оказывала влияние на мировой культурный процесс. Александр Пушкин и Петр Чайковский, Александр Иванов и Иван Репин, Лев Толстой и Федор Достоевский вошли в духовную жизнь человечества. Русская культура XIX в. поражает своим глубоким содержанием, а также разносторонними формами его выражения.

Развитие социальной мысли России первой половины XIX в. происходило на фоне российских и европейских событий этого периода: Наполеоновские войны, особенно Отечественная война 1812 г., движение декабристов, революции во Франции 1830 и 1848 гг. и другие события. Был интерес к идеалистической философии, проблемам национальной культуры и истории, а также к отечественному искусству, в том числе и изобразительному.

Среди деятелей культуры и искусства особенное место занял Иван Николаевич Крамской (1837–1887) — выдающийся представитель демократических взглядов в России второй половины XIX в. Он известен как замечательный художник и рисовальщик, уникальный искусствовед и теоретик искусства, талантливый учитель. Кроме того, он был инициатором и ярким вдохновителем первых независимых художественных организаций, а именно Товарищества передвижных

художественных выставок [8], сыгравшего важную роль в развитии искусства в России.

Официальной целью членов Товарищества передвижных художественных выставок было: во-первых, дать возможность всем в России знакомиться с ее современным искусством; во-вторых, развивать любовь к искусству в российском обществе; в-третьих, сделать более легкими для художников продажи работ [5, 42]. Однако сформулированная в документах Товарищества цель — это лишь социальная грань установки художников в творческой деятельности. Попытаемся обосновать наше предположение на примере творчества И. Н. Крамского.

В 1872 г. И. Н. Крамской пишет свой шедевр «Христос в пустыне». На первый взгляд традиционная тема приобретает в творчестве И. Н. Крамского новую социальную интерпретацию и глубокий философский смысл как текст культуры эпохи. Это полотно, как принято его характеризовать, несло идею морального долга человека перед обществом, поэтому оно очень впечатляло современников живописца, который творчески отличился в решающий период российской истории, требующей личного героизма и жертвенности ради социальных преобразований.

Но поразмышляем о картине как художественном тексте эпохи. О каких ценностных доминантах культуры XIX в. этот текст «говорит» языком религиозных и художественных образов и символов? «Христос есть путь, истина и жизнь», «Христос есть добро» сказано в «Библии». Христос, искушаемый в пустыне дьяволом, — Богочеловек и ничто человеческое ему не чуждо, но зная, что ему предстоит пережить, он принимает решение очень страшное — казнь и смерть, сделав выбор между жизнью и смертью во имя высшего своего предназначения — пребывания на грешной земле.

Экзистенциальная проблематика была важнейшей темой культуры XIX в., как в русском религиозно-философском направлении (В. С. Соловьев, Е. Н. Трубецкой, Н. О. Лосский, Н. Ф. Федоров, И. А. Ильин, С. Л. Франк, Г. П. Федотов, Н. А. Бердяев), так и в поэтических произведениях М. Ю. Лермонтова, В. С. Соловьева, творчестве Л. М. Толстого и Ф. М. Достоевского. Л. Н. Толстой пишет «Исповедь», где речь идет об абсурдных мифах, а Добро им противоречит, Ф. М. Достоевский — роман «Бесы», художественный текст которого станет предсказанием ужасов грядущей революции. Впоследствии Ф. М. Достоевский скажет, что если бы ему пришлось выбрать между Истиной и Христом, а Христос оказался бы вне Истины, то ему хотелось бы остаться со Христом, нежели с Истиной.

Таким образом, «Христос в пустыне» И. Н. Крамского как художественный текст культуры XIX в. — это выражение и запечатление с помощью образов и религиозных символов животрепещущих проблем XIX в. и поиск их решения, как философского, так и антропологического.

В продолжение экзистенциальной темы как образа Христа вспомним работу И. Н. Крамского «Хохот» или «Радуйся, царю иудейский» (1877–1882). Основная идейная направленность творческой деятельности художника заключалась в глубоком интересе к познанию человека своей эпохи и его судьбы, взаимосвязанной с общественной жизнью и историей отечества. Лучшее всего этот человек

воспринимался, когда И. Н. Крамской изображал его в евангельском облике или в облике своего современника. Поэтому и общественная деятельность И. Н. Крамского, и его глубоко экзистенциальное творчество стали школой для целого поколения русских художников.

Не менее остро на экзистенциальном уровне воспринимается работа И. Н. Крамского «Молитва Моисея после перехода израильтян через Черное море» (1861). В ней художник умело передает смысл и значение молитвы. Молитва сама по себе — это феномен, который насчитывает тысячелетия. И всегда, во все времена человечества когнитивный круг вопросов вокруг молитвы не терял своей актуальности. Более того, молитва из столетия в столетие только укреплялась.

В картине И. Н. Крамского молитва Моисея направлена на спасение народа, за который он был в ответе перед Христом. Сдержанность в изображении одежды Моисея позволяет художнику сконцентрировать внимание на лице и руках, как и в картине «Христос в пустыне», эти детали создают психологическую уверенность и человечность образа. Крепко сжатые вверху над головой кисти рук расположены практически в самом геометрическом центре полотна. Вместе с лицом Моисея они представляют собой смысловой символический центр композиции: сцепленные над головой в судорожно-волевом напряжении руки будто пытаются связать весь мир — небо и землю — воедино.

Другое полотно И. Н. Крамского «Иродиада» (1884–1886), в основе которого лежит также один из библейских сюжетов, побуждает к осмыслению проблемы нравственности мысли и поведения человека, столь актуальной в конце XIX в. Система традиционных смысложенных ценностей разрушалась под влиянием революционно-демократических настроений. «Иродиада» Крамского — свидетельство необходимости выбора каждым человеком в этой «разорванности» бытия своего пути в жизни: с кем ты? Каковы твои идеалы? В чем твой смысл жизни?

Как сам Христос, так и остальные библейские персонажи И. Н. Крамского высоконравственны, но все же они вполне земные люди, чувствующие боль и страдания в реальной жизни. С ортодоксально-церковной точки зрения такой подход художника мог быть воспринят как святотатство. Но у И. Н. Крамского «человек создан по образу и подобию Божию». И каждый человек хотя бы раз в жизни должен сделать выбор: пойти направо или налево, взять за Господа Бога тридцать серебряников или ни на йоту не уступать злу и искушению.

Вызывает интерес в экзистенциальном отношении и еще одна картина художника под названием «Неизвестная» (1883). Портрет изображает гордую, благородную молодую женщину, которая полна внутренней силы и независимости. Однако у зрителей, знающих о трагических коллизиях XIX в., она вызывает ассоциации с Анной Карениной.

Эта женщина красивая, знатная, богатая, но одинокая, жаждущая любви и понимания, а потому — «закрытая», «неизвестная». Л. Н. Толстой поднимает эту проблему в «Анне Карениной». И. Н. Крамской — в портрете «Неизвестная». Тема эта была очень актуальна в XIX в., в особенности в России в связи с несовершенством правовых законодательных актов, касающихся супружеских отношений. Об этом же свидетельствуют такие художественные тексты, как

«Дама с собачкой» Чехова, «Яма» Куприна и множество других литературных произведений. У Куприна («Яма») княгиня Вера Николаевна любима, но не менее одинока, чем Анна. Обе воспитаны в традициях супружеской верности, но обе несчастны. И потому смерть рядом. Она уносит и Анну, и любящего Веру Николаевну молодого человека. Эта вековая тема любви и одиночества звучит по-особенному и у Куприна, и у Толстого, и у Крамского. И есть в этом звучании нечто общее — смертоносные ритмы «железного» века.

Работы И. Н. Крамского воплощают высокие моральные и социальные идеалы своего времени. «Для него художественная правда и красота, моральные и эстетические ценности были неотделимы» [7, 9]. Картины этого мастера сильно повлияли на его современников. И сегодня они по-прежнему волнуют как тексты, созданные художником и основанные на любви и уважении к человеку, сопереживании его жизненным проблемам, что, как мы пытались обосновать, было ценностной доминантой русской культуры этой эпохи. Творческое наследие Крамского — это образные реалистические тексты культуры России, в которых выражены ее моральная сущность и национальное своеобразие.

В рамках данной статьи не было возможности рассмотреть галерею портретов известных русских писателей, ученых, художников и общественных деятелей (Л. Н. Толстой, И. Шишкин, П. М. Третьяков, М. Салтыков-Щедрин, С. Боткин) кисти Крамского. Эти портреты, как тексты культуры, свидетельствуют о великих достижениях культуры второй половины XIX в., как в научной, так и в художественной сфере.

Идеалы И. Н. Крамского как образы культуры XIX в. нашли свое яркое выражение и в портретах крестьян [10, 39]. Портреты раскрывают сложные и искренние эмоции своих героев, особенности их личности и судьбы. Эти портреты — свидетельство значимости простого народа и его творчества в культуре эпохи.

Таким образом, творческое наследие И. Н. Крамского отразило ценностные доминанты и проблемы культуры XIX в. Полотна мастера, как художественные тексты культуры, выражают мировоззренческие ориентиры эпохи, свидетельствуя о России XIX в.

1. Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках: Опыт философского анализа [Электронный ресурс]. URL: <http://www.infoliolib.info/philol/bahtin/probltext.html> (дата обращения: 19.10.2017).

2. Зайнетдинова Р. А. Становление проблемного поля концепции семиосферы Ю. М. Лотмана: историко-философский анализ : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Екатеринбург, 2011. 20 с.

3. Егоров Б. Ф. Борьба эстетических идей в России середины XIX века (1848–1861). Л., 1982. 269 с.

4. Лотман Ю. М. Семиосфера; Культура и взрыв; Внутри мыслящих миров : Статьи. Исследования. Заметки. СПб., 2004. 544 с.

5. Рогинская Ф. С. Передвижники. М., 1993. 182 с.

6. Симбирцева Н. А. Тексты культуры: специфика интерпретации : автореф. дис. ... д-ра культурологии. Екатеринбург, 2017. 45 с.

7. Скотникова Н. С. Художественная антропологическая парадигма русской культуры и ее проявление в живописи второй половины XIX века (Крамской, Суриков). Самара, 2000. 18 с.

8. Товарищество передвижных художественных выставок [Электронный ресурс]. URL: <http://art19.info/peredvizhniki/> (дата обращения: 21.10.2017).

9. *Топоров В. Н.* Пространство и текст [Электронный ресурс]. URL: http://ec-dejavu.ru/publ_Toporov_Space.html (дата обращения: 19.10.2017).

10. *Яковлева Н. А.* Иван Николаевич Крамской. 1837–1887. Л., 1990. 112 с.

Статья поступила в редакцию 23.01.2018 г.

УДК 069.12:37 + 069.8-055.2

В. Г. Ананьев

КУРС МУЗЕЙНОЙ ПОДГОТОВКИ МИРТИЛЛЫ ЭВЕРИ: ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ МУЗЕЕВЕДЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В США ПЕРВОЙ ТРЕТИ XX в.*

Рассматриваются гендерные аспекты ранних проектов в области музееведческого образования. Предмет исследования — курс музейной подготовки, который в 1911 г. был включен в программу женского колледжа Уэллсли (США). Инициатором курса была Миртилла Эвери — историк средневекового искусства, куратор музея колледжа. На основании опубликованных и неопубликованных источников из архива Уэллсли автор анализирует содержание курса как контактной зоны переговоров относительно положения женщин в профессиональном музейном мире первой трети XX в.

К л ю ч е в ы е с л о в а: гендер; музей; музееведческое образование; куратор; Миртилла Эвери; Уэллсли.

Проведение в 1990 г. семинара на тему «Перспективы гендера: эссе о женщинах в музеях» и издание четыре года спустя одноименного сборника статей [9] обозначили начало устойчивого интереса к гендерной проблематике со стороны специалистов в области музейного дела и музеологии. При этом вне сферы внимания исследователей в данном контексте оставался такой немаловажный аспект развития музейного дела, как музееведческое образование. Система подготовки будущих музейных работников формируется на рубеже XIX–XX вв. в рамках первой музейной революции и движения за музейную модернизацию, когда появляется само представление об особой музейной профессии. Особенно активно она развивается в первой трети XX в. в США, и существенный вклад в ее развитие внесли именно женщины: Сара Йорк Стивенсон, Миртилла Эвери, Луиза Коннели, Лора Брагг [5]. В рамках данной статьи, опираясь на ряд как

* I am sincerely grateful to staff of The Wellesley College Archives and especially Mary Yearl for generous informational support of this research, consultations and patience in communication. This publication would not be possible without their participation.

АНАНЬЕВ Виталий Геннадьевич — кандидат исторических наук, старший преподаватель кафедры музейного дела и охраны памятников Института философии Санкт-Петербургского государственного университета (e-mail: v.ananbev@spbu.ru).

© Ананьев В. Г., 2018

опубликованных, так и архивных источников, а также обращаясь к существующей историографии, мы постараемся кратко охарактеризовать один из ранних примеров курсов подготовки музейных профессионалов в США и выявить некоторые его особенности, связанные с гендерными установками того социокультурного контекста, в котором он задумывался и реализовывался.

Профессионализация музейного дела, начавшая активно развиваться на рубеже XIX–XX вв., не могла не поставить на повестку дня вопрос о месте и роли женщин в музейном мире. Музейный профессионал в начале XX в. в первую очередь идентифицировался с куратором, т. е. хранителем-исследователем, специалистом в области профильной дисциплины. И если смотреть с точки зрения кураторских позиций, положение женщин в музеях начала века было более чем плачевным. При этом, как отмечает в своем новаторском исследовании английский историк К. Хилл, для верного понимания того места, которое в музейном деле эпохи занимали женщины, недостаточно просто прикладывать к их судьбам шаблоны мужской карьеры. Необходимо выявлять и собственно женские стратегии адаптации к установленным профессиональным критериям (см.: [10]¹).

По общепризнанному мнению женщины были хороши на скучной, банальной работе, требующей тонкого ручного мастерства, связанной с образованием, коммуникацией с детьми, другими женщинами или представителями рабочего класса, продолжающей в публичном пространстве типично женские домашние практики наведения порядка и уборки. Использование этих стереотипных представлений в своих целях позволяло женщинам, не имеющим доступа к кураторским позициям, достаточно уверенно расположиться в музейном пространстве и стать значимой (хотя зачастую невидимой или игнорируемой) частью музейного сообщества, развивая собственные, гендерно маркированные области профессиональной компетенции [10, 19]. Данные области следует рассматривать не только как зоны сегрегации и маргинализации, но и как инструменты приобретения женщинами новых компетенций и ценностей, которые, в свою очередь, оказывали существенное воздействие на облик самого музейного института [Там же, 22].

Англосаксонский мир не представлял в данном отношении какого-то единого целого и характеризовался существенными региональными различиями. Если в Великобритании женщины практически не принимали участия в работе Музейной ассоциации — первой в мире профессиональной организации такого рода [Там же, 20–23], то в США уже на Второй конференции Американской ассоциации музеев в 1907 г. присутствовали четыре женщины, и одна из них выступала с докладом [12, 153]. При этом, безусловно, господствующие стереотипы давали знать о себе и здесь. По подсчетам современных исследователей, между 1905 и 1945 гг. только десять женщин занимали должность куратора в крупных художественных музеях США. Почти все они были либо одиноки, либо, будучи замужем, не имели детей. Преимущественно женщины в музеях выполняли функции регистраторов и секретарей или занимались образовательной деятельностью [4, 33–34].

¹ За возможность ознакомиться с этой работой я искренне признателен журналу «Ab Imperio: Исследования по новой имперской истории и национализму в постсоветском пространстве» и лично И. В. Герасимову.

Исследовательская работа — все еще понимаемая как суть обязанностей (если не привилегий) куратора — продолжала оставаться мужской вотчиной.

Именно на таком фоне, неоднозначном относительно лавирования между инклюзией и исключением женщин из музейного контекста, в 1911 г. в американском женском колледже Уэллсли был объявлен прием на новый учебный курс — курс музейной подготовки (museum training course). Хотя в литературе и встречаются неоднократные упоминания о самом этом факте, сколько-нибудь серьезного анализа данной инициативы не предпринималось. Сам колледж Уэллсли был основан в 1870 г. как частный женский колледж свободных искусств и к началу XX в. славился передовым подходом в деле преподавания [13, 42–55, 262–278]. Во многом принятые здесь новации были связаны с деятельностью Элис ван Вехтен Браун, в 1897 г. возглавившей как факультет искусств колледжа, так и его музей. Еще в 1889 г. в специальном здании на территории кампуса были выставлены художественные коллекции колледжа, основу которых заложил сам создатель Уэллсли — Генри Фаул Дюран. По имени мецената, на средства которого здание было возведено, разместившееся в нем собрание получило наименование Фарнсвортского художественного музея.

Ван Вехтен Браун не только активнее, чем раньше, начала включать музей в учебный процесс, но и попыталась реформировать его по образцу Южно-Кенсингтонского музея в Лондоне, ставшего первым примером музея нового образца — музея как образовательного учреждения. Как вспоминали впоследствии ее коллеги, первое, с чего начала свою работу в музее ван Вехтен Браун, было удаление отсюда предметов «немuseumного уровня». Галереи почти опустели, но это имело безусловные положительные последствия. Для студентов были доступны художественные коллекции Бостона и Гарварда, сохранение в музее колледжа высокого эстетического уровня, заданного ими, было чрезвычайно важным для формирования у учащихся навыков критического созерцания и оценки [1]. Это было обусловлено теми принципами преподавания искусства, которые отстаивала ван Вехтен Браун и которые стали своеобразной визитной карточкой Уэллсли. Их утверждение сама традиция колледжа связывала со следующими обстоятельствами². В 1897 г. президент колледжа, познакомившись с принципами преподавания искусства, которые на протяжении нескольких лет ван Вехтен Браун внедряла в возглавляемой ею Художественной школе Норвича, пригласила ее в колледж, переживавший период реформ и преобразований. Та, будучи художником, критически настроенным по отношению к академической науке, особого желания принимать приглашение не имела, но, стараясь действовать тактично, выдвинула условие, которое сама считала невыполнимым. Она согласилась войти в штат Уэллсли при условии, что там в программу подготовки специалистов по искусствоведению будут включены практические занятия по искусству. И более того, что они — как лабораторные работы для студентов в области точных наук — станут обязательной частью курсов, необходимых для итогового получения степени. Это

² Характеристика методов преподавания дана по машинописи неопубликованного доклада М. Эвери «Методы преподавания искусства в Уэллсли», хранящейся в архиве колледжа Уэллсли и ранее не привлекавшей внимание исследователей [1].

предложение, к всеобщему удивлению, было принято советом попечителей, и ван Вехтен Браун начала работу в Уэллсли.

Ее первые шаги вызывали критику как в художественных, так и в академических кругах. Одни утверждали, что в пространстве колледжа невозможно создавать высокое искусство, вторые отрицали сам факт необходимости существенных ментальных усилий при занятиях рисованием или живописью. Вместе с тем система практических занятий в мастерских наряду с семинарами и лекциями в аудиториях очень скоро показала себя вполне эффективной и, хотя постоянно подвергалась корректировке, сохранялась в колледже на протяжении следующих десятилетий.

Первые два года обучения студенты изучали вводный курс, во время которого осуществлялось знакомство с базовыми принципами дизайна в архитектуре, скульптуре, живописи и декоративно-прикладном искусстве, а также осваивался общий очерк развития искусства. Отдельные исторические периоды изучались более подробно: греческая скульптура, архитектура средневековой Франции, живопись итальянского Возрождения. Прочее рассматривалось в общих чертах, хотя обязательно подчеркивались исторические взаимосвязи, новые аспекты искусства, связи с современными идеями и опытом, а кроме того, давался эстетический анализ наиболее значимых памятников.

После освоения этого курса студенты могли выбрать годовой курс студийной работы, включавший освоение акварельной техники, рисования углем, моделирования и живописи. Показавшие себя наиболее компетентными могли затем записаться на семестровый курс дизайна. Студийные курсы строились по принципу лабораторных занятий и должны были дополнять знания, полученные в ходе лекций по истории искусства, развивая наблюдательность студентов, умение видеть и критически оценивать произведения искусства. Кроме того, они служили базой для продолжения практических занятий искусством, если студент решал в дальнейшем сам стать художником-практиком и собирался поступать в художественную или техническую школу.

Главной задачей практических занятий было развить у каждого студента, вне зависимости от степени его одаренности в искусстве, навыки наблюдения и фиксации того, что он видит. Терпеливая работа в лаборатории практически у каждого могла сформировать удовлетворительный базис для критической оценки эстетического объекта и подлинного удовольствия от созерцания красоты.

Занятия начинались с освоения пропорций, направления линии, относительных углов. Они были индивидуализированными, так как отдельным студентам требовалось больше внимания для того, чтобы научиться правильно держать карандаш или верно размещать предметы в композиции. На втором этапе изучались качество линии, расстановка акцентов и другие способы эффективного использования линии. Третий предполагал репрезентацию форм при помощи эффектов света и тени и рисование углем. Затем начиналось освоение акварели, ее интенсивности и глубины цвета. Анализируя цвет, глаз приучался к различению его оттенков и нюансов — для этого студенты зарисовывали растения и небольшие музейные предметы приглушенных тонов. Моделирование начиналось

со знакомства с глиной, причем, хотя для копирования иногда использовались гипсовые слепки, основной акцент делался на объемном копировании объектов по фотографиям, что позволяло освоить навык перевода двухмерного изображения в план трехмерности. Кроме того, на протяжении всего вводного курса студенты осваивали навыки быстрой зарисовки.

Завершив курс, студенты могли перейти к лабораторным занятиям, предполагавшим большую степень индивидуализации и, как правило, заключавшимся в анализе того или иного эстетического феномена. Одним из заданий, например, было выявить шесть примеров изображения различных эмоций в фигурах Джотто. Студенту нужно было провести предварительную работу по изучению фотографий, отобрать релевантные примеры, назвать их, разместить рисунки на лабораторной доске и скопировать. В рамках курса колониальной архитектуры студенты по предварительной договоренности посещали близлежащий Салем, измеряли сохранившиеся там каминные или другие детали жилой архитектуры, а позднее зарисовывали их в заданных пропорциях. Лабораторные занятия по скульптуре на завершающей стадии включали моделирование с натуры. А занятия по дальневосточному искусству предполагали знакомство со специфическими ориентальными чертами линии, ритма и композиции, характерными для этой традиции [1, 1–6].

Чрезвычайно значимой эта программа была не только для освоения истории искусства, но и для верного понимания его современного состояния. Следует отметить, что на протяжении нескольких лет одним из преподавателей Уэллсли был Альфред Дж. Барр — прославленный директор Музея современного искусства в Нью-Йорке, с именем которого во многом связано развитие самого концепта музея современного искусства как особого художественного феномена [11]. Студенты на практике осваивали отличие техники художников рубежа XIX–XX вв. от той, что использовалась старыми мастерами, и в качестве заданий писали натюрморты в стиле Сезанна и ван Гога [15, 366].

Система, введенная в Уэллсли Э. ван Вехтен Браун, продолжала развиваться на протяжении первой трети XX в. Наиболее значимые изменения были внесены в нее Миртилой Эвери, в 1930-е гг. возглавлявшей как Департамент искусств колледжа, так и его Художественный музей. Она, откликаясь на требования времени, расширяла спектр преподаваемых дисциплин. Так, например, в программу были включены курсы по истории римского, дальневосточного и византийского искусства [15, 366]. Для чтения последнего Эвери пригласила в Уэллсли Сирарпи Тер-Нерсиян, недавно переехавшую в США из Франции и впоследствии ставшую первой женщиной-профессором Думбартон-Окса. По инициативе Эвери студенты, изучавшие средневековое искусство, упражнялись в технике миниатюры на пергаменте и выполняли фрески в соответствующем стиле на стенах подвального помещения здания, в котором проходили занятия. Участники классов дизайна и композиции разрабатывали проекты и выполняли рельефы для построек колледжа, а также готовили маски для драматических представлений театра, организованных Департаментом греческого языка [15, 366]. Еще раньше по ее инициативе в программу колледжа был включен курс музейной подготовки.

Прежде чем обратиться к его содержанию, остановимся коротко на биографии этой выдающейся женщины.

Как ни странно, в современной историографии отсутствуют исследования, в которых анализировались бы карьера Миртииллы Эвери и ее вклад в развитие искусствознания и музеологии. Все, чем мы располагаем, это свидетельства современников, собранные в несколько юбилейных публикаций и некрологов, а также немногочисленные материалы архива колледжа Уэллсли [15–18]. Они, однако, позволяют достаточно полно восстановить ее биографию.

Миртилла Эвери родилась в 1869 г. В 1891 г. она получила степень бакалавра искусств в колледже Уэллсли, специализируясь на классических языках, и год преподавала их в школе, а затем перешла на работу помощником директора Университета штата Нью-Йорк, где организовала первую в этом регионе передвижную библиотечную систему, включив в нее изобразительные материалы, выдававшиеся на время в школы, клубы и иные общественные организации. В 1896 г. она получила в этом учебном заведении степень бакалавра библиотечных наук. После недолгой работы в Академии для девочек в Олбани Эвери решила продолжить обучение, сконцентрировавшись на теме истории искусства, которая впоследствии станет основной в ее научных интересах. В 1913 г. вновь в Уэллсли она защитила магистерскую диссертацию на тему «Серия фресок на сюжеты Ветхого и Нового Завета в нефе верхней церкви Св. Франциска Ассизского» и уже в процессе работы над этим исследованием начала сотрудничать с художественным музеем колледжа. В 1912–1917 гг. Эвери была его куратором и способствовала реорганизации коллекций в соответствии с требованиями учебного процесса, в котором также вскоре начала принимать непосредственное участие [15, 365–366]. В 1912–1914 гг. она была ассистентом, в 1914–1917, 1918–1919 гг. — инструктором, в 1919–1921 гг. — ассистентом профессора, в 1921–1928 гг. — ассоциированным профессором, наконец, с 1928 г. и вплоть до выхода на пенсию в 1937 г. — полным профессором искусств. Помимо этого в 1930–1937 гг. Эвери выполняла обязанности директора Художественного музея колледжа, а с 1929 по 1937 г. возглавляла Департамент искусств Уэллсли [16, 1]. В 1927 г. она защитила в Рэдклиффе докторскую диссертацию на тему «Литургические свитки Южной Италии» [15, 366]. Именно средневековое искусство стало основным предметом ее научных интересов. С. Тер-Нерсесян писала в некрологе об этом так: «Ее тесные связи с профессором Руфусом Моури, ее огромное восхищение им, вероятно, по большей части и были причиной того, что ее привлекло средневековое искусство — область, в которую она и внесла наибольший вклад как ученый...» [17, 255].

1917 г. Эвери провела, изучая коллекцию средневекового искусства Моргана в Музее Метрополитен. За этим последовали путешествия в Европу в качестве стипендиата Американского археологического института и знакомство с памятниками на местах [15, 366]. Результатом стала публикация первой значимой научной работы Эвери, посвященной проблеме александрийского стиля в цикле фресок римской церкви Санта-Мария-Антиква (1925) [2]. Близость к принстонской группе искусствоведов-медиевистов определила публикацию в основанной Принстонским университетом серии «Иллюминированные средневековые рукописи»

подготовленного Эвери альбома литургических свитков Южной Италии [3]. Эвери была членом Американского археологического института, Академии медиевистики и Ассоциации художественных колледжей. В работе последней она принимала активное участие после выхода на пенсию в 1937 г. (вице-президент в 1941–1944 гг., почетный директор с 1949 г. и т. д.). Скончалась Миртилла Эвери в 1959 г. [17, 255].

Курс музейной подготовки был включен в программу Уэллсли по инициативе Эвери в 1911 г. и рассматривался как совместный с Фарнсвортским художественным музеем экспериментальный проект, призванный готовить музейных ассистентов «в ответ на возрастающие требования в отношении компетентных сотрудников, которые могли бы занять в музеях позиции доцентов³, ассистентов, отвечающих за различные коллекции, включая фотографические и книг по искусству, или же ассистентов с иными обязанностями» [7, 3]. Без экзаменов на курс зачислялись выпускники Уэллсли и других колледжей, обладающие знаниями в области истории искусства. Для прочих предполагались вступительные испытания. Последнее определяло и то, что вместе с курсом музейной подготовки студент мог выбрать и курсы по истории искусства (греческая скульптура, архитектура, итальянская живопись). Но тогда обучение по музейному курсу занимало не один год (девять учебных месяцев), а минимум два. Успешно завершив курс, студент хотя и не получал особого сертификата или диплома, но мог именоваться музейным ассистентом, а его оценки и иные материалы сохранялись в Фарнсвортском музее и могли быть затребованы потенциальным работодателем. И хотя в рекламном проспекте курса утверждалось, что «колледж не занимается трудоустройством студентов, освоивших курс», определенная связь с работодателями все же существовала. Для студентов Уэллсли обучение было бесплатным, прочие платили 50 долл. в год [7, 1–3].

В 1916 г. на ежегодной встрече Ассоциации американских художественных колледжей, говоря о востребованности выпускников программы в музеях, ван Вехтен Браун констатировала, что все 12 человек, закончившие к данному моменту курс, получили удовлетворительные места в музеях и числятся там на хорошем счету. Они занимались общей работой ассистентов, руководили каталогизацией фотографий и т. п. [5, 112].

Что включала в себя программа обучения? Самый ранний из доступных нам источников, буклет курса на 1913/14 учебный год, содержит указания на три учебных модуля: музейную подготовку (Museum Training), подготовку для работы в художественной библиотеке (Art Library Training) и делопроизводство (Office Training). Первый предполагал пять основных тем: 1) учет и хранение музейных предметов (живопись, скульптура, слепки, текстиль, кружева, керамика); 2) выставочная деятельность (организация экспозиции, программы и уведомления, информирование прессы с критической оценкой); 3) методы массово-просветительской работы (доцентские программы): для детей, школ, исследовательских клубов и т. д.; 4) история художественных музеев; 5) современные художественные

³ Так в США на рубеже XIX–XX вв. называли экскурсоводов. Термин был введен в широкий оборот ученым секретарем Бостонского музея изящных искусств Бенджамином Ивсом Гиллманом в его работе «Цели и метод идеального музея» (1918) [8].

направления и методы. Второй включал в себя: 1) отбор и хранение фотографий; 2) заказ и включение новых материалов в собрание, составление попочных описей, классификацию и каталогизацию книг и фотографий; 3) практику рукописного и печатного маркирования; 4) текущую работу абонемента; 5) использование библиографий и каталогов фотографий. Наконец, третий был посвящен: 1) занесению информации в файлы, копированию писем, заполнению официальных бланков, составлению расписаний; 2) рутинной канцелярской работе, таймингу, работе с публикой и в условиях форс-мажора, офисному деловому этикету [7, 2]. Хотя в дальнейшем и происходила определенная корректировка содержания курса, в целом, вероятно, можно признать, что общая схема оставалась примерно такой же на протяжении всего времени реализации. Она упоминается в кратком резюме курса, озвученном в апреле 1916 г. на ежегодной встрече Ассоциации американских художественных колледжей [5, 112], рекламной заметке, опубликованной в 1928 г. в издании Американской ассоциации музеев [20], и буклете курса на 1927/28 учебный год [6, 2–3].

При этом надо отметить, что в истории курса можно условно выделить два этапа: первый охватывает 1911–1917 гг., а второй начинается с 1927 г. В промежутке набор на курс не проводился. Перерыв в преподавании, вероятно, был связан с тем, что в это время сама Эвери не могла уделять реализации курса должного внимания, так как занималась собственно научной работой — изучала европейские памятники *in situ* и готовила докторскую диссертацию, проведя несколько лет вне стен Уэллсли. Ее возвращение к активной преподавательской работе означало и возрождение курса музейной подготовки в 1927 г. [6].

При этом можно отметить, что риторика позиционирования курса этого времени позволяет сделать некоторые выводы относительно определенных перемен в дискурсе, сопровождавшем развитие женского присутствия в музейной профессии. Если в случае с первыми наборами, как мы видели выше, потенциальная позиция выпускниц определялась как позиция ассистента, сейчас ситуация изменилась. В информации о наборе на 1927/28 учебный год о курсе уже говорилось: «Цель — дать выпускницам возможность оказаться среди тех, кто способствует развитию музеев, в качестве музейных инструкторов, ассистентов, музейных библиотекарей, кураторов и директоров» [6, 1]. Таким образом, не только потенциальный набор должностей был значительно расширен и включал в себя уже такие традиционно мужские позиции, как директор или куратор, не только просветительская работа заняла место рядом с фондовой, но и было признано их значение для достижения более высокой итоговой цели — развития музеев. Причем, судя по всему, это была не просто саморепрезентация маргинальной группы, но образ, разделяемый значительной частью профессионального сообщества. «Музейные новости», официальное издание Американской ассоциации музеев, в короткой заметке о наборе на курс 1928 г. практически дословно перепечатали этот перечень потенциальных позиций, доступных для будущих выпускниц [20].

Описание курса 1927 г. хотя и содержит те же самые три модуля, в характеристике их явно присутствуют накопленный опыт и тенденция к большей специализации. Теперь уже слово «музей» есть в названии всех трех блоков: музейные

коллекции, музейная библиотека, музейный менеджмент и делопроизводство. В работе с коллекциями по-прежнему выделяются два раздела: учет и хранение и экспозиционно-выставочная работа, но последняя конкретизируется за счет включения таких частных тем, как, например, экспозиционное оборудование и временные выставки. Музейный менеджмент предполагает изучение наряду с уже традиционными вопросами, обозначенными в 1910-е гг., еще и вопросы издательской деятельности (музейный бюллетень, объявления о планируемых событиях, приглашения), а также музейной политики и организации [6, 2–4]. Последняя тема конкретизирована как «дискуссия и практика», и это свидетельствует о еще одной важной стороне музейного курса, характерной для него изначально и отвечающей общей парадигме искусствоведческого образования в Уэллсли — связи аудиторных и лабораторных занятий, о которой уже говорилось выше.

В данном случае вопрос осложнялся тем, что сама система музееведческого образования как таковая только лишь начинала формироваться и единого мнения о том, как именно должна проходить подготовка будущего музейного работника, еще не существовало. Более того, сама идея подготовки музейного специалиста в учебном заведении была отнюдь не общепринятой. Показательно, например, что на уже упоминавшейся выше встрече Ассоциации американских художественных колледжей 1916 г. было озвучено мнение университетов, предлагавших наиболее полные искусствоведческие курсы (Гарварда и Принстона), в соответствии с которым музейную подготовку следует оставить до времени поступления выпускника-искусствоведа на работу в музей: «Крупные музеи могут выполнить эту работу более эффективно. Мы же лучше послужим им, отправляя туда людей, широко образованных и знакомых с выдающимися памятниками» [5, 112–113]. В таких условиях особенно важным было включать в университетские курсы занятия в музеях, на которых студенты могли непосредственно знакомиться с будущим местом работы. Эвери, прекрасно понимая это, старалась как можно более полно использовать возможности, предлагавшиеся близостью Уэллсли крупным художественным центрам США. Помимо самого Фарнсвортского музея, занятия также проводились в Бостонском музее изящных искусств, Художественном музее Ворчестера, Фоггсовском музее в Гарварде, Школе прикладного дизайна в Провиденсе и Музее Метрополитен. Последнее во многом стало возможным благодаря тесным связям, которые с Уэллсли поддерживал директор музея Альфред Барр, на протяжении ряда лет бывший преподавателем колледжа [14, 68–81]. Кроме того, на занятиях студенты знакомились с работой крупных художественных дилеров и издателей Бостона. Помимо самой Эвери занятия по курсу в конце 1920-х гг. вели также секретарь Фарнсвортского музея (занятия по каталогизации) и ван Вехтен Браун (лекции по музейной политике) [6, 4]. Последний набор был, вероятно, осуществлен в 1941 г., после чего курс больше не предлагался. Показательно, что Пол Дж. Сакс, планируя в Гарварде свой курс подготовки музейных кураторов, который впоследствии станет одним из самых успешных и авторитетных начинаний в США в данной области, обращался за консультациями к М. Эвери: в архиве Уэллсли сохранилось его письмо

от 14 апреля 1921 г. с просьбой прислать печатные материалы с информацией о программе курса [19, 1–3].

Как видим, курс музейной подготовки, разработанный Миртииллой Эвери в начале 1910-х гг. и ставший одним из первых начинаний в области профессионализации музейного дела, предполагал освоение студентами основных направлений музейной работы (учет и хранение, экспозиционно-выставочная и культурно-просветительская деятельность), был ориентирован на удовлетворение кадровых потребностей художественных музеев и включал как аудиторные занятия разного рода, так и обучение на месте будущей работы — в музее. Вместе с тем это был курс, разработанный именно для женского колледжа, и такая гендерная маркированность не могла не повлиять на его содержание, выявив ту амбивалентность, которой характеризовалось женское присутствие в профессиональном музейном пространстве. С одной стороны, изначально ядром курса была рутинная музейная работа, связанная с каталогизацией, учетом и хранением, секретарскими обязанностями, ведением библиотечных фондов, наконец, образовательной деятельностью, т. е. теми самыми направлениями, которые и считались в начале XX в. традиционно женскими работами. Готовя ассистентов, фигур второго плана по определению, курс, казалось бы, поддерживал дискриминирующие аспекты господствующего дискурса. Однако включение в него в конце 1920-х гг. таких вопросов, как, например, музейная политика и расширение спектра потенциальных рабочих позиций, вплоть до директорской, означали наступающие перемены и упрочение женских позиций в профессиональной среде.

Двойственность и неоднозначность этих позиций хорошо видны на примере центрального персонажа данной работы — самой Миртииллы Эвери. В 1939 г. в дар Художественному музею Уэллсли был передан ее портрет. Это событие стало поводом для публикации специального выпуска музейного бюллетеня, целиком посвященного недавно вышедшей на пенсию исследовательнице. Наряду с выступлениями администрации колледжа, на его страницах были опубликованы воспоминания бывших студентов М. Эвери [18]. Представляется, что содержание этого коллективного *laudatio* достаточно точно характеризует рецепцию женского присутствия в профессиональной среде.

Во-первых, интерес представляет сам портрет Эвери, переданный в музей. Это не портрет маслом, а миниатюра на слоновой кости, выполненная Артемис Тавшанян (Караджесян), американской художницей армянского происхождения, т. е. объект, принадлежащий к категории, которую принято называть «*minor arts*». За счет того, что репрезентация женщины выполняется другой женщиной и явно отсылает к тонкому ручному мастерству, граница между настоящим искусством и дамским рукоделием оказывается неочевидной зоной переговоров и не предполагает четкой дихотомии. Передавая музею новый дар, представитель колледжа отмечает социальное признание художницы профессиональной средой и подчеркивает, что она дважды удостоивалась высшей награды Американского общества миниатюристов [18, 2–3]. В риторике церемонии артефакт, таким образом, все время балансирует между полюсами публичного и домашнего, общего и гендерно-маркированного.

Примерно то же самое происходит и с тем образом Эвери, который выстраивается в выступлениях и текстах ее коллег и бывших учеников. Отсылки к ее достижениям как ученого хотя и не отсутствуют полностью, но явно играют вспомогательную роль и формулируются особым образом. Для нее, по словам одного из авторов, «наука не была сухой как пыль <...> а пульсировала человеческим чувством» [18, 5], ее основные достижения связываются с анализом цикла римских фресок, изданием литургических свитков и работой над составлением Индекса христианского искусства [Там же, 8–9], для каждого из этих направлений базовыми оказывались навыки каталогизации, классификации и кропотливого сбора материалов, т. е. то, что вполне соответствовало представлениям начала XX в. о типично женских работах в науке. Определяющей для выбора сферы научных интересов, как и в цитировавшемся выше некрологе, написанном С. Тер-Нерсесян, оказывается близость к Р. Моури [Там же, 7], что до определенной степени лишает Эвери научной самостоятельности.

В качестве администратора Эвери в первую очередь характеризуется как человек, внимательный к малейшим деталям и, казалось бы, второстепенным вопросам. Вот как говорит об этом директор колледжа: «Возможно, люди не могут быть точны, убедительны и эффективны в большом, если, работая с малым, они не выказывают равной точности, убедительности и эффективности. Вспоминая мисс Эвери, я думаю, что ни один секретарь не был более погружен в малые организационные проблемы, более систематичен в представлении деталей бюджета, более осведомлен о мелких событиях, которые в итоге могли оказаться существенными» [Там же, 4]. Вновь мы видим акцент на тщательности и кропотливости, работа с малым и незначительным воспринимается как достижение и область приложения женских усилий.

Центральное место отводится достижениям Эвери в роли преподавателя, причем преподавателя особого рода: лейтмотивом всех выступлений становятся чувства, умение заручиться поддержкой и доверием коллег и студентов, вдохнуть в них уверенность в себе, вести диалог на равных, избегать менторского тона, выстраивать дружеские отношения. Этот образ вновь балансирует на грани между публичным и приватным пространствами: с одной стороны, вспоминаются занятия в колледже и обсуждение научных проблем, а с другой — пожилая миссис Эвери, мать профессора, с которой многие из студентов были знакомы, так как нередко посещали дом учителя, и то внимание, с которым М. Эвери относилась к личным проблемам и кризисам своих учениц [Там же, 11–16].

Представляется, что такого рода риторика репрезентации позволяет лучше понять роль и место женщин в формировании профессионального музейного дискурса первой трети XX в. А обращение в связи с этим к ранним проектам в сфере музееведческого образования может быть полезным не только для выработки перспективной стратегии развития этого направления на современном этапе, но и для анализа более общих культурологических вопросов, связанных с более частными вопросами, такими, как гендер, культура и профессионализм.

1. *Avery M.* Methods of teaching art at Wellesley [1930th] // Wellesley College Archives. 3L Art Department: Staff. Box 1. 6 p.
2. *Avery M.* The Alexandrian Style at Santa Maria Antiqua, Rome // *Art Bulletin.* 1925. Vol. 7. P. 131–149.
3. *Avery M.* The Exultet Rolls of South Italy. Princeton, 1936. Vol. 2.
4. *Baldwin J. H., Ackerson A. W.* Women in the Museum: Lessons from the Workplace. N. Y. ; L., 2017. 214 p.
5. *E. R. A.* Training for Museum Workers // *The Metropolitan Museum of Art Bulletin.* 1916. Vol. 11, № 5. P. 111–113.
6. Farnsworth Art Museum. Wellesley College. Art museum training course. Re-opened in 1927–1928 // Wellesley College Archives. 3L Department of Art: Scrapbooks. Box 1: Scrapbook (1919–1928).
7. Farnsworth Museum of Art Wellesley College. Museum training course. 1913–1914 // Wellesley College Archives. 3L Department of Art: Scrapbooks. Scrapbook (1897–1919).
8. *Giltinan C.* The Early History of Docents in American Art Museums: 1890–1930 // *Museum History Journal.* 2008. Vol. 1, iss. 1. P. 103–128.
9. *Glaser J. R., Zenetou A.* (eds.). Gender Perspectives: Essays on Women in Museums. Washington ; London, 1994. 161 p.
10. *Hill K.* Women and museums, 1850–1914. Modernity and gendering of knowledge. Manchester, 2016. 272 p.
11. *Kantor Gordon S.* Alfred H. Barr, Jr. and the Intellectual Origins of the Museum of Modern Art. Cambridge, 2002. 496 p.
12. *Kohlstedt S.G.* Innovative niche scientists: women’s role in reframing North American museums, 1880–1930 // *Centaurus.* 2013. Vol. 55, iss. 2. P. 153–174.
13. *Lefkowitz Horowitz H.* Alma Mater: Design and Experience in the Women’s Colleges from Their Nineteenth-Century Beginnings to the 1930s. Amherst, 1993. 448 p.
14. *Meyer R.* What was Contemporary Art? Cambridge ; London, 2013.
15. Myrtilla Avery, Professor of Art // *Alumni Magazine.* 1937. June. P. 365–367.
16. Myrtilla Avery — Resume [1937] // Wellesley College Archives. 3L Art Department: Staff. Box 1. 1 p.
17. *Nersessian der. S.* Myrtilla Avery 1869–1959 // *College Art Journal.* 1960. Vol. 19, iss. 3. P. 255.
18. Portrait on ivory of Myrtilla Avery by Artemis Tavshanjian // *Wellesley College Art museum bulletin.* 1939. Vol. 2, № 3 (May). 16 p.
19. *Sachs P. J.* The letter to M. Avery [1921] // Wellesley College Archives. 3L Art Department: Staff. Box 1. 2 p.
20. Wellesley offers training course in museum work // *The Museum News.* 1928. . Vol. 5, № 18 (March). Pt. 1.

Статья поступила в редакцию 22.01.2018 г.

УРАЛЬСКИЙ КОНТЕКСТ

УДК 792.06(470.5) + 792.28

А. В. Кубасов

«ДАТСКИЕ» СПЕКТАКЛИ В ТЕАТРАХ СВЕРДЛОВСКА В 50–70-е гг.

Статья посвящена феномену «датских» спектаклей, поставленных в свердловских театрах с 1957 по 1977 г. Ироническая номинация «датские» передает отношение творческих работников к необходимости ставить спектакли, посвященные знаменательным датам. На материале рецензий, опубликованных в газетах «Вечерний Свердловск», «Уральский рабочий» и «На смену!», рассматриваются проблемы отражения советского дискурса в области театрального искусства, узаконенной иерархии ценностей, ее постепенной трансформации.

К л ю ч е в ы е с л о в а: «датский» спектакль; конъюнктура; свердловские театры; советский дискурс.

Одна из советских традиций — отмечать важные исторические даты трудовыми подарками. Не составляли исключения и театры, готовившие к 7-му Ноября специальные спектакли, которые получили ироническую номинацию «датских» спектаклей. В свое время негласное требование постановки такого рода спектаклей воспринималось по-разному, но чаще как неизбежное зло, которое нужно минимизировать.

Фактически такого рода постановки начали появляться еще во время Гражданской войны. В сборнике «Красная Москва», посвященном трехлетию Октября, отмечалось: «Октябрьские празднества показали первый пример организованно проведенной безвозмездной мобилизации артистов для участия в районных концертах и спектаклях. Всего, кроме участвующих в центральных театрах 7 ноября, мобилизованы были в этот день около 1800 человек» [7]. Мобилизационная практика и впредь будет основным действующим механизмом в подготовке и проведении праздничных спектаклей и концертов.

КУБАСОВ Александр Васильевич — доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой теории и методики обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья Уральского государственного педагогического университета, г. Екатеринбург (e-mail: kubas2002@mail.ru).

© Кубасов А. В., 2018

Для анализа «датских» спектаклей выбран период, ограниченный юбилейными годами — 1957–1977. Материалом послужили публикации газет «Уральский рабочий», «Вечерний Свердловск» и «На смену!», выходивших в Свердловске.

В 1957 г. страна отмечает 40 лет Октября. Беспроигрышным материалом для «датских» спектаклей считались пьесы Николая Погодина. Условием для их постановки был актер, способный «успешно справиться с самой почетной и самой ответственной из всех ролей советского театрального репертуара — ролью Владимира Ильича Ленина» [9, 3]. Таким артистом в Свердловском драматическом театре был признан Г. Шевченко, которому в газете «Уральский рабочий» был посвящен специальный очерк. Премьерные спектакли по пьесе Николая Погодина «Кремлевские куранты» прошли в ноябре 1957 г. В отзыве рецензента областной газеты главное внимание было уделено двум актерам, поочередно игравшим Ленина. Об одном из них говорилось: «Но кажется странным непротивленческое отклонение (sic. — А. К.) режиссера к неверной трактовке образа Ленина арт. Л. Охлупиным, порождающей элементы символики в общую реалистическую ткань спектакля» [3, 3]. Советский дискурс представлен в этом фрагменте ключевыми выражениями — «непротивленческое отклонение режиссера», «элементы символики в реалистической ткани спектакля», а главное — «неверная трактовка образа Ленина». Все это в прежнее время могло иметь весьма драматические последствия для актера. Однако приближалось время «оттепели», и Леонид Охлупин, в будущем народный артист РСФСР, проживет долгую творческую жизнь в театре.

Одним из постоянных мотивов советского дискурса был мотив единства партии и народа, армии и народа и т. д. В театральной среде он трансформировался в идею единства зрительного зала и героев на сцене. Об этом писал в 1958 г. Владимир Мотыль, бывший в то время режиссером Свердловского театра юного зрителя. В «Уральском рабочем» он опубликовал отзыв на спектакль районного драматического театра: «В этот вечер сцена и зрительный зал были едины. Не только потому, что зритель с увлечением следил за развивающимися в спектакле событиями и горячо реагировал на происходящее <...> Нет, дело в том, что живые герои пьесы сидели в зале Ирбитского драматического театра имени А. Н. Островского, который показывал свой новый спектакль “Дали неоглядные” Н. Вирты колхозникам близлежащих районов» [12, 3]. Этот отзыв перекликался с партийной установкой, выраженной к приветствию ЦК КПСС делегатам Всесоюзной конференции работников театров, драматургов и театральных критиков, состоявшейся в октябре 1958 г.: «Советское театральное искусство, которому чужды формалистические увлечения и всякие иные отступления от принципов социалистического реализма, стало подлинно народным искусством, близким и понятным широким массам трудящихся» [2, 1].

«Датские» спектакли вынуждены были ставить все театры, даже такой условный вид искусства, как балет, не мог игнорировать линию партии. К красной дате календаря в ноябре 1959 г. в Свердловском оперном театре был поставлен балет «Сердце Марики». Музыка написал Б. Мошков, либретто — В. Крахт. Рецензировавший этот балет И. Тарабукин цитировал авторов спектакля: «Авторы балета

предпосылают своему произведению такие слова: “Тысячи девушек и юношей разных стран и разных народов горячо любят друг друга и создают дружные счастливые семьи. Но пусть никогда никто не забывает, что за счастье, за их дружбу и любовь, за радость их мирного труда пролили свою кровь советские люди, избавившие человечество от ужасов фашизма и указавшие людям светлый путь мира”. В образе, создаваемом с большим драматизмом С. Тарановской (она танцевала Марику. — А. К.), явно проявилась эта мысль» [19, 3]. В данном фрагменте рецензии очевидны элементы утопического миропонимания: декларируются всеобщий мир и всеобщая любовь, актуализированная прошедшим в 1957 г. Всемирным фестивалем молодежи и студентов.

«Датские» спектакли анонсировались в газетах достаточно канонически, т. е. трафаретно. Один из типовых вариантов заголовка — «Премьера в дни празднования Октября». Далее следует содержание: «Театр юного зрителя имени Ленинского комсомола работает сейчас над новой постановкой “Друг в опасности”. Эту пьесу написал свердловский драматург Лев Григорьевич Румянцев. <...> Новая пьеса Л. Румянцева — это рассказ о дружбе, товариществе, честности и правде. В ней показано два поколения: старшее — коммунисты, сражавшиеся против Колчака, и юные — пионеры, которые свято берегут завоевания своих дедов» [15, 3].

Доминантной чертой «датских» спектаклей была их конъюнктурность, казавшаяся в свое время актуальностью. Особенно ценными считались произведения, в которых отражался региональный аспект конъюнктуры. Таким был спектакль Свердловского драматического театра «Трудный характер». В газетном отзыве о нем говорилось следующее: «Главные герои лирической комедии Е. Валова — люди одного из уральских колхозов. Они борются за высокий урожай кукурузы, терпят поражения и одерживают победы, любят, радуются и грустят. Всё, о чем рассказывает драматург, взято из жизни. И это, естественно, не может не привлекать внимание зрителей, не может оставить их равнодушными. Тем более, что действие разворачивается на родной для нас уральской земле, а об уральцах пока написано до обидного мало» [8, 3]. Отметим в данном отзыве такое распространенное явление, как неразличение понятий «реализм» и «жизнеподобие».

«Датскими» следует признать и спектакли, посвященные съездам КПСС. В «Вечернем Свердловске» в октябре 1961 г. напечатан анонс: «Театр (драмы. — А. К.) откроет сезон новым спектаклем “Океан”, посвященным XXII съезду КПСС» [16, 1]. Съезд начал работу 17 октября 1961 г. Вскоре выходит рецензия на спектакль, где, в частности, говорится: «Спектакль показывает, как стихия, подстерегая, подхватывает свою слабую жертву, если она отбивается от коллектива, если дружба и заботы людей вовремя не поддержат ослабевшего духом» [14, 3]. Одним из ценностных приоритетов того времени был коллективизм, который противопоставлялся индивидуальному началу. Личность уподобляется рецензентом слабой жертве, спасение которой видится только в подчинении ее коллективному началу.

Интонация отзывов на спектакли изменится в период «оттепели». В ноябре 1963 г. в драматическом театре ставится спектакль «Рассудите нас, люди» (режиссер А. Соколов). Уже в названии заявлено обращение к зрительному залу. Зритель из созерцателя, которому со сцены несли сакральное слово партийной

истины, становился активным соучастником театрального действия, вовлекался в проблемную ситуацию. Это хорошо улавливает редколлегия «Вечернего Свердловска», и вместо традиционной авторской рецензии дает в номер запись отзывов работников цеха сварных металлоконструкций Уралмашстроя. Разговор ведется не о правде партии, не о мифическом единстве ее с народом, а о счастье. Интервьюер спрашивает: «А как ты понимаешь счастье?» На что следует вполне «оттепельный» ответ: «Да так же, как и ты! Счастье — создавать в жизни новое, нужное, чтоб тебя люди хорошим словом вспоминали. Ну и, конечно, чтоб рядом с тобой друг шел». Велика вероятность того, что автор заметки просто выполнил своего рода «перевод» каких-то реплик рабочих завода на изменившийся тонально и содержательно нарратив. Если спектакль назывался «Рассудите нас, люди», то заметка в «Вечерке» — «И люди рассудили» [6, 3].

Однако партийные проработки никуда не ушли. В декабре 1963 г. газеты публикуют передовую статью, в которой сжато излагается выступление начальника управления культуры обласполкома А. В. Зимина: «В прошлом сезоне подверглась серьезной критике репертуарная линия Свердловского драматического театра. Нет, не потому, что коллектив допустил идейные срывы, а потому, что порой утрачивал устремленность к спектаклям на современную тему, не создавал значительных произведений о героях наших дней» [20, 1]. То есть критика чиновника была направлена не на то, что было сделано, а на то, что не сделано, на нечто нематериальное (утрата «устремленности к спектаклям»), а потому такого рода критика изначально не предполагала возражений или контраргументов.

16 октября 1964 г. в советских газетах был опубликован важный текст, отметивший слом эпох: «Пленум ЦК КПСС удовлетворил просьбу тов. Хрущева Н. С. об освобождении его от обязанностей Первого секретаря ЦК КПСС, члена Президиума ЦК КПСС и Председателя Совета Министров СССР в связи с преклонным возрастом и ухудшением состояния здоровья. Пленум ЦК КПСС избрал Первым секретарем ЦК КПСС тов. Брежнева Л. И.». Наступало новое время, и это было время ожиданий и надежд. Осенью 1965 г. в драматическом театре поставили пьесу Алексея Арбузова «Мой бедный Марат» (режиссер А. Соколов). Рецензент «Вечерки», видимо, по инерции пытался «подтянуть» камерный спектакль к «датской» постановке, найти в нем требуемый и ожидаемый смысл: «Спектакль этот — о судьбе поколения. Об ответственности перед эпохой. И не кажутся тесными рамки одной и той же ленинградской комнаты и за классическим любовным треугольником, за сложными взаимоотношениями трех молодых людей встает нелегкая жизнь наших современников — судьбы героев пьесы неразрывны с судьбой страны, с ее трудными и победными годами» [13, 3].

Стоит сказать о том, что любая традиция или, говоря по-современному, любой тренд обладает инерционной силой. В том же, еще либеральном, 1965 г. оперный театр, проявляя требуемую властью «устремленность к спектаклям на современную тему» поставил оперу М. Магиденко «Варина любовь». Она написана по мотивам последней части романа «Поднятая целина». Дирижер спектакля К. Тихонов говорил по этому поводу: «В сюжетную основу произведения легла лирическая линия взаимоотношений Вари и Давыдова. В одном из своих выступлений Михаил

Шолохов высказал мысль, что каждый человек должен пройти по жизни с большой чистой любовью. Вот об этом и написана опера. Большое, созидающее чувство поднимает Варю до настоящего человека наших дней, заставляет ее по-новому взглянуть на мир. Задумываясь над ее судьбой, над тем, что дала ей революция, невольно вспоминаешь знаменательные слова Ленина о том, что у нас каждая кухарка сможет управлять государством...» [4, 1]. Очевидно, что такую «кухарку при власти» и видел в героине оперы дирижер.

Юбилейные годы всегда предоставляют возможность еще раз утвердить и укрепить те или иные идеологемы. 1967 г. станет именно таким временем. Уже осенью 1966 г. обсуждается перечень спектаклей, которые должны будут поставлены в разных театрах. В это же время «Вечерка» опубликовала беседу с председателем Свердловского отделения ВТО Леонидом Охлупиным, который охарактеризовал будущую «юбилейную афишу». Ее должны были составить пьеса Михаила Шатрова «6 июля» в драматическом театре, «Брестская крепость» Кирилла Молчанова в оперном театре. Особую пикантность в свете нынешних событий приобретает известие еще об одной ожидаемой премьере: «Необычным, остро сатирическим произведением может стать оперетта Т. Хренникова и Е. Шатуновского “Белая ночь” — о последних днях “Дома Романовых” — в театре музыкальной комедии» [21, 2].

Наступает юбилейный 1967 г. Вся страна посвящает 50-летию Октября свои трудовые подарки, не остаются в стороне и театры. Заведующая литературной частью театра музыкальной комедии написала отзыв на поставленную в театре «Белую ночь»: «Произведение большой мысли, пронизано идеей неизбежности победы революции, “Белая ночь” выдвигала перед участниками спектакля сложные и интересные задачи. <...> Россия — тюрьма. И на макете — решетка, на которой распростер огромные крылья двуглавый орел — символ династии Романовых. По ходу действия, когда царь теряет власть, этот орел разрушается. Жалкий, похожий на мокрую курицу, он повисает на решетке с разбитыми крыльями и сломанной головой. <...> А на сцене идет репетиция. Картина называется “Убийство Распутина” (его репетирует молодой актер В. Барынин). Заговорщики: князь Юсупов (заслуженный артист РСФСР С. Духовный), великий князь Дмитрий Павлович (артист Э. Жердер), Пуришкевич (Г. Энгель), Сухотин (А. Муравьев), доктор Лазоверт (С. Буцын). Автор наполнил эту сцену (убийство Распутина! — А. К.) комическими деталями. Актеры во главе с режиссером В. А. Курочкиным ищут наиболее образное и яркое ее решение. Главное — создать эпизод, который поможет раскрыть основную идею произведения: никто из претендентов на роль властителя России не имеет на это морального права, история — против них» [5, 3].

Надо сказать, что даже «датские» спектакли предполагали некие рамки, которые оставляли их создателям возможности выбора, пусть и ограниченные. Показательна в этом отношении позиция Свердловского ТЮЗа, который поставил в юбилейный год на своей маленькой сцене «Мистерию-буфф» В. Маяковского. Известно, что само произведение написано так, что допускает варьирование текста. Театр привлек для этого Германа Дробиза. Читая рецензию на этот спектакль

Ю. Матафоновой, можно заметить, что в ней минимизирована идеологическая конъюнктурность, практически нет набивших оскомину идеологических штампов и трафаретов [11, 3].

Пропустим десять лет и обратимся сразу к 1977 г., когда фактически последний раз торжественно отмечался юбилей революции. «Датские» спектакли не исчезли, но их ортодоксальность ослабела. Появилось новое поколение людей, стало больше «усомнившихся Макаров», главное же — изменился дух времени. Как следствие, стал другим и тон рецензий на «датские» спектакли: их отличает большая сдержанность и информативность, акцентированный искусствоведческий анализ. Идеологический компонент становится своего рода неизбежной мздой, которую надо заплатить, чтобы потом написать что-то свободно, без оглядки на идеологические догматы.

В редакционной заметке «Уральского рабочего», озаглавленной «С революцией в сердце», дан сжатый обзор «датских» юбилейных спектаклей, появившихся в городе. В 1977 г. Свердловский драматический театр поставил «Оптимистическую трагедию» В. Вишневского, ТЮЗ — спектакль по пьесе Б. Равенских и М. Анчарова «Драматическая весна», посвященный Николаю Островскому, оперный театр — оперу Т. Хренникова «В бурю» [17, 4]. Симптоматична рецензия А. Викторовой на указанный спектакль ТЮЗа: несмотря на близость юбилейной даты, рецензент даже не упомянула о ней, ограничившись собственно театроведческим анализом [1, 3]. Профессиональной рецензией театроведа можно считать заметку А. Лапиной, посвященную спектаклю театра музыкальной комедии «Гори, гори, моя звезда» (музыка С. Пожлакова). Текст написан в форме диалога Критика и Зрителя, который предполагает отказ от претензий на обладание истиной, приглашает читателя газеты включиться в диалог [10, 3]. Очевидно, что и редакционная политика в 1977 г. стала другой по сравнению с той, что была десятилетием раньше. Стоит добавить, что как бы мы ни иронизировали над «трудовыми подарками», порой они оказывались настоящей ценностью. Такой подлинной ценностью, например, стало новое здание ТЮЗа, открытое осенью 1977 г. и бывшее на тот момент одним из лучших по оснащенности в стране.

Если попытаться выделить объединяющее начало во всех упомянутых спектаклях, то, очевидно, этим общим знаменателем следует признать их акцентированную социальность, необходимость выполнения всеми участниками творческого процесса явно или интуитивно ощущаемого социального заказа в рамках «советскости».

Ушел ли сегодня из жизни такой театральный феномен, как «датский» спектакль? Думается, что нет. Радикально сменился характер конъюнктуры, но не произошло как такового отказа от нее. Если в прежнее время «датский» спектакль был формой подчинения идеологическому диктату, необходимой данью, которую должен был заплатить театр, то теперь место идеологических канонов заняли понятия «успех», «скандал», «кассовый сбор». Приведем лишь один показательный пример. На официальном сайте мэра Москвы дан анонс спектакля «Девушка и революционер»: «Спектакль театра “Практика” “Девушка и революционер” — история взаимоотношений Иосифа Сталина и Надежды

Аллилуевой. В центре два события — Октябрьский переворот и романтическая встреча Сталина и Аллилуевой. Для писателя Игоря Симонова эти две исторические фигуры — повод рассказать о природе власти, о том, что она делает с людьми, и о взаимоотношениях мужчины и женщины. 7 ноября 1917 г. большевики взяли власть в стране. Где в этот день находился Иосиф Сталин, истории неизвестно. Зрителю предлагают представить, что он в этот день предавался любви и философии с Надеждой Аллилуевой, шестнадцатилетней дочкой своих друзей» [18]. Как говорится, комментарии излишни.

-
1. *Викторова А.* На сцене — Николай Островский // Веч. Свердловск. 1977. № 260 (6084). 4 нояб. С. 4.
 2. Всесоюзной конференции работников театров, драматургов и театральных критиков // Урал. рабочий. 1958. № 239 (13045). 11 окт. С. 1.
 3. *Гаряев Л.* «Кремлевские куранты» // Урал. рабочий. 1957. № 295 (12795), 18 дек. С. 3.
 4. Герои Шолохова на оперной сцене // Веч. Свердловск. 1965. № 281 (2435), 29 нояб. С. 1.
 5. *Глазырина И.* Многоцветье «Белой ночи» // Урал. рабочий. 1967. № 244 (15819), 15 окт. С. 3.
 6. *Кашина Н.* И люди рассудили // Веч. Свердловск. 1963. № 267 (1805), 13 нояб. С. 3.
 7. Красная Москва. 1917–1920 гг. Издание Московского Совета Р, К. и КР. Д [Электронный ресурс]. URL: <https://dlib.rsl.ru/viewer/01004751954#?page=3> (дата обращения: 09.01.2018).
 8. *Краснов Г.* Пьеса и спектакль // Веч. Свердловск. 1959. № 249 (557), 21 окт. С. 3.
 9. *Кривицкий К.* Артист истинной правды // Веч. Свердловск. 1960. № 287 (903), 7 дек. С. 3.
 10. *Латина А.* Право зажечь звезду // Веч. Свердловск. 1977. № 259 (6083), 3 нояб. С. 3.
 11. *Матафонова Ю.* «Мистерия» рождается вновь // Урал. рабочий. 1967. № 266 (15841), 11 нояб. С. 3.
 12. *Мотыль В.* «Дали неоглядные» // Урал. рабочий. 1958. № 300 (14006), 25 дек. С. 3.
 13. *Орлова Э.* Как ты живешь, человек? // Веч. Свердловск. 1965. № 244 (2398), 15 окт. С. 3.
 14. *Панфилов А.* Океан жизни // Веч. Свердловск. 1961. № 256 (1180), 28 окт. С. 3.
 15. Премьера — в дни празднования Октября // Веч. Свердловск. 1959. № 248 (556), 20 окт. С. 3.
 16. *Радукин Е.* В новом сезоне // Веч. Свердловск. 1961. № 238 (1162), 7 окт. С. 1.
 17. С революцией в сердце // Урал. рабочий. 1977. № 261 (18853), 10 нояб. С. 4.
 18. Спектакль «Девушка и революционер» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mos.ru/calendar/event/10939088/> (дата обращения: 24.08.2017).
 19. *Тарабукин И.* Вновь аплодисменты // Веч. Свердловск. 1959. № 279 (587), 26 нояб. С. 3.
 20. Театр и советская пьеса // Веч. Свердловск. 1963. № 291 (1829), 12 дек. С. 1.
 21. Юбилейная афиша. Деятели искусств к 50-летию Советской власти // Веч. Свердловск. 1966. № 280 (2743), 30 нояб. С. 2.

Статья поступила в редакцию 16.01.2018 г.

УДК 070.23(1-32) + 82'06

Ю. С. Подлубнова

ГРУППОВЫЕ ИДЕНТИЧНОСТИ И ЯЗЫКИ САМООПИСАНИЯ МОЛОДЫХ УРАЛЬСКИХ ЛИТЕРАТОРОВ НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТЫ «НА СМЕНУ!» (1925–1929)*

Исследование посвящено литературной странице свердловской газеты «На смену!» и более всего рубрике бесед с начинающими писателями (1925–1929), которые вели руководители и активные участники литературной группы «На смену!» В. Макаров, В. Тарбеев, С. Васильев и др. Беседы и критические статьи в газете позволяют описать групповые идентичности (а речь идет именно о множественных идентичностях) молодых уральских литераторов, большей частью поэтов, и проанализировать языки их самоописания. Литературная страница «На смену!» запечатлела основные моменты, связанные с появлением, самоопределением, изменением политического курса и смычкой литгруппы «На смену!» в 1926–1927 гг. с более обширным и четко управляемым вапповским движением.

К л ю ч е в ы е с л о в а: литературная группа «На смену!»; литературная жизнь Урала 1920-х гг.; региональная печать; УралАПП; групповая идентичность; языки самоописания.

Литературная жизнь 1920-х гг. с ее специфической литературой «полуписателей-получитателей» [16, 346] располагала к образованию групп и формированию групповых идентичностей, и Урал в этом плане не являлся исключением. Как показывают исследования Н. С. Журавлевой, общее веяние эпохи — создание и функционирование писательских группировок — не обошло уральскую провинцию. Оно затронуло и Свердловск, ставший в 1920-е центром общественной и литературной жизни региона, и Пермь, в 1923 г. утратившую губернский статус, но не растерявшую творческий и интеллектуальный потенциал, и южноуральские города, стремящиеся набрать культурный и литературный вес [19–21]. Приведем также высказывание М. Батина: «Именно тогда, в первой половине 20-х годов зарождаются в Свердловске и области многочисленные кружки, предварившие возникновение областной писательской организации. <...> Литературные кружки создавались и в окружных городах огромной Уральской области...» [2, 6]. Однако если после революции и в начале 1920-х гг. кружки и группы возникали чаще всего спорадически, под влиянием различного рода инициатив (к примеру, таковы были екатеринбургские «Улита», «Мартен»), то постановление Политбюро ЦК РКП(б) «О политике партии в области художественной литературы» 1925 г. в корне

* Исследование подготовлено в рамках проекта РГНФ «На границе литературы и факта: языки самоописания в периодической печати Урала и Северного Приуралья XIX — первой трети XX века» № 16-04-00118 а.

ПОДЛУБНОВА Юлия Сергеевна — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры издательского дела Уральского федерального университета; научный сотрудник сектора истории литературы Института истории и археологии УрО РАН; заведующий музеем «Литературная жизнь Урала XX в.». Объединенного музея писателей Урала (e-mail: tristia@yandex.ru).

изменило ситуацию, сделав «завоевание позиций в области художественной литературы» [14, 54] задачей сугубо государственной, требующей выработки способов влияния политической повестки на стратегии самоопределения литераторов и их творчество. Уже к 1927 г. литературные группировки утратили возможность творческого лавирования и были либо распущены, либо преобразовались в вапповские структуры, напрямую курируемые органами власти. Еще одно известное постановление ЦК ВКП (б) «О перестройке литературно-художественных организаций» 1932 г., упразднившее ВАПП и создавшее основу для образования Союза писателей, лишь завершило общий процесс встраивания региональных писательских групп во всесоюзную систему управления литературой.

Несомненный групповой характер литературной жизни в 1920-е гг. — особенно это касалось регионов — был обусловлен целым рядом факторов, в частности, традициями литературной борьбы, заложенными предшествующей эпохой с ее течениями, группами и кружками; отчетливо обозначенной ставкой новой власти на коллективизм и коллективные формы проявления гражданской и любой иной активности, в том числе интенсивно взращиваемым рабкоровским движением; немислимой без соратников борьбой за право определять будущее страны и советского искусства (признание насменовца К. Боголюбова: «У нас у всех было страстное желание участвовать в создании новой, пролетарской культуры» [3, 95]); массивным приходом в послереволюционную литературу молодых авторов «от сохи и станка» (ставка Л. Троцкого на молодежь [27, 74]), не имевших хорошего образования и существенного опыта работы со словом и объединившихся под лозунгами литературной учебы (московские «Молодая гвардия», «Рабочая весна»). Так, в Свердловске в 1925 г. при одноименной молодежной газете создается литературная группа «На смену!», получившая покровительство В. Ермилова. Из воспоминаний писательницы Е. Медяковой: «Десятки молодых (и немолодых) поэтов приходили со своими стихами в редакции газет. <...> Чтобы как-то организовать стихотворцев и поток их стихов, редакция комсомольской газеты “На смену!” собрала их однажды в полупустой комнате, где были расставлены скамьи из простых досок. Здесь работал “Клуб рабкоров”. В этой комнате и родилась в декабре 1925 года литературная группа, принявшая название молодежной газеты» [35, 101–102]. Примечательно, что у свердловской группы молодых авторов не было ярко выраженной эстетической позиции, зато «вслед за “Октябрем” “насменовцы” нацеливались на борьбу за развитие пролетарского движения и партийность в литературе» [17, 242]. На практике же многие авторы в своем творчестве решали задачи, далекие от идеологических и политических.

Примечательна и судьба этой литературной группы: в конце 1920-х она подверглась «чистке» и вынуждена была обновить свои политические установки, в начале 1930-х оказалась без прежних лидеров и знаковых фигур, обвиненных в движении «от станка к богеме»¹, и была преобразована в СвердловАПП, молодежную структуру УралАППа.

¹ Так называлась разгромная статья К. Боголюбова, в 1929 г. оставившего «На смену!» и вошедшего в секретариат УралАППа [4].

Однако пример группы «На смену!» убеждает в том, что попытки искусственно сформировать групповые идентичности региональных литераторов не всегда приводили к регламентации их творческих практик: занятие литературой зачастую формировало запрос на повышенную меру свободы, и даже авторы, пришедшие в литературу от станка или с рабфака, могли выйти за пределы установленных идеологических и художественных границ.

В связи с осознанной необходимостью контролировать и одновременно формировать литературное движение региональные газеты 1920-х гг. стали активно осваивать формат литстраницы — своеобразной витрины, позволяющей демонстрировать творческий потенциал различного рода групп писателей и одновременно обозначать политические и художественные приоритеты этих групп. Литературные страницы открыто демонстрировали, о чем и как надо писать, какие темы поднимать, как правильно к ним подходить, какой язык использовать. Литературная страница газеты «На смену!», функционировавшая всю вторую половину 1920-х гг., не стала исключением: ее содержание в контексте эпохи довольно типично. Через литстраницу «уральская комсомолия и всесоюзная молодежь найдет правильную дорогу художественно отразить все моменты нашей жизни, нашей работы, нашей борьбы...» [15].

Литстраница была наполнена большим количеством малых жанров: стихотворениями, рассказами, очерками и пр. При этом критика (статьи и рецензии) в газете была представлена весьма эпизодически, да и критиков, как вспоминает К. Боголюбов, в Свердловске был дефицит [3, 92], тем более молодых, на которых был явный газетный запрос. Однако в рамках литстраницы «На смену!», помимо редких статей, которые мы не обойдем в нашем разговоре, появилась очень живая форма литературно-критического высказывания: беседа-обучение, предполагавшая передачу опыта от одних авторов другим.

Надо отметить, что все авторы «На смену!» были молоды и объединены безусловным пониманием, как должна развиваться советская литература. «Новые писатели нам нужны, нам необходимы новые литературные силы. Значит наша задача — помочь начинающим писателям в их дальнейшей работе, взять над ними культурно-литературное руководство», — в духе времени сформулировал общую позицию насменовец В. Реут [37]. Насменовцы, а по факту те самые новые писатели, которые должны прийти на смену «старым», испорченным буржуазной идеологией, призывали учить друг друга и начинающих авторов литературному мастерству. Учить, используя самые разнообразные инструменты и площадки, ибо «ударники были всем хороши — управляемые, внушаемые, амбициозные, энергичные, не слишком рефлексирующие, — кроме одного: они не умели писать» [16, 381].

«Беседа с начинающими писателями» как газетная рубрика и как форма литконсультации образовалась из довольно традиционной газетной формы ответа на письма читателей. Так, в номере от 25 января 1925 г. была опубликована заметка «Наше творчество», подписанная В. Брутом, где говорилось, что «На смену!» получает «...много стихов, рассказов от начинающих писателей-комсомольцев. Все эти авторы нуждаются в совете, в указании и пр.», и далее отмечалась необходимость

«давать краткие обзоры» тех произведений, которые в газету не попадают, и тут же, в этой заметке, приводился образчик подобного обзора [5].

Стоит обратить внимание и на обобщающее обозначение В. Брутом в качестве начинающего писателя всякого, кто присылает свои тексты в газету. Подобная щедрость критика объясняется не только задачей вовлечения молодежи в литературное творчество. Очевидно, что перед нами эксплицитная литературная рефлексия, сопровождающаяся в том числе саморефлексией автора, взявшего на себя функцию учителя словесности, а также представителя газеты, работающей на обслуживание госзаказа. После образования в 1925 г. литгруппы обзоры станут единственной формой нехудожественного высказывания в рамках литературной страницы газеты «На смену!», удобной площадкой для выработки определенных приемов самоописания литгруппы.

Для начала формат подобной беседы предполагал размежевание на состоявшихся литераторов — тех, кто наделен правом давать советы, — и начинающих — тех, кто только пытался войти в литературу и априори нуждался в подобного рода советах. Насменовцы, взявшиеся вести рубрику, по своему возрасту прямо соотносились с пишущими в газету. Например, в разное время начинающим давали советы В. Макаров (1905 г. р.), В. Тарбеев (1906 г. р.), С. Васильев (год рождения не установлен). За их спиной были учеба на рабфаке, работа в литературной группе, целый ряд публикаций в свердловских газетах и журналах, которые как раз и подтверждали их статус состоявшихся литераторов. Осознание статуса и определенный опыт литературной работы задавали дистанцию между учителями и потенциальными учениками. Стоит ли удивляться, что тема молодости учителей никак не фигурировала в беседах, будучи предметом рассуждения в лучшем случае сторонних наблюдателей. Зато молодость начинающих писателей декларировалась как самими начинающими, подписывающимися, например, «Комсомолец», «Юнкор Октябрьский» или «Тарбеев-Комсомольский», так и теми, кто отвечал им от имени газеты: «Ленинцу. Не советуем писать о богах, чертях и т. д. Как живет наша молодежь — вот о чем пиши» [36]; «Комсомол — самое близкое, самое дорогое для нашей молодежи, вот почему наш растущий литературный молодняк с такой любовью и хозяйской внимательностью пишет о комсомоле» [12].

Позиция, вольно или невольно подразумевающая деление на старших и младших, манифестировалась обращением «на ты» и различными императивными конструкциями. Например, Докучаеву, написавшему стихотворение «Красноармеец», газета отвечала: «Нужно тебе не только больше читать, но надо учиться первоначальной грамотности» [38]. С приходом В. Макарова в качестве литконсультанта тональность несколько изменилась, появилось нейтральное третье лицо в разговоре об авторах и главное — форма множественного числа: «Мы советуем тов. Селяеву от описания страшных космических вещей перейти к описанию и отображению простых советских будней» [30]. Что значило «мы» В. Макарова, столь далекое от всеобъемлющего пролетарского «мы», по замечанию М. Левченко, «переносащего на авторское “я” свойства “мы” с одновременной потерей свойств собственно “я”» [28]? Было ли это «мы» коллективного субъекта литературной группы? Или оно появилось здесь из университетских аудиторий

и академических штудий, надо думать, не чуждых рабфаковцу В. Макарову? «Мы» в многочисленных контекстах газетных бесед, разумеется, имело различные денотаты, но так или иначе, прямо или косвенно указывало на концепцию коллективности литературного творчества, несомненно разделяемую авторами бесед, а также на наличие общей идентичности у учителей и учеников, которая определялась даже не через молодость участников литературно-газетного процесса, но через принадлежность к одной идеологической системе, существенным образом влияющей на пишущего. Не случайно и авторы бесед, и те, кто попадал в обзоры, столь часто рассуждали о комсомоле, его задачах и способах избрания комсомолки.

С приходом В. Макарова в рубрику заметно усилились пропагандистская и воспитательная составляющие. Новый ведущий бесед начинает целенаправленную борьбу с безыдейностью, с унынием в поэзии: «Вот стихотворение “Элегия”, автор которого (рабочий парень) скрывается под псевдонимом “Чепуха Чепухова” <...> Что это? Сплошное уныние, тяжелая безнадежность и незрелое безверие, которым не место в рядах рабоче-крестьянской молодежи...» [31]. Нередко В. Макаров корит молодежь за сцены, которым «мог бы позавидовать наш лучший порнографист Федор Сологуб» [29], или высказывается против легкомысленности «освещения серьезных бытовых вопросов молодежи» [32].

Осенью 1926 г. В. Макарова в качестве ведущего рубрики сменяет стремительно переместившийся из начинающих в состоявшиеся В. Тарбеев, более прямолинейный в своих высказываниях. К примеру, Е. Великанову, написавшему стихотворение «Трясина», он советует: «Но ты, как комсомолец, брось свою тоску и не закрашивай ее своими красными лепестками. Настроение у тебя есть: пиши бодро о простой жизни» [39].

Декларируемое стремление искоренить безыдейность и упадочничество в литературе не было обусловлено личными предпочтениями авторов бесед, но напрямую было связано с разворачивающейся кампанией по борьбе с декадентскими настроениями среди молодежи, заклеяемыми как «есенинщина»². «Происходит какое-то странное явление, — недоумевали наблюдатели. — В стране малокультурной, отсталой, где художественная литература проникает только в незначительные верхушечные слои, вдруг поэта Есенина, сочинения которого разошлись в десяти-пятнадцати тысячах экземпляров, делают знаменем общественного явления, происходящего в самых отсталых слоях рабочего класса. Этим дают флаг отсталым настроениям, под которым объединяются все мелкобуржуазные элементы, мелкобуржуазные писатели и поэты, мелкобуржуазная молодежь, не находящая себе места в процессе социалистического строительства» [42, XII].

21 октября 1926 г. «Литературная страница» «На смену!» выходит со статьей С. Васильева «Есенин и “хулиганство в стихах”», написанной в привычном формате литбеседы, с разборами текстов и советами, однако вместо тех, кто

² См., например, издание: Упадочное настроение среди молодежи. Есенинщина. М. : Изд-во Комкадемии, 1927. В него вошли тексты выступлений А. Луначарского, К. Радека, В. Полонского, В. Фриче, В. Ермилова, В. Маяковского, Л. Леонова и др. [42].

присылает в газету письма со стихами, в прицеле поэта и критика оказываются уже знакомые читателю В. Макаров и В. Тарбеев, что мгновенно понижает их символический статус в газете: из «живых классиков» их перемещают снова в разряд начинающих. «Хорош поэт Есенин, но плохи его настроения, — пишет С. Васильев, и сам не раз подражавший поэтическому кумиру молодежи. — Хороша его простота, но плохо то, что наши начинающие поэты не учатся этой простоте, а целиком берут его “паршивые” настроения» [9]. Критик обвиняет В. Макарова в «злостном закрывании глаз на жизнь настоящую, хорошую, ради которой мы боролись и которая не мираж, а действительность» [Там же]. «Да, Вася, если ты последуешь за Есениным, то здоровая рабочая молодежь тебя как своего поэта забудет» [Там же].

Есенинскую тему в газете подхватывает еще один насменовец А. Исетский (1896 г. р.), самый взрослый и, видимо, потому самый авторитетный из дискутирующих. Он подчеркивает, что пороки общества — бандитизм, проституция, прочие нарушения закона — не только могут, но и должны быть отраженными в литературе, и Есенин здесь не при чем. «Мы боролись и боремся за светлую и радостную жизнь», а не за «сусальную конфетку» [24]. Впрочем, такой ответ не означал реабилитации В. Макарова и В. Тарбеева, которые «взяли большую тему», но совершенно с ней не справились.

В 1927 г. пристально следящий за настроениями молодежи С. Васильев возглавил группу и продолжил вести литературные беседы. К теме «есенинщины» он вернулся 8 мая. Так, о стихотворении «В минуту жизни» Юнкора Октябрьского критик писал: «Автор сам не понимает, что с ним происходит, он увлекся чистенькими, но с грязной и вредной подкладкой стихами Есенина и подражает...» [11].

По сути, и С. Васильев, и А. Исетский перевели литературную беседу в плоскость сугубо политического разговора, уточняющего идеологический курс региональной литературы. Показательно, что «мы», которым оперировали критики, в данных контекстах было отчетливо классовым: объединяющим вокруг идеологических координат и политики партии и в то же время репрессивным по отношению ко всякому уклоняющемуся от этого курса. Не случайно самым серьезным обвинением, прозвучавшим в дискуссии, стало обвинение в отрыве от своего класса, что, как подчеркивал С. Васильев, вело «неокрепших ребят» к гибели. Критик вопрошал: «Почему Есенин так глупо погиб?» И тут же отвечал: «У него не было под ногами твердой почвы, он не пошел ни к рабочим, ни к новой деревне» [9]. «Оторвавшись от завода, от рабочей массы, ребята сразу теряют свой жизненный путь», — убеждал он читателя [Там же].

Надо отдать должное: путь к гибели, указанный С. Васильевым, не был только фигурой речи. 27 февраля 1927 г. «На смену!» публикует статью В. Василевского «Смерть Аверьяна Голго». Аверьян Гольий — псевдоним автора рассказов и очерков в уральской прессе, председателя правления Белорецкого рабочего клуба и редактора стенной газеты «Гудок» Николая Михайлова. В том же феврале 1927 г. он повесился перед портретом Есенина прямо в клубе. Смерть сопровождалась бутафорскими жестами: в грудь улыбающемуся на портрете Есенину самоубийца воткнул алую бумажную розу, а петлю себе он соорудил из шелкового

кашне. В статье не приводились конкретные причины поступка писателя, но много говорилось о его богемном образе жизни и все о том же отрыве от рабочей среды [7].

Усиление идеологического диктата и отчетливый вапповский курс, который взяла группа в 1926–1927 гг., спровоцировали конфликт самоопределения и самоописания поэтов, когда необходимость быть у читателя на виду требовала, по сути, отказа от литературы как таковой или повторения газетных клише в высказываниях. И если В. Макаров и В. Тарбеев, охотно использующие язык деклараций в своих критических статьях, но позволявшие определенную свободу в поэзии, после проработки лишь потеряли в литературном статусе, то гораздо драматичнее сложилась судьба В. Шипулина, насменовца более романтического склада, не пожелавшего (до определенного времени) осваивать идеологически скорректированный язык самоописания группы. В частности, из статьи, вышедшей в газете 3 февраля 1927 г., становится известно, что 14 января на собрании группы, разбиравшей стихи В. Шипулина, в ответ на обвинения в пессимизме и противоречии идеологии рабочего класса поэт сказал, что «никакой роли у рабочего класса в истории нет, кроме роли... толпы», и подчеркнул, что настоящий поэт и должен находиться в противоречии с классом, ибо место обитания поэта – Парнас [13]. Язык советской газеты очевидным образом вступил в конфликт с языком поэта-романтика. Неудивительно, что В. Шипулина, демонстративно отказавшегося признавать установки ВАППа, исключили из группы. Впрочем, пути судьбы неисповедимы, ибо главный зачинщик идеологических проработок 1926–1927 гг. С. Васильев уже в 1928–1929 гг. написал ряд произведений с узнаваемым есенинским колоритом, в связи с чем критик К. Боголюбов породил дериватив «васильевщина». А в 1930 г. С. Васильев сам стал объектом проработки: он был исключен из УралАППа и уехал с неопределенными перспективами в Нижний Тагил, где след его затерялся [25].

Разговор о кумирах пишущей молодежи наводит на мысль об осознанно декларируемом авторами бесед круге чтения, также обозначающем групповые идентичности и влияющем на языки самоописания насменовцев. При том что этот круг в контексте эпохи довольно предсказуем: сюда вошли разрешенная классика (Пушкин, Лермонтов, Некрасов, Брюсов), авторы «Кузницы» и «Октября» (В. Кириллов, И. Доронин, С. Обрадович), популярные комсомольские поэты (А. Жаров, А. Безыменский). Именно их чаще всего называют литконсультантами, озабоченные вопросами обучения молодежи. Не менее интересен в этом смысле список не рекомендованных к чтению поэтов. Например, кроме «нашего лучшего порнографиста Федора Сологуба» сомнительными в рубрике объявляются Лохвицкая и Ахматова – за «салонные изыски» их критикует вычищенный из литгруппы, но не желающий уходить из литературы, а потому все-таки освоивший газетные клише В. Шипулин [43]. Показательно, что именно Шипулин, пусть и в критическом ключе, открыто демонстрирует знакомство с поэзией Серебряного века, явно повлиявшей на его мировосприятие и язык самоописания.

Влияние «попутчика» Маяковского и футуризма в целом тоже нередко вызывает опасения критиков. В 1927 г. С. Васильев, только что разгромивший

«есенинщину», добирается до футуризма и его вождей. Критик пишет, что «футуристы иногда заносчиво поднимают голову и громыхают что-то красивое, но непонятное», и определяет Маяковского как деклассированного индивидуалиста, воспринимающего революцию лишь внешне, хотя и пытающегося двигаться в сторону пролетарских авторов [10]. 6 августа С. Васильев, собравший отклики читателей на произведения Маяковского и Асеева, торжественно констатирует: «Стихи футуристов, оказывается, ничего массовому читателю не дают, они непонятны и... не нужны. Таков приговор наших читателей. <...> Они пишут не для масс рабочих и крестьян — хозяев страны, а для маленькой кучки интеллигенции — вот в чем их главное горе» [8].

Указанный круг чтения пролетарских авторов не просто свидетельствовал об обязательности почитания классиков и подчеркивал пролетарский и комсомольский аспекты идентичности группы, но явно был необходим для легитимации создаваемой «новыми писателями» словесности: если насменовец апеллирует к Пушкину и пишет, как Обрадович, его претензии на место в советской литературе выглядят уже небезосновательными.

Но вернемся к литературной учебе, являющейся основной задачей критических разборов в рамках литературной страницы. Для ее эффективности было вовсе недостаточно работы над предлагаемым списком чтения. Литконсультанты вынуждены были учить так называемых начинающих литературным азам: как выбирать тему для произведения, как выстраивать сюжет, как конструировать художественный образ, как рифмовать и т. п. «Совет: почитайте хороших стихов, хороших поэтов и поучитесь у них размеру, ритму в стихе» [26]. «Главный недостаток поэмы — в отсутствии хорошего, свежего образа» [31]. «Где здесь чувство художественного вкуса? В чем здесь художественная ценность? Не будет ли это стихотворение являться сплошной вермишелью, безотчетной и лозунговой белибердой?» — восклицали критики, требуя от автора технического совершенства [33]. Но если говорить о процентном соотношении претензий к мастерству и претензий к политической составляющей произведений, то, несомненно, вторые составят 70, а то и все 80 % от всего представленного в рубрике. Ведь так или иначе основной разговор в литбеседах сводился к тематике произведений, а большую часть времени литконсультанты занимались корректировкой идеологического дискурса и политического курса начинающих, форматируя их по существующим в коллективном представлении нормативным образцам.

Идея формовки, форматирования овладевала и самой литстраницей. Уже в 1926 г. начинается период авторефлексии, безусловно, связанный с запущенным процессом перестройки «комсомольской литературной школы» «в контексте новых идеологических установок» [27, 122]. 25 марта увидела свет статья Я. Алданова, попытавшегося разобраться в специфике происходящего в газете. Его претензии сводились к тому, что литстраница слишком поощряет молодых авторов тем, что публикует их произведения [1]. Вслед за Я. Алдановым, положившим начало продолжительному разговору о функционале литературной страницы, пришли другие. В. Реут выдвинул лозунг «Даешь писателей!» и потребовал публикации разбора рассказов, помещенных на литстранице [37]. Тот же лозунг, но

детализированно повторил В. Василевский в своем ответе В. Реуту: «Мы должны не ограничиваться хлесткой фразой, двумя, тремя замечаниями о помещенных в литстранице “На смену” рассказах, а вдумчиво и серьезно поговорить о мерах, которые могли бы облегчить и ускорить мучительный рост молодого писателя, сохранив неуклонную прямоу (гарантия от уклонов и колебаний) роста» [6].

23 апреля 1927 г. с радикальными обвинениями литстраницы выступил В. Тюменев: «Не кажется ли вам, что литстраничка “На смену!” толчется на одном и том же месте, что она застыла на одной форме преподношения материала? Мне кажется, что в современном виде литстраничка мертва» [41]. Литстраница не ведет работу по обзору книжных и журнальных новинок, не помещает материалы юбилейного и мемориального характера, не освещает особенности литературной борьбы, которую ведет ВАПП, и т. д. Важно, что эти обвинения позволяют понять специфику именно литературной страницы газеты «На смену!», ибо все перечисленное из того, что не делала молодежная газета, делалось, к примеру, в рамках литстраницы «Уральского рабочего», являющейся рупором УралАППа. Таким образом, «На смену!» еще раз зримо обнаруживала привязанность к конкретной локальной группе и идее литературной учебы. Публикация критической статьи В. Тюменева в самой «На смену!» манифестировала все тот же взятый ранее курс на слияние с УралАППом и политический отказ от молодежных и каких-либо иных инициативных группировок. А это, в свою очередь, подчеркивало отказ от некоторых аспектов прежней групповой идентичности, связанных, в первую очередь, с молодежной самоидентификацией литгруппы.

Ответы на статью не заставили себя ждать. 15 мая в дискуссию вступил А. Исетский, раскритиковавший литературные страницы обеих свердловских газет, а в отношении «На смену!» высказавший мысль о том, что «нельзя интересами писательского молодняка заслонять интересы читателей», которым нужна отнюдь не учебная лаборатория, а живая литература [23]. Концепт литучебы впервые был поставлен под сомнение в связи с необходимостью более тщательного управления литературными процессами.

Развернувшаяся в 1927 г. дискуссия, породившая целую серию статей и замечаний, привела к тому, что рубрика с беседами и обзорами пришла в упадок — ее актуальность стала сомнительной. В сентябре 1928 г. начинающий поэт Б. Дробиз даже обратился к редакции с просьбой вернуть беседы в газету, однако этот запрос остался без ответа. Тем более что в 1928 г. наступило время еще одной дискуссии, которую условно можно назвать «спором о елке». Ее начало снова положила статья В. Тюменева, резкая по отношению к начинающим авторам, их литературному таланту [40]. В последующих номерах В. Тюменеву попытались ответить В. Камский и Б. Дробиз. Впрочем, ответы эти были не очень убедительны. 6 октября газета опубликовала развернутый отклик Б. Иньвина, в целом поддержавшего В. Тюменева и очень иронически подошедшего к разбираемому материалу. «У Зенова камыш запел каноны не хуже церковного хора»; «Пономарев живет на Урале, видит его жизнь и в то же время пишет о “девушке с татуированными грудями”» [22]. Начинающим напомнили, что они только начинающие и что путь в литературу долг и тернист. Очевидно, что дискуссия

«о елке» также представляла обновленную концепцию литучебы, очищенную от привязанности к локальной группе, и открывала новую эпоху работы с начинающими писателями.

В октябре 1928 г. в Свердловске вышло двухнедельное приложение к газетам «Уральский рабочий» и «На смену!», получившее название «14 дней». Именно туда была перенаправлена энергия литгруппы (в том числе критическая) и именно там произошло окончательное ее растворение в поддерживаемом региональными властями УралАППе. В октябре 1929 г. УралАПП открыл кабинет начинающего писателя, напрямую занявшись литконсультированием.

Литературные беседы в «На смену!» возобновились только в конце 1929 г. 14 декабря газета опубликовала статью А. Матусевича, представляющего литконсультацию УралАППа. «Стихотворный поток, заливающий газеты “На смену!” и “Уральский рабочий”, доказывает, что в массах пробуждается огромный интерес к вопросам литературы и желание самим описать небывалую эпоху строительства социализма. Уральская АПП, желая взять большевистское руководство этим стихийно возникшим движением, организовала кабинет начинающего писателя и при нем литературную консультацию» [34]. Статья представила массовое движение в литературу как только зарождающееся явление, тем самым принципиально оставляя позади работу литературной группы «На смену!».

Мы видим, что литературная страница газеты «На смену!» запечатлела основные моменты, связанные с появлением, самоопределением, изменением политического курса и смычкой литгруппы с более обширным и четко управляемым вапповским движением. Группа, изначально определяющая себя как комсомольско-пролетарская, была вынуждена последовательно отказываться от каких-либо иных концепций литературного творчества, кроме вапповской, комсомольской/молодежной доминанты идентичности, концепта литературной учебы и работы с начинающими авторами. Фактическая смена вывески, превращение группы в СвердловАПП в 1930 г. — это завершающая точка процесса, начавшегося несколькими годами ранее, ибо «На смену!» как довольно самостоятельное объединение просуществовала недолго. Языки самоописания группы, сформированные изначально под влиянием пролетарской критики, неизменно идеологизировались, формулировки критических высказываний чем дальше, тем очевиднее ограничивались газетными клише, которые, по сути, вытесняли из издания и из региональной литературы в целом художественное слово.

-
1. Алданов Я. О характере литературной страницы «На смену!» // На смену! 1926. 25 марта.
 2. Батин М. Было это так... // Слово о товарищах: Воспоминания об уральских писателях. Свердловск, 1980. С. 3–15.
 3. Боголюбов К. В. Годы и встречи : воспоминания. Свердловск, 1975. 127 с.
 4. Боголюбов К. От станка к богеме. (Васильевщина) // Рост. 1930. № 11–12. С. 60–68.
 5. Брут В. Наше творчество // На смену! 1925. 25 янв.
 6. Василевский В. Вопросы литературной учебы. На статью Вик. Реута «Даешь писателей!» // На смену! 1927. 6 февр.
 7. Василевский В. Смерть Аверьяна Голого // На смену! 1927. 27 февр.

8. *Васильев С.* «Короб шрапнели» или футуризм // На смену! 1927. 6 авг.
9. *Васильев С.* Есенин и «хулиганство в стихах» // На смену! 1926. 21 окт.
10. *Васильев С.* Кратко о футуризме и его вождах // На смену! 1927. 8 июня.
11. *Васильев С.* О налетных настроениях // На смену! 1927. 8 мая.
12. *Васильев С.* Самое дорогое — комсомол. Литературная беседа // На смену! 1927. 12 марта.
13. *Васильев С., Исетский А.* О поэте без идеологии // На смену! 1927. 3 февр.
14. Власть и художественная интеллигенция: док. ЦК РКП (б) — ВКП (б), ВЧК — ОГПУ — НКВД о культурной политике. 1917–1953 / под ред. А. Н. Яковлева. М., 1999. 872 с.
15. *Волин Б.* О «Литературной страничке» «На смену!» // На смену! 1926. 3 июня.
16. *Добренко Е.* Формовка советского писателя: Социальные и эстетические истоки советской литературной культуры. СПб., 1999. 557 с.
17. Екатеринбург литературный: энцикл. словарь. Екатеринбург, 2016. 448 с.
18. *Ермилов В.* О творчестве Макарова // На смену! 1926. 17 янв.
19. *Журавлева Н. С.* Зарождение организационных форм челябинского литературного движения // Литература в контексте современности: жанровые трансформации в литературе и фольклоре. Челябинск, 2015. С. 228–233.
20. *Журавлева Н. С.* Коллективные формы литературного процесса на Урале в 1925–1932 гг. // Урал. ист. вестн. 2009. № 1 (22). С. 94–100.
21. *Журавлева Н. С.* Литературные и художественные объединения на Урале в 20-е годы XX века: дис. ... канд. ист. наук. Челябинск, 2004.
22. *Иньвин Б.* Слезайте с «елки», учитесь писать! // На смену! 1928. 6 окт.
23. *Исетский А.* Нужно литературное приложение // На смену! 1927. 15 мая.
24. *Исетский А.* О хулиганстве в поэзии. На статью С. Васильева // На смену! 1926. 7 нояб.
25. *Исхаков Р. Л.* Сергей Васильев и Константин Боголюбов: поединок поэта и критика литературной группы газеты «На смену!» // Литература Урала: история и современность. Вып. 3: в 2 т. Екатеринбург, 2007. Т. 2. С. 93–111.
26. *К. П.* Беседы с начинающими писателями и поэтами. О ритме в стихе и колонне пионеров // На смену! 1925. 24 июня.
27. *Корниенко Н.* Литературная критика и культурная политика периода нэпа: 1921–1927 // История русской литературной критики: советская и постсоветская эпоха / под ред. Е. Добренко, Г. Тиханова. М., 2011. С. 69–141.
28. *Левченко М.* Коллективный субъект поэзии Пролеткульта [Электронный ресурс]. URL: <http://proletcult.narod.ru/mlev.htm> (дата обращения: 01.03.2018).
29. *Макаров В.* Беседа с начинающими писателям и поэтами // На смену! 1926. 28 февр.
30. *Макаров В.* Беседа с начинающими писателями и поэтами // На смену! 1926. 4 апр.
31. *Макаров В.* Беседы с начинающими писателями и поэтами. В порядке отзывов // На смену! 1926. 31 янв.
32. *Макаров В.* Литературная беседа // На смену! 1926. 22 авг.
33. *Макаров В.* О стихотворной белиберде // На смену! 1926. 8 авг.
34. *Матусевич А.* Беседа о литературе. Ответы на стихи без адреса // На смену! 1929. 14 дек.
35. *Медякова Е.* Страницы жизни // Слово о товарищах: Воспоминания об уральских писателях. Свердловск, 1980. С. 101–112.
36. Наше творчество // На смену! 1925. 10 июня.
37. *Реут В.* Даешь писателей! // На смену! 1927. 6 янв.
38. *Скор.* Беседы с начинающими писателями и поэтами // На смену! 1925. 7 окт.
39. *Тарбеев В.* Литературная беседа // На смену! 1926. 14 окт.
40. *Томенев В.* «Я на елку залез — настраивайтесь...» // На смену! 1928. 26 авг.
41. *Томенев В.* В чем я обвиняю литстраничку // На смену! 1927. 23 апр.
42. Упадочное настроение среди молодежи. Есенинщина. М., 1927. 160 с.
43. *Шитулин В.* Разуй глаза, тов. поэт // На смену! 1927. 27 марта.

УДК 821.161.1-31 Мамин-Сибиряк + 82.091:070.23

А. В. Бортникова
В. И. Бортников**РЕЦЕПЦИЯ ТВОРЧЕСТВА Д. Н. МАМИНА-СИБИРЯКА
В ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ 1880–1910-х гг.**

В хронологическом порядке рассмотрены разнообразны журнальные и газетные критические отзывы 1880–1910-х гг. о творчестве Д. Н. Мамина-Сибиряка. Цель статьи — опровержение устоявшегося мнения о «незамеченности» современниками творчества Мамина. Выдвигается положение о неоднородности критических отзывов, делается вывод о стремлении рецензентов к объективной оценке произведений писателя с помощью привлечения широкого контекста — других маминских произведений и произведений других авторов.

Ключевые слова: Д. Н. Мамин-Сибиряк; литература Урала; русская литература XIX в.; дореволюционная критика; периодическая печать.

Современники и исследователи вне зависимости от даваемых творчеству оценок сходились в одном — критических публикаций о произведениях Д. Н. Мамина-Сибиряка мало. Известные художники слова при жизни писателя откликались на его зрелое творчество беглыми положительными замечаниями, преимущественно в переписке, т. е. в весьма камерном жанре. Так, например, А. П. Чехов пишет: «Мамин-Сибиряк очень <...> прекрасный писатель. Хвалят его последний роман “Хлеб” (в “Русской мысли”); особенно в восторге был Лесков. У него есть положительно прекрасные вещи, а народ в его наиболее удачных рассказах изображается несколько не хуже, чем в “Хозяине и работнике”» [48, 78–79]. Из маститых критиков в периодической печати обращал внимание на маминское творчество А. М. Скабичевский, только в середине 1890-х гг. признавший его талант [46]. В 1900-е гг. также предпринимались попытки осознать роль маминского творчества в литературном процессе [4, 27]. При этом произведения Мамина-Сибиряка довольно часто становились объектом анализа журнальных критиков, что доказывает достаточно обширная библиография всех отзывов и статей о творчестве Мамина, опубликованная в памятном «Сборнике “Зауральского края”» [37]. В целом в критических заметках часто анализировались крупные жанры — циклы («Уральские рассказы», «Сибирские рассказы», детские сборники), романы. В 1880–1890-е гг. критика в периодической печати обычно появлялась в библиографическом отделе, в разделе «Новые книги», в обзорах

БОРТНИКОВА Алена Валерьевна — кандидат филологических наук, ассистент кафедры русской и зарубежной литературы Уральского федерального университета (e-mail: a.v.bortnikova@urfu.ru).

БОРТНИКОВ Владислав Игоревич — кандидат филологических наук, ассистент кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации Уральского федерального университета (e-mail: vladislav.bortnikov@urfu.ru).

© Бортникова А. В., Бортников В. И., 2018

периодики и пр., в 1900-е гг. стали выходить уже объемные статьи обзорного плана о многих произведениях писателя.

Рассмотрим наиболее значимые обзоры, заметки, статьи в соответствии с хронологией их появления.

Как оригинального писателя Мамина заметили лишь в период его второго вхождения в литературу, так называемого «дебюта второго». Положительную оценку очерка «Старатели» по мере его выхода в 1883 г. давал писатель и журналист А. В. Круглов [28]. Автор газетной критической заметки особо отмечает рельефность типов золотоискателей, выделяет положительный главный женский образ раскольницы Василисы Мироновны [21], в целом называет очерк «интересным по содержанию». Кроме того, А. В. Круглов соотносит маминский очерк с другими произведениями похожей тематики. В том же 1883 г. вышла еще одна небольшая критическая заметка в разделе «Журнальные этюды» газеты «Неделя» («Новое дело»). Историк литературы П. О. Морозов справедливо отмечает, что повесть «Максим Бенелявдов» написана «...на тему известной повести г-жи Хвоцинской “Баритон”»¹ [45, 287]. Кроме того, критик указывает на «несообразность таких будто бы юмористических сцен, как ругань сидящего у окна чиновника с взобравшимся на крышу мещанином-голубятником...» [45, 287]. Именно 1883 г. можно назвать знаковым в творческой биографии Мамина. По мнению А. Ладейщикова, «с этого года (1883 г., публикация «Приваловских миллионов». — А. Б., В. Б.) начинается период интенсивной творческой работы и успехов Мамина-Сибиряка. Произведения его появляются, кроме “Дела”, в “Отечественных записках”, “Вестнике Европы”, “Русской мысли”, “Русском богатстве” и др.» [32, VI].

В 1884 г. о прозе Мамина писали в журнале «Русская мысль», с которым писатель впоследствии сотрудничал долгие годы. В традиционном библиографическом разделе издания выходит заметка о повести «Жилка», где рецензент, отмечая талант, знание жизни писателем, фотографическую точность и удачную обрисовку женских образов и даже признавая повесть «лучшим беллетристическим произведением нынешнего года», все же указывает читателям на главный недостаток: «Мысль, вложенная в основу повести, как видит читатель, не блещет ни новизною, ни оригинальностью. Ее нельзя даже признать безусловно верною, или, по меньшей мере, неподлежащую спору» [19, 7]. Автор отзыва имеет в виду мысль о губительных для человека последствиях быстрого обогащения.

Бессменный редактор «Русской мысли» М. Н. Ремезов в № 11 за 1884 г. в целом положительно отзывається об очерке Мамина-Сибиряка «На Шихане». На контрасте с произведением Ф. Э. Ромера «Счастливчик (из деревенских историй)» Ремезов отмечает жизненность образа главного маминского героя Савки: «г. Мамин понял его “душу живу” и дает нам уразуметь ее под безобразной оболочкой фабричного замотыги и бродяги, дает уразуметь без мелодраматических

¹ Продуктивный прием сравнения произведений Мамина с произведениями современников будет часто использоваться критикой и в последующем, использован он также и С. Я. Надсоном в книге «Литературные очерки» (1883–1886), где целый раздел был посвящен романам Эртеля («Минеральные воды») и Мамина («На улице») [40, 123–136].

приемов французского пошиба, излюбленных г. Ромером» [3, 21]. В этом же номере соседствует с названным отзывом гораздо более резкий, касающийся рассказа «Золотая ночь». При всем доброжелательном отношении к Мамину («Искренно желая добра и преуспения автору *рассказов о золоте...*» [6, 16]) автор называет рассказ наиболее слабым текстом писателя, что подразумевает знакомство критика и с другими произведениями Мамина. Больше всего рецензента смущают лишние подробности, повторения, что, по его мнению, делает рассказ «...длинным и скучным, хотя местами в нем проскальзывают мастерские черточки, именно черточки, а не черты, — автор слишком измельчил» [Там же]. Критик не учитывал, что рассматриваемый текст вполне логично наполнен деталями, характерными для жанра очерка-травелога [см. 22, 79–80], так как является описанием личного опыта поездок писателя по «золотым» местам Урала².

1885 г. был отмечен совсем небольшим количеством отзывов и рецензий. В частности, П. А. Голубев писал про «Родительскую кровь» следующее: «...это этнографический этюд в беллетристической форме, уступает роману-рассказу “Жилка”» [24, 2]. В 1886–1887 гг. отзывы в периодической печати отсутствовали вовсе.

Следующие обзоры публикуются только в 1888 г. Критика впервые обращает внимание на драматургию Мамина-Сибиряка [33], активно обсуждает цикл «Уральские рассказы». Критик «Русской мысли», например, делает попытку обобщения написанного о писателе ранее: «Все помещенные в этом первом томе рассказы были напечатаны в разных журналах, и некоторые из них в *Русской Мысли*; о появлявшихся же в других изданиях мы в свое время дали отзывы в наших журнальных обзорах. В этих отзывах мы всегда выражали наше полное сочувствие прекрасному таланту г. Мамина и доброму гуманному смыслу его произведений. В особенности нам всегда нравились те из его рассказов, в которых изображался быт золотоискателей, очевидно, хорошо знакомый автору» [9, 277]. Другой рецензент «Русской мысли», выдвигая Мамина на «...очень видное место в рядах молодых русских беллетристов» [8, 519], отмечает, что благодаря ему русские читатели познакомились с жителями и бытом Приуралья, затем подробно анализирует сборник писателя. Рецензент приводит в завершении обзора цитату Г. И. Успенского: «...жизнь бьет ключом потому, что пересказы об этой “подлинной жизни” одухотворены “подлинным талантом” и к бытию вызваны неподдельною горячею любовью к тем людям, о страданиях и радостях которых повествует автор» [цит по: 8, 519].

Живой интерес к разножанровым произведениям Мамина-Сибиряка критики проявили в 1890 г. Газета «Неделя» опубликовала короткую анонсирующую заметку о том, что в «Русской мысли» выходят маминские «небезынтересные очерки из поездок по Уралу, в места добывания “самоцветов” (драгоценных камней)» [26, 548] (об очерке «Самоцветы»). Этому же очерку в журнале «Всемирная иллюстрация» был посвящен отзыв: «Недурен и интересен полубеллетристический

² Знакомый писателю золотопромышленник И. В. Попов часто посещал свои прииски, с ним бывал и Мамин, «одно время увлекшийся золотопромышленностью и предполагавший принять участие в разработке нескольких заявок на золото» [43, 78].

очерк г. Сибиряка-Мамина “Самоцветы”, где описывается поездка в Мурзинку, древнейшее русское селенье Зауралья, промыслы самоцветными камнями в мурзинских коях и разные породы самоцветов» [34]. Большая статья уже о двух томах «Уральских рассказов» выходит в «Вестнике Европы» [35]. Автор литературного обозрения подробно рассматривает «рассказ из народного быта» в целом, а затем классифицирует рассказы следующим образом: о малорусской жизни и «великорусский» рассказ, дробящийся на местные категории — центр, север, Поволжье, Урал, Сибирь [35, 844]. Далее рецензент прогнозирует развитие локально определенного рассказа. Он указывает на крайне важную специфическую черту рассказов Мамина: «...беллетристическое изображение края сближается почти с этнографической точностью» [35, 848]. Кроме того, появляется отзыв о части повести «Буянка» [11], краткая заметка в библиографическом разделе «Русской мысли» о романе «Горное гнездо» [10]. Рецензент отмечает, что произведения писателя органично складываются в одну общую картину: «Оба эти романа <“Горное гнездо” и “Три конца”> не имеют между собой внешней связи, тем не менее по существу они дополняют друг друга и прочтенные последовательно, оставляют впечатление цельной картины, охватывающей все стороны горнозаводской уральской жизни» [10, 250]. В целом современники отмечали в романном творчестве Мамина именно эпический тон и художественно-объективное отношение автора [7, 3]. Редактор все той же «Русской мысли» В. А. Гольцев в статье «Заметки о современном романе» предпринимает попытку более четкого жанрового определения романа «Три конца» в качестве «беллетристической летописи», действие которой «захватывает Вас своею драматичностью» [25, 48]. Надо сказать, что Мамин и сам дает этому роману подзаголовок «Уральская летопись».

Следующий всплеск критической мысли относительно Мамина-Сибиряка наблюдался в 1894–1895 гг. Особую похвалу получили произведения для детей. Например, рассказ «Приемыш», по мнению рецензента, «...принадлежит к числу тех произведений детской литературы, которые всего более подходят ко вкусу юных читателей. Дело в том, что маленькие дети охотнее читают рассказы о взрослых людях, чем о своих сверстниках. И всегда человек, стоящий на невысокой ступени умственного развития, интересуется тою жизнью и теми людьми, которые мало похожи на все то, что его окружает» [12, 47]. Сборник «Детские тени» был воспринят как удавшийся новый опыт уже известного широким кругам писателя: «Собранные в одну книжку эти рассказы производят, правда, тяжелое впечатление, но вместе с тем и благотворное, так как ими раскрываются и группируются многие факты современной жизни, устранение которых послужило бы ко благу как отдельных семейств, так и всего общества. Говорить о живости повествования и об интересе, возбуждаемым каждым из них, считаем лишним: симпатичный талант г. Мамина-Сибиряка достаточно известен русским читателям» [13, 527]. О безотрадности детских рассказов говорят и другие критики в это время [23, 39], некоторые из них негативно оценивают такую особенность произведений Мамина-Сибиряка для детей [29, 30].

В одном номере журнала вышли сразу две заметки о романах «Черты из жизни Пепко» [14] и «Без названия» [15]. О романе «Без названия» критик отозвался,

например, крайне отрицательно, сочтя традиционные для Мамина отступления о статистике, экономике, географии, истории и прочем художественной ошибкой автора. А В. А. Гольцев, редактор «Русской мысли», уже не в первый раз анализирующий произведения Мамина-Сибиряка, обратил внимание на неоднородность критических отзывов о романе «Хлеб»: «“Хлеб” замалчивается или странным образом оценивается и своими. Одна либеральная газета, когда роман печатался в “Русской мысли”, кинув по его адресу несколько вялых строчек, прибавляла, что поговорит как следует, когда роман кончится. Он кончился, и критик газеты, сообщая об этом, пишет только, что о “Хлебе”, он уже говорил... Странно это и обидно, с моей точки зрения: “Хлеб” мне представляется самым выдающимся произведением истекающего литературного года. Автор, очевидно, долго обдумывал его, превосходно знает описываемый край, затрагивает множество важных вопросов, о которых следовало бы поговорить и критике» [42, 76]. Чуть позже аналогичную проблему поднимает и другой критик: «Г. Мамин-Сибиряк пишет давно, репутация его установлена прочно, все признают за ним оригинальное дарование <...> вместе с тем этот общепризнанный замечательный писатель не дождался еще настоящей оценки... <...> критика никогда за г. Маминим не бегала, да и не бегаёт, как, например, за г. Чеховым, сказавши раз: “будь ты причислен к лику”, на том успокоилась» [41, 32–33]. Во многом эта статья предвосхищает время, когда исследователи заговорят о «непринятости критикой» творчества писателя.

Постоянным же и заслуженным вниманием рецензентов пользовались, например, сборники Мамина. Одним из таких является цикл «Сибирские рассказы». Критик признает Мамина-Сибиряка первым и единственным писателем, показавшим жизнь Урала: «Мамин-Сибиряк первый познакомил русских читателей с этою своеобразною жизнью своими беллетристическими произведениями, рассказами, повестями и романами, и до сих пор никто из наших писателей не дал более полных, широких и многосторонних картин уральской жизни, написанных ярко, живо и правдиво» [16, 1]. Говоря об этом же сборнике, М. Круковский отмечает: «В его произведениях вы найдете и психологический роман, и исторический очерк, и то, что называется идейным рассказом, и наконец этнографически-бытовые сцены, а все это взятое вместе производит солидное впечатление» [31, 367].

В 1895 г. публицист А. И. Богданович в своей статье сравнил рассказ Д. Н. Мамина-Сибиряка «Исповедь» с рассказом Л. Н. Толстого «Хозяин и работник». Как видим, маминские произведения часто рассматривались в сопоставлении с произведениями других писателей. Автор обзора последовательно объясняет, почему «Исповедь» при неказистой стилистической обработке понятнее, правдивее, естественнее «Хозяина и работника». Богданович пишет: «...в то время, как у г. Мамина мораль вытекает сама собой, — у Л. Н. Толстого она с самого начала на первом плане» [1, 257–258]. Сравнение уральского писателя с признанным мастером доказывало высокую оценку его таланта.

В 1897 г. рецензенты положительно отзывались о повести Мамина-Сибиряка «Белое золото» [44, 3], однако раскритиковали знаменитый впоследствии сборник «Аленушкины сказки», вновь используя сравнение с другими произведениями: «Быть детским писателем не так легко, как кажется с первого взгляда. Умением

говорить с детьми простым языком владеют немногие (напр., В. Острогорский, П. Засодимский), чем, однако, не может похвастаться г. Мамин, несмотря на свою талантливость и бойкое перо. Его детские рассказы, за немногими исключениями, приходится признать довольно заурядными. Именно отсутствием серьезности страдает названная книжка для детей» [20, 25]. Но в целом мнение критиков относительно детских рассказов и сборников были все же положительным, критики особенно ценили в них воспитательный аспект: «*Зарницы* должны оказать высокое воспитательное влияние на молодежь, заставляя ее мыслить над величайшими вопросами бытия: над вопросами о долге человека, о том, как жить, как быть полезным, в чем добро, в чем зло» [17, 83].

В 1898 г. опять же детской тематики в прозе Мамина коснулся и Н. К. Михайловский, отметив смелость писателя при освещении будущего [38]. Реалистичность и живость повествования Мамина заставили критиков ошибочно принять сборник 1898 г. «*Легенды*» за переработанные легенды малых народов: «Мамин-Сибиряк передает стародавние сибирские сказания, в которых вымыслы народной фантазии тесно переплетаются с подлинными историческими преданиями, сохранившимися в памяти уральских инородцев. Г. Мамин собрал пять легенд, придал им изящную литературную форму, причем мастерски сохранил дух и тон киргизов, сложивших эти повествования» [18, 179]. Критик далее даже советует сделать перевод легенды «Слезы царицы» для иностранных читателей.

Более объемные работы о писателе начали появляться уже в начале XX в. В 1900 г. со статьями о Мамине в периодической печати выступили В. Альбов [2] и Андреевич (псевдоним Е. Соловьева) [4]. Альбов преимущественно сосредотачивает свое внимание на таких романах, как «Три конца», «Горное гнездо», «Золото», «Хлеб», «Приваловские миллионы», «Без названия», затрагивает также некоторые произведения малого жанра — «Золотуха», «Главный барин». Критик подчеркивает, что его мнение относительно творчества писателя субъективно: «... если я только верно его понял и верно изложил...» [2, 93]; «Я не знаю, что именно хотел дать Мамин в этом очерке. По все вероятности, вот что...» [Там же, 81].

Известный историк литературы Е. В. Аничков чуть позже, в 1905 г., также дал объемный критический очерк о творчестве Мамина [5]. Автор очерка подробно останавливается и на романном наследии писателя, и на малых жанрах, кроме того, Аничков вводит маминское творчество в обширный контекст литературной жизни (И. С. Тургенев, Л. Н. Толстой, А. П. Чехов, А. Доде).

После 1910 г. критика с новой силой заговорила о недооцененности таланта Мамина [27, 47].

Завершив наш обзор и подведем промежуточные итоги: критические статьи в периодических изданиях достаточно полно освещали разножанровые произведения Д. Н. Мамина-Сибиряка. В большинстве своем оценки неоднородны (и положительные, и отрицательные, но всегда доброжелательные, с признанием заслуг писателя). Еще одной немаловажной чертой таких обзоров в периодической печати 1880–1910 гг. стало стремление к объективности: произведения Мамина очень часто вводятся публицистами в литературный контекст, сравниваются с произведениями других авторов (часто в пользу уральского писателя). Стоит

также отметить, что недобросовестные критики обычно ограничиваются пересказом художественного произведения, прибегают к штампам, выделяя локальную направленность творчества писателя. Из писем писателя можно понять, что сам Мамин к критике относился неоднозначно: в раннем периоде своего творчества считал, что хвалить его пока и не за что, впоследствии не придавал значения критическим отзывам, считая их только средством популяризации своих книг, увеличивающим возможности их продаж³.

1. А. Б. <А. И. Богданович> Библиографический отдел // Мир Божий. 1895. № 4. С. 257–259.
2. Альбов В. Капиталистический процесс в изображении Мамина-Сибиряка: (критический очерк) // Мир Божий. 1900. № 1. С. 112–135; № 2. С. 62–94.
3. Ан. <М. Н. Ремезов> Библиография по журналам // Рус. мысль. 1884. № 11. С. 21–22.
4. Андреевич <Е. Соловьев>. Очерки текущей русской литературы // Жизнь. 1900. № 12. С. 326–332.
5. Аничков Е. Мамин-Сибиряк (критический очерк) // Мир Божий. 1905. № 10. С. 216–237.
6. Библиографический отдел // Рус. мысль. 1884. № 11. С. 16.
7. Библиографический отдел // Мир Божий. 1895. № 6. С. 1–4.
8. Библиографический отдел // Рус. мысль. 1888. № 11. С. 519.
9. Библиографический отдел // Рус. мысль. 1888. № 6. С. 277.
10. Библиографический отдел // Рус. мысль. 1890. № 6. С. 247–250.
11. Библиографический отдел // Рус. мысль. 1890. № 9. С. 454.
12. Библиографический отдел // Рус. мысль. 1894. № 1. С. 47.
13. Библиографический отдел // Рус. мысль. 1894. № 11. С. 525–527.
14. Библиографический отдел // Рус. мысль. 1894. № 4. С. 219–220.
15. Библиографический отдел // Рус. мысль. 1894. № 4. С. 223–225.
16. Библиографический отдел // Рус. мысль. 1895. № 1. С. 1–2.
17. Библиографический отдел // Рус. мысль. 1897. № 2. С. 83–84.
18. Библиографический отдел // Рус. мысль. 1898. № 5. С. 179–181.
19. Библиография в обзорах журналов («Вестник Европы») // Рус. мысль. 1884. № 10. С. 6–8.
20. Библиография. Литература и книги для народа // Северный вестник. 1897. № 5. С. 25.
21. Бортников В. И. Некоторые количественные характеристики речевого портрета Василия Мироновича, героини очерка Д. Н. Мамина-Сибиряка «В горах» (1883) // Кормановские чтения: статьи и материалы межвуз. науч. конф. / ред.-сост. Д. И. Черашняя. Ижевск, 2015. С. 84–90.

³ «Милая мама, Ты так равнодушна к литературной критике, поэтому советую тебе прочитать фельетон в «Голосе» от 15 апреля, в нем, между прочим, упоминается о моей первой статье, напечатанной в толстом журнале, именно, о «В камнях». На первый раз погладили по головке, но это еще и не велика честь, да и не за что, собственно говоря» (письмо к матери от 24 апр. 1882 г.) [36, 624]; «Впрочем, я и не рассчитывал на успех этого романа у рецензентов, как на незаслуженные похвалы моим маленьким рассказам. И то и другое одинаково несправедливо, и мне плевать на критику, которая ничего не смыслит» <о «Приваловских миллионах»> (письмо к В. Н. Мамину от 6 марта 1883 г.) [Там же, 631]; «Мне просто смешно читать эти критические глупости, и, право, на них никто не обращает внимания. У меня есть свое маленькое литературное имя — и совершенно достаточно. Мне всего 33 года. Чего же больше? Я ведь не мечтаю быть Гоголем или Тургеневым... никогда. Что касается моих «собратьев по перу», то мне положительно завидуют, то есть моему быстрому успеху. Всего четыре года, как я пишу, а ведь начинающие «молодые» литераторы пишут более десяти лет, как Гаршин, Альбов, Салов и т. д. Но прежде всего я не тпущь лезть в знаменитости: аллах видит мою великую скромность» (письмо к матери от 12 янв. 1886 г.) [Там же, 640]; «Благодарю бога, что я пережил свой критический литературный период без всякой посторонней поддержки и прибил дорогу себе сам, так что сейчас для меня похвала Скабичевского имеет значение только в... торговом смысле, то есть для продажи изданий, хотя честь и лучше бесчестья» (письмо к матери от 27 окт. 1896 г.) [Там же, 668].

22. *Бортникова А. В.* Жанры малой прозы Д. Н. Мамина-Сибиряка 1880-х гг.: поэтика повествования : дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2016.
23. *В. М.* Критика и библиография // Рус. школа. 1894. № 9. С. 329–330.
24. *Голубев П.* Журнальные наброски // Волж. вестн. 1885. № 123. С. 2–3.
25. *Гольцев В.* Заметки о современном романе // Рус. мысль. 1891. № 7. С. 45–60.
26. Заметки // Неделя (Новое дело). 1890. № 17. С. 545–551.
27. *Колтоновская Е.* В стороне от главного русла: Д. Мамин-Сибиряк // Вестн. Европы. 1913. Кн. 2 (февр.). С. 198–220.
28. *Кргл <А. В. Круглов>* Новости текущей журналистики // Современные известия. 1883. № 8. С. 2.
29. Критика и библиография // Рус. школа. 1897. № 1. С. 197.
30. Критика и библиография // Рус. школа. 1897. № 12. С. 264–265.
31. *Круковский М.* Новые книги // Новое слово. 1895. № 5. С. 367–368.
32. *Ладейщиков А.* Предисловие // Мамин-Сибиряк Д. Н. Избранные произведения. Челябинск, 1937.
33. Литературная летопись // Всемирная иллюстрация. 1888. № 991. С. 4.
34. Литературная летопись // Всемирная иллюстрация. 1890. № 1110. С. 1–2.
35. Литературное обозрение // Вестн. Европы. 1890. № 10. С. 844–848.
36. *Мамин-Сибиряк Д. Н.* Собр. соч. : в 8 т. / ред. и коммент. Е. Боголюбова. М., 1955. Т. 8.
37. Материалы для библиографии Д. Н. Мамина-Сибиряка // Сборник «Зауральского края» («Урал»). Екатеринбург, 1913. С. 39–57.
38. *Михайловский Н. К.* Литература и жизнь // Рус. богатство. 1898. № 2. С. 132–139.
39. *Н. З.* Критика и библиография // Рус. школа. 1895. № 12. С. 161–170.
40. *Надсон С. Я.* Литературные очерки (1883–1886). СПб., 1887.
41. Новые книги // Рус. богатство. 1898. № 5. С. 32–35.
42. *О. Т. В. <В. Гольцев>* Из литературных наблюдений // Рус. мысль. 1895. № 11. С. 76–82.
43. *П. Б.* Поездка Д. Н. Мамина-Сибиряка по приискам // Сборник «Зауральского края» («Урал»). Екатеринбург, 1913. С. 77–79.
44. *П. III-в.* Журналы для детского чтения // Рус. ведомости. 1897. № 343. С. 3.
45. *П. М. <П. О. Морозов>* Журнальные этюды // Неделя (Новое дело). 1883. № 9. С. 286–291.
46. *Скабичевский А. М.* Мамин-Сибиряк // Новое слово. 1896. № 1. С. 125–142; № 2. С. 121–146.
47. *Тарин С.* Сорок лет работы Д. Н. Мамина-Сибиряка // Голос Урала. 1912. № 188. С. 2–3.
48. *Чехов А. П.* Собр. соч. : в 12 т. М., 1956. Т. 12.

Статья поступила в редакцию 12.03.2018 г.

НАРОДНЫЕ ПОДВИЖНЫЕ ИГРЫ: ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

Обращение к фольклорному материалу, интерес к народным играм выступают в качестве дополнительного стимула для педагогов, ориентированных на решение таких воспитательных задач, как формирование культурной идентичности через приобщение к народным традициям. Предметом исследования стали народные подвижные игры, педагогический потенциал которых раскрывается в контексте формирования/развития этнической идентичности. Автор, используя методы дискурсивного анализа, рассматривает традиции описания и представления в научной и методической литературе детских подвижных игр; опираясь на методы педагогического моделирования, раскрывает возможности использования народных подвижных игр в современных образовательных практиках. В статье представлены два направления в описании народных подвижных игр — «этнографическое» и «методическое». Делается вывод о том, что актуализация этнографического материала в современных образовательных практиках позволяет разнообразить используемые педагогами игры и развивать этнокультурную идентичность через освоение социокультурного опыта прошлого и включения его в настоящее.

К л ю ч е в ы е с л о в а: народная культура; этнографический материал; подвижные игры; деятельность; педагогический потенциал.

В современной педагогике накоплен большой опыт формирования культуры тела на основе здоровьесберегающих технологий, реализации потребности детей различного возраста в двигательной активности. В то же время актуальной остается идея раскрытия потенциала физической культуры как составной части *культуры* в широком смысле — системы воспитания целостной личности.

Несомненным является тот факт, что задачи спортивно-оздоровительных занятий (будь то школьные уроки физической культуры или досуговая деятельность)

шире, чем просто совершенствование физических способностей. Эти занятия становятся пространством свободы и самореализации человека, обеспечивая развитие морально-волевых качеств, нравственных ориентиров, коммуникативных навыков, восстановление целостности человека в гармонии духа и тела.

Сегодня все большую популярность завоевывают проходящие в различных частях нашей страны спортивные соревнования, связанные с обращением к культурно-историческому опыту народа. Активно проводятся фестивали и праздники, в программу которых обязательно включаются спортивные состязания и игровые забавы на основе народных традиций: во время традиционного праздника окончания весенних полевых работ у татар и башкир (праздник *сабантуй*) проходят соревнования по борьбе на поясах (татарча корэш); на бурятском спортивном празднике («*Эрын гурбан наадан*» — «Три игрища мужей») участники состязаются в стрельбе из лука по мешочкам (сурхарбан); возрождаются традиционные русские игры на Троицу, которые включают состязания по перетягиванию палки или борьбу за-вороток, игры в лапту, рюхи, бабки.

Можно констатировать, что интерес к народным играм выступает и в качестве дополнительного стимула для педагогов, деятельность которых направлена на решение таких воспитательных задач, как формирование культурной идентичности через приобщение к народным традициям.

Традиции — социальное и культурное наследие, передающееся от поколения к поколению и воспроизводящееся в течение длительного времени. Чтобы приобщение к этническим основаниям культуры было продуктивным, необходимо пройти сложный путь: от знания о традициях, через понимание их ценности для развития личности — к воспитанию чувства сопричастности этнической культуре и творчески-креативной деятельности.

Обращение к народным подвижным играм вызвано потребностью во включении этнически окрашенного материала в урочную и внеурочную деятельность, досуговые практики и праздники с целью приобщения учащихся к народным традициям. Но сложность заключается в отборе материала, решающего задачи не только развития физической активности, но и формирования культурной (этнической) идентичности через осознание сопричастности этнически окрашенным социокультурным практикам.

Предметом нашего исследования стали народные подвижные игры, педагогический потенциал которых раскрывается в контексте формирования/развития этнической идентичности.

Используя методы дискурсивного анализа, мы рассматриваем традиции описания и представления в научной и методической литературе материалов о детских подвижных играх; опираясь на методы педагогического моделирования, раскрываем возможности использования народных подвижных игр в современных образовательных практиках для решения задач развития этнической идентичности.

Теоретической основой нашей работы стали исследования, посвященные анализу роли народных игр в развитии личности ребенка. Вхождение ребенка в мир культуры осуществляется через овладение нормами и приобщение к ценностям культуры в ходе коммуникации с детьми и взрослыми в процессе

предметно-практической деятельности. О деятельностном характере освоения мира культуры писали Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн, Д. Б. Эльконин и др.

Важнейшим способом вхождения в культуру ученые называют *игру*. Историк и культуролог Й. Хёйзинга в работе «*Homo ludens*» («Человек играющий») писал: «...мы можем назвать игру... свободной деятельностью, которая осознается как “невзаправду” и вне повседневной жизни выполняемое занятие, однако она может целиком овладевать играющим, не преследует при этом никакого материального интереса, не ищет пользы, — свободной деятельностью, которая совершается внутри намеренно ограниченного пространства и времени, протекает упорядоченно, но по определенным правилам и вызывает к жизни общественные группировки, предпочитающие окружать себя тайной либо подчеркивающие свое отличие от прочего мира всевозможной маскировкой» [12, 24].

Ученый подчеркивал, что для человека игра — это пространство свободы, она утрачивает свой смысл, если носит признаки принуждения и насилия. Игра самоценна — ее цель не связана с конкретной пользой, выгодой, материальным интересом. Она проходит в ограниченном пространстве (игровое пространство) и не может длиться бесконечно (время игры), у нее всегда есть начало и конец. Устойчивость и повторяемость игровых форм определяют их место в культуре: «Будучи однажды сыгранной, она остается в памяти как некое духовное творение или ценность, передается далее как традиция и может быть повторена в любое время» [Там же, 20].

Игра невозможна без партнеров-игроков. Установленные и принятые игроками правила носят безусловный характер: они действуют для всех без исключения, не подлежат сомнению, пересмотру или оценке. Если правила нарушаются, игра становится невозможной, а нарушитель правил наказывается. Игра связана с ритуализацией и символизацией. В ней используются церемонии, тайные знаки, особые костюмы, атрибуты. Она сродни драматическому действию со своей завязкой, кульминацией, развязкой. Игра всегда ориентирована на удачу, выигрыш, победу, радость и восхищение. Выделенные Й. Хёйзингой функции игры могут быть спроецированы и на отдельные игровые ситуации, например, на детские игры, которые многими исследователями рассматриваются как способ приобщения к культуре.

Этнопедагогика — раздел педагогической науки, ее предметом выступает исторически сложившаяся у различных этносов практика воспитания и обучения. Современные исследователи и практики активно используют возможности этнопедагогики для знакомства и приобщения к народной культуре: этнокультурные традиции рассматриваются в контексте патриотического воспитания (см., например, сборники конференций «Педагогические традиции народов России и зарубежья» (Ульяновск, 2013), «Формирование ценностного отношения к историческому прошлому — основа гражданско-патриотического и духовно-нравственного воспитания» (Екатеринбург, 2015) и др.); фольклорные тексты — пословицы, загадки, сказки, песни — становятся основой для нравственного воспитания и формирования этнической идентичности (см., например, программы

«От рождения до школы» под ред. Н. Е. Вераксы, М. А. Васильевой, Т. С. Комаровой (М., 2014), «Мой родной дом» под ред. Т. И. Оверчук (М., 2004), «Наследие» под ред. М. Ю. Новицкой, Е. В. Соловьевой (М., 2000) и др.). Рассматривая игру как основу национальных видов спорта, педагоги расширяют ее потенциал, используя как средство приобщения к здоровому образу жизни.

В последние десятилетия мы наблюдаем процесс обращения к этническим корням — развитие этнической идентичности. В образовательной практике это выражается в широком использовании этнокультурного материала, фольклорных текстов на уроках музыки, литературы, при проведении праздников; в обращении к народным промыслам при обучении декоративно-прикладному искусству, на занятиях по изготовлению народной игрушки; в интересе к бытовым традициям (создание вместе с воспитанниками этнографических мини-музеев в детских садах и школах).

О сложности данного процесса можно судить по многочисленным публикациям педагогов, в которых скорее констатируется, нежели анализируется, насколько эти занятия способствуют развитию этнокультурной идентичности. В ситуации «возрождения» народных обычаев, ставшей в последнее время общепедагогическим трендом, включение этнокультурного материала все чаще вызывает вопросы об уместности обращений к языческим практикам (сожжение Масленицы, гадания), о смешении мифологических верований и ценностей христианской культуры (представление об иконе как языческом обереге наряду с куколкой-защитницей или подковой — символом счастья). Незнание древних верований, обрядовых традиций, культурных кодов приводит к известной механистичности, утрате смыслов при введении народных игр в актуальные образовательные практики.

Остановимся на одном из аспектов приобщения к этнической культуре — подвижных играх, занимающих в народной игровой традиции важное место и способствующих физическому развитию ребенка. Значение подвижных игр ученые связывают с формированием ценностных ориентаций, развитием форм коллективного поведения. Воображение и фантазия, логика и интуиция, морально-волевые качества проявляются при приобщении к национальным традициям через игру.

Подвижные игры отвечают потребности ребенка в двигательной активности. Русский педагог и педиатр, теоретик физического воспитания Е. А. Покровский писал о тесной связи умственного и физического развития детей, проявляющейся в том числе в игре, когда необходимо не просто соблюдать заданные кем-то правила, но относиться к происходящему со всей серьезностью, присутствием духа, неутомимостью и настойчивостью. Он подчеркивал значимость для развития ребенка приобщения к народной традиции как важнейшего условия формирования черт национального характера (мы сегодня бы назвали это формированием культурной идентичности).

Сложилась определенная традиция описания и представления в научной и методической литературе материалов о детских подвижных играх. Начиная с XIX в. о народных играх можно найти многочисленные упоминания в этнографических работах: например, во втором томе записок И. П. Сахарова «Сказания

русского народа» (1837) есть «сказания о русских народных играх», в фундаментальном труде А. В. Терещенко «Быт русского народа» (1848) представлен материал о народных «забавах». Вехой на этом пути были работы Е. А. Покровского, в которых он обобщил материал о русских народных играх. Разнообразные этнографические описания позволили создать своеобразную панораму игровых традиций и сформировали отдельное направление в фольклористике, описывающее культуру детства в самых разных контекстах: историческом, возрастном, обрядово-мифологическом, ситуативном, коммуникативном, знаково-символическом.

В советское время был выпущен сборник материалов «Игры народов СССР», составленный В. Н. Всеволодским-Гернгроссом, В. С. Ковалевой и Е. И. Степановой, в котором была предложена классификация народных игр, не потерявшая значения и сегодня. Подвижным играм в этом сборнике было уделено особое место: В. Н. Всеволодский-Гернгросс предложил рассматривать их как «игры-соревнования простые» и «игры-соревнования с вещью», подчеркивая, что и те и другие могут рассматриваться как средство тренировки физических или умственных способностей [2, L].

В начале 2000-х гг. игровым практикам стало уделяться особое внимание. Появилось множество энциклопедий игр, в которых представлены как народные игровые традиции, так и их современные варианты. К сожалению, большинство из них воспроизводят один и тот же сравнительно небольшой набор игр. Нельзя не согласиться с М. А. Ключевой, которая пишет о необходимости научного изучения народных игр как условия их «реабилитации и пропаганды» [3].

В описании народных подвижных игр в научной и педагогической литературе можно условно выделить два направления — *этнографическое* и *методическое*. Оговоримся сразу, что они не противоречат друг другу и могут рассматриваться как взаимодополняющие.

Для этнографического направления значимым становится описание игры внутри социально-культурных практик — празднично-календарной обрядности, анализа гендерных ролей, половозрастных особенностей, семантики. Характерным примером могут служить описания «народных забав»: так, у И. П. Сахарова описание игры «Кума» сопровождается этнографическим комментарием, в каких губерниях бытовала игра (Московская, Рязанская, Тульская, Костромская) и с какими праздниками (Семика или Пятидесятница, День жен-миронисиц) была связана [9, 318–319]. Эта традиция, свойственная этнографии XIX — начала XX в., устойчиво воспроизводится в описаниях экспедиционных материалов, однако в работах современных исследователей-этнологов уступает место семантическому анализу мифологических верований, лежащих в основе народных игр, культурных стереотипов, воспроизводящихся в игровых действиях (работы Т. А. Бернштам, К. А. Богданова, М. П. Чередниковой и др.). В рамках этого условно выделенного направления приобщение к народным игровым практикам связано с формированием этнокультурной идентичности (знакомство — приобщение — освоение — присвоение на ценностном уровне).

Для методического направления характерно включение народных игр непосредственно в педагогическую практику. В последние десятилетия появились

многочисленные работы, посвященные методикам организации подвижных народных игр с детьми разного возраста — от дошкольников до старших подростков (работы Б. А. Ашмарина по теории и методам физического воспитания [10]; А. В. Кенеман — о проведении занятий на основе народных игр [1]; М. Ф. Литвиновой — о народных играх с детьми дошкольного возраста [4]; Н. В. Анушкевич и И. С. Николаева, обобщивших требования к педагогу, использующему на своих занятиях народные подвижные игры [5]).

Сборники, посвященные подвижным играм, ставят своей целью помочь взрослым организовать активный отдых детей — в оздоровительном лагере, в парке, на детской площадке. Включение в сборник игр, бытовавших у разных народов, лишь разнообразит представленный материал, этнокультурная «привязка», по существу, является неким «украшением», не несущим содержательного смысла.

Промежуточное место между «этнографическими» и «методическими» работами занимают работы педагогов, в которых делается попытка систематизировать научные материалы и использовать их для практических занятий (см., например, сборники, посвященные описанию подвижных игр народов СССР). Эти работы можно рассматривать как потенциальную возможность решения задач развития этнокультурной идентичности, но только в том случае, если такая цель ставится.

В то же время актуальная для современной педагогики задача — формирование культурной идентичности, используя материал народных подвижных игр, далека от решения. На наш взгляд, причин здесь несколько: игровые практики перестали восприниматься как неотъемлемая часть культурного поля, связанная с глубинными пластами духовной жизни, перейдя в разряд досугово-развлекательных; тиражируемость и воспроизводимость одних и тех же игр на уроках и во внеурочной деятельности не предполагает знакомства с народными традициями, в них отразившимися; процессы глобализации и интернационализации приводят к размыванию этнокультурной идентичности.

Вопрос о включении народных подвижных игр в практики формирования культурной идентичности может быть раскрыт в адаптивно-содержательном и культуроведческом аспектах.

Адаптация народных игровых практик, собранных этнографами, к возможностям современной школы связана, прежде всего, с расширением игрового «репертуара». Однако сложность состоит в трансформациях, произошедших в языке за последний век. Экспедиционные материалы, в которых представлены народные подвижные игры, что совершенно закономерно, не ставят перед собой задачу воспроизведения их в педагогических целях. Следовательно, необходим «перевод» игры на современный язык, учитывая не только словоупотребление (в описаниях XIX в., например, меры длины приводятся в вершках, аршинах или сажнях, что, конечно, может стать интересным развивающим заданием для школьников по математике, но не облегчает задачу по включению игрового материала в занятия физической культурой), но и определение последовательности в описании правил для корректной воспроизводимости.

Существует еще одна серьезная проблема, связанная с адаптацией этнографического материала, — это обеспечение безопасности играющих. К сожалению,

реалии современной жизни таковы, что предлагать игры, предполагающие тесный контакт играющих (например, чехарда), провоцирующие чрезмерную активность, которая у современных детей и подростков легко переходит в агрессию, нецелесообразно (традиционные «наказания» игроков, когда в спину проигравшему бросают мяч). То, что в народной культуре было нормой, сегодня воспринимается как травмоопасное. Соответственно, вопрос об отборе этнографического материала встает достаточно остро.

Культуроведческий аспект включает в себя, во-первых, знакомство с этнокультурными традициями — в какие празднично-обрядовые практики входила игра, какое значение имела, кто и когда играл в нее; во-вторых, поликультурную составляющую, раскрывающую сходство игр у разных народов. Нам импонирует идея, высказанная Е. А. Покровским, который писал: «Многие из детских игр имеют так много сходства между собою, несмотря на различие национальностей, стоящих теперь иногда очень далеко друг от друга как по культурному развитию, так и по географическому положению. ...Вот эти-то стороны игр, в которых передается из рода в род, из века в век, от одного народа к другому что-то общее, свойственное, занимательное и поучительное для детей всех времен, всех рас и племен, всех религий и ступеней культурного развития, — и несет на себе признаки общечеловеческого, историко-образовательного значения детских игр» [7, 21].

Наш опыт показывает, что сочетание адаптивно-содержательных и культуроведческих аспектов возможно и продуктивно. Так, при создании пособия для педагогов «Подвижные игры народов Урала» [6] цель, которую мы перед собой ставили, была двуединой: она состояла в расширении «репертуара» игр, обеспечении возможности знакомства с народными традициями (описание правил проведения игр) и в дополнении их культуроведческим материалом, связанным с традициями этносов, населявших Урал. Представленные в пособии игры мы классифицировали по условиям бытования и по отдельным элементам игрового действия, что обусловило структуру издания: сюжетные игры; состязательные игры; ловитки (ловишки, догонялки); игры с предметами; игры, ставшие видами спорта (лапта, городки). Методический аспект издания был связан с рекомендациями по организации и проведению подвижных игр как поэтапного процесса, включающего подготовку, проведение и подведение результатов игры.

Так, в разделе, посвященном сюжетным играм, логика представления материала отражала миметический характер игр (игры, связанные с охотничье-промысловой деятельностью, — «Охотники», «Векши»), освоение в процессе игры окружающей природной среды (игры, «местом действия» которых был лес или лесные «жители», — «За ягодой», «Зайчики», «Лиса, в норку»), знакомство с элементами крестьянского быта («Горшки», «Кольшки», «В лапти»). Включение широко распространенных у разных народов игр «Волки и овцы», «Коршун», «Кошки-мышки», «Гуси-лебеди» создавало дополнительную объемность, соединяя развлекательную и познавательную составляющие. Историко-культурный материал (пословицы, загадки, краткие исторические справки) позволял показать, каким образом повседневная жизнь воспроизводилась в игровом контексте.

Состязательные игры и связанные с ними ловитки, игры с предметами, игры с мячом обнаруживают соревновательный характер, свойственный народным играм («Борьба в схватку», «Борьба на поясах», «Перетягивание палки»), и способствуют развитию ловкости и сноровки. Интересно, что ценностно значимые качества (сила, ловкость, сноровка) раскрываются на материале самых разных игр (например, игры с предметами: русские «Бабки», «Чижик», башкирские «Себенле», «Кули», удмуртская «Чильчак» или калмыцкая «Шагалцан»), отличающихся друг от друга незначительными «разночтениями» в правилах, но близких по содержанию и направленности физической активности.

Решению задачи развития культурной идентичности помогает знакомство с традициями разных народов, возможностями в определенный период календаря обращаться к тем или иным играм, фиксация на уровне языка и предметности бытовых практик народов, освоение правил игры в «привязке» к этнокультуре. При этом разнообразие игр и схожесть игровых ситуаций у разных народов становятся залогом воспитания толерантности.

Таким образом, педагогический потенциал народных подвижных игр может быть раскрыт в информационно-содержательном аспекте — через знакомство с традициями их бытования в этнокультуре и в эмоционально-деятельностном — через позитивные переживания игровой ситуации и активное включение в нее.

Актуализация этнографического материала в современных образовательных практиках не только сделает используемые педагогами игры более разнообразными (экстенсивный путь), но и обеспечит развитие этнокультурной идентичности через освоение социокультурного опыта прошлого и включение его в настоящее (интенсивный путь), что повлечет за собой качественное изменение отношения к народной игровой традиции.

-
1. Детские народные подвижные игры : кн. для воспитателей дет. сада и родителей / сост. А. В. Кенеман, Т. И. Осокина. 2-е изд., дораб. М., 1995. 224 с.
 2. Игры народов СССР : сб. материалов / сост.: В. Н. Всеволодский-Гернгросс, В. С. Ковалева и Е. И. Степанова ; введ. В. Н. Всеволодского-Гернгросса, предисл. Н. Маторина. М. ; Л., 1933. 564 с.
 3. *Ключева М. А.* Народные подвижные детские игры: опыт типологии : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. СПб., 2008. 28 с.
 4. *Литвинова М. Ф.* Русские народные подвижные игры. М., 1986. 80 с.
 5. Методика проведения подвижных игр / сост.: Н. В. Анушкевич, И. С. Николаев. Барнаул, 2006. 29 с.
 6. *Мурзина И. Я., Кучевасова С. Н.* Подвижные игры народов Урала : учеб.-метод. пособие для педагогов. Екатеринбург, 2017. 112 с.
 7. *Покровский Е. А.* Детские игры, преимущественно русские. 2-е изд., испр. и доп. М., 1895. 368 с.
 8. *Покровский Е. А.* Детские игры и гимнастика в отношении воспитания и здоровья молодежи : докл., читанный в IV секции (школьной) Рус. о-ва охранения народ. здоровья в С.-Петербурге. М., 1893. 40 с.
 9. *Сахаров И. П.* Сказания русского народа / сост. и отв. ред. О. А. Платонов. М., 2013. Т. 1. 800 с.

10. Теория и методики физического воспитания : учебник для студентов фак. физ. культуры пед. ин-тов / Б. А. Ашмарин, Ю. А. Виноградов, З. Н. Вяткина и др. ; под ред. Б. А. Ашмарина. М., 1990. 287 с.

11. Физическая культура. 1–11 классы: Подвижные игры на уроках и во внеурочное время / авт.-сост. С. Л. Садькова, Е. И. Лебедева. Волгоград, 2008. 92 с.

12. Хёйзинга Й. «Homo ludens». В тени завтрашнего дня : пер. с нидерл. / общ. ред. и послесл. Г. М. Тавризян. М., 1992. 464 с.

Статья поступила в редакцию 21.02.2018 г.

УДК 75.041(510) + 221.3 + 391:75

Н. С. Лебедев

КИТАЙСКАЯ ЖИВОПИСЬ В КОНТЕКСТЕ ФИЛОСОФСКИХ ИДЕЙ ДАОСИЗМА

В статье представлено исследование философских идей даосизма как источника формы и духа живописи Китая, определены основополагающие принципы творческой свободы художника — принципы «деяния» и «недеяния». Выделена основная цель китайской живописи — философское осмысление бытия человека.

К л ю ч е в ы е с л о в а: Дао; даосизм; живопись; культура; традиции; художник; этнография; пейзаж.

Актуальность статьи. В настоящее время китайская живопись претерпевает большие изменения под влиянием западной культуры. Кардинально меняются форма и техническая сторона искусства живописи, происходит взаимное обогащение культур Китая и Запада. Но содержание, суть и стиль китайской живописи, ее традиционная культурная основа остаются преимущественно неизменными.

В феномене китайской живописи находит свое выражение глубинная суть духовности и культуры Китая. Основная цель китайской живописи — это философское осмысление бытия человека.

Значительный вклад в понимание и разработку вопроса о культурно-философских основаниях китайской живописи внесла плеяда востоковедов: Л. Бежин [2], Т. Григорьева [3], Е. Завадская [6], С. Колчигин [11], Н. Конрад [12], А. Лукьянов [14], Г. Ткаченко [23], Ю. Щуцкий [27], А. Хамидов [24, 25] и др.

Обращение к данной теме в прошлом и настоящем инициировалось, как правило, изучением даосской философии, было связано с герменевтическим анализом книги «И Цзин» («Книга Перемен»), а также канонических даосских текстов.

Цель статьи — исследовать особенности китайской живописи в контексте философских идей даосизма.

ЛЕБЕДЕВ Никита Сергеевич — аспирант Шуйского филиала Ивановского государственного университета (e-mail: ns.lebedev1@gmail.com).

© Лебедев Н. С., 2018

Известный отечественный китаевед В. В. Малявин считает, что именно в XVII в. традиционное китайское искусство достигло своего наиболее полного и утонченного развития. По утверждению ученого, «...“великое искусство” Дао стоит у начала всех искусств и ремесел» [16]. В его книге на примере живописи раскрывается культура, миропонимание и быт старого Китая, предлагается оригинальный взгляд на традиционную китайскую культуру, по-новому освещается ее мировое значение.

Истоки китайской живописи восходят к эпохе, которая отстоит от нас на 5–6 тысячелетий. Наиболее ранними явлениями живописи были наскальные рисунки, изображавшие растения, животных и человеческие фигуры. Эти рисунки были выполнены с помощью минеральных красящих веществ. Примерно к той же эпохе относятся орнаменты на глиняной утвари. По мере того как люди овладевали техникой бронзового литья, появлялись бронзовые изделия, на которые наносились узоры, чаще всего символического, мифического характера. За отдаленностью эпохи указанные живописные памятники стали подлинным раритетом, однако с их помощью можно составить представление о состоянии живописи на заре китайской цивилизации. Что касается дошедших до нас живописных работ на бумаге и шелке, то они в большинстве своем были найдены при раскопках древних могил. Наиболее ранние из них насчитывают более 5 тыс. лет.

По тематике древнекитайская живопись делится на несколько жанров: портретная живопись (жанр «люди»), пейзажная живопись (жанры «горы и вода», «цветы и птицы») [15, 19]. Примерно в XVII в. в Китай проникла европейская живопись, китайцы стали называть ее «сиянхуа» («картины, пришедшие с Запада») в отличие от отечественной живописи, которую стали называть «традиционной китайской живописью». То есть исторически термин «традиционная китайская живопись» возник для отличия от западной (европейской) живописи [9, 10].

В китайской живописи существует три метода изображения человека. Первый — при помощи однотонной туши, иногда к ней прибавляется легкая краска. Под умелой рукой художника кисточка выводит линии — контуры людей. Второй метод предполагает более тяжелые цвета, но в основном преобладает тушь, строгие и четкие линии создают различные фигуры людей. При использовании третьего метода краски не обязательны, его основа — свободные наброски линий, тонкие и мягкие, как нить шелкопряда. Здесь особое внимание уделяется изображению внутренней силы, характера человека.

Китайская живопись зародилась в примитивном обществе в специфический период, когда возникла потребность в выражении духовного, религиозного начала. Мы можем говорить об этом периоде, исходя из археологических данных (например, наскальная живопись является основой для исследования живописи вообще и живописи того периода в частности).

Фактически живопись — это микрокосм, соответствующий макрокосму. В китайской культурной традиции одна линия, т. е. триграмма, и в живописи, и в каллиграфии издревле не просто означает линию, а выражает достаточно сложные явления, к примеру, начало творения, отделение Неба от Земли.

Искусство рисунка представлено в этот ранний период — период первобытного общества рисунками на вазах и посуде. Рисунок наносился на поверхность глиняной посуды и имел разнообразную тематику, связанную с животным и растительным миром (к примеру, изображения рыб и ряби на воде). Развитие стиля птиц, рыб, лягушек отражало представления китайца о многообразии и целесообразности мира природы.

Живопись можно исследовать, опираясь на малочисленные предметы археологических находок, например, наскальные рисунки, которые сохранились до наших дней. Все чаще обнаруживаются новые места, имеющие большое археологическое значение, и находки с этих раскопок дополняют наши знания.

Древнее искусство живописи на территории Китая возникло и начало развиваться в период позднего палеолита. С тех пор прошло около 20 тыс. лет. Ранняя китайская живопись представлена рисунками на глиняной посуде, на стенах скал и пещер.

Впоследствии произведения живописи начали появляться на бумаге, тонком шелке, на стенах жилищ. Наскальная живопись — это высекание изображений на скалах, она появилась 5 тыс. лет назад. На рисунках изображались исторические сцены, социальные отношения, деятельность людей, производство, тотемы, сцены жертвоприношений. Сохранившиеся до наших дней наскальные рисунки расположены на территории Внутренней Монголии, Синцзяна, Юньнани, Гуанси-Чжуанского автономного района, Цзяньсу, Тайваня, Сычуани, Гуйчжоу и т. д. — всего восемнадцати провинций [13, 55].

Главными функциями наскальных изображений были передача знаний, отражение религиозных чувств и объектов поклонения [15], а также взглядов на продление рода как продолжение жизни и т. д.

В керамическом искусстве древнекитайского общества главными элементами рисунков являлись точки, линии, формы, а также цвет. Керамические изображения могли передавать ритм, их цвета были яркими, красочными и простыми. Одним из основных сюжетов рисунков являлось изображение рыбной чешуи и рыболовной сети. Отсюда возникло изображение переплетающихся линий и затейливых узоров. Все это способствовало развитию самобытности китайской живописи.

Из нефритового века Китай вступил в бронзовый век. Возникла письменность, система ритуалов; появились бронзовые изделия, используемые для ритуальных целей, совершенствовались нефритовые изделия. Искусство резьбы, изделия из меди свидетельствовали о высоком уровне интеллекта людей того времени.

Периодом, в котором окончательно произошло становление живописи, считается период Чуньцю (период Весен и Осеней) (770–476 г. до н. э.) и период Чжаньго (период Воюющих царств) (475–221 г. до н. э.).

В периоды Чуньцю и Чжаньго (770–221 г. до н. э.) не только расширилась сфера применения живописи, но и сама живопись приобрела специфическую форму. Начиная с XXI в. до н. э. (по 476 г. до н. э.) закладывался фундамент для развития сельского хозяйства, кустарного промысла, а также создавались необходимые условия для развития и процветания культуры.

Для этого периода характерна богатая и красочная живопись, развивается искусство фрески. Рисунки создаются красками на повседневной посуде, на изделиях из бронзы и шелка. По находкам рисунков на шелке, таких как «Фэн лин жэнь во» (фамильный могильник Мавандуй) и «Жэнь во юй нун ту» («Всадник верхом на драконе») эпохи позднего Чжоу, можно судить о степени мастерства древнекитайских художников [18, 30]. Живопись периода Чуньцю и Чжаньго отличает довольно высокое мастерство в нанесении штрихов и линий, изображении самых разных объектов; появляется красильная технология. Распространение живописи привлекло внимание политиков и философов. Живопись стали использовать для передачи политических и философских идей.

На характер китайской живописи огромное влияние оказала китайская философия. Сюжеты китайских живописцев довольно сильно отличаются от тех, что приняты в живописи западной традиции. Заслуга даосизма в том, что он сохранил исторические реалии давно минувших эпох и актуализировал их в повседневной жизни современного человека.

Китайская живопись пронизана пониманием природы. Существовали особые сочинения о том, как писать пейзаж той или иной горы, какой смысл нужно вкладывать в пейзажи. Настоящий мастер должен находиться в тихой обители, в долине чистой и светлой, подобно его духу, ибо природа врачует душу. Он должен быть странником, но путь его странствий и поиски новых мест не должны соприкасаться с внешним миром.

Что же касается сюжетов живописи, то в разные времена и в эпохи правления разных династий они зависели от множества различных веяний, именно поэтому сюжеты отличает большая вариативность. Главным образом китайская живопись испытала влияние идей даосизма, и в силу этого сюжет, который выражается в том или ином произведении живописи, имеет глубокое смысловое содержание.

Если посмотреть на историю китайской живописи, то можно увидеть, что ее источником явились изображения человека, а также его окружения. Поскольку китайская живопись рано стала важной составной частью общества, то, согласно требованию к ее содержанию, она должна была изображать природу и архитектурные постройки. Позднее жанр пейзажных картин начал постепенно отделяться от картин с изображением человека, став самостоятельным видом художественного творчества.

Поскольку у Дао нет формы, то сущность и дух Дао художник должен изобразить с помощью пейзажа, потому что естество Дао — в природе, а смысл природы указывает на закономерность Дао, в соответствии с которой движутся все вещи на земле. Пейзаж — самый удобный объект выражения Дао в природе [7, 79], к тому же дух метафизики можно изобразить только с помощью пейзажа. Еще в древности люди видели в красивом пейзаже сущность природы. Живописцы стремились установить особую связь с Небом. Следовательно, природа являлась объектом эстетического восприятия, и одновременно с этим складывались новые отношения между Небом и человеком.

Цзун Бин (375–443), выдающийся живописец, живший при династии Южная Сун, говорил о создании пейзажа методом реального описания вещей.

«Художник, — считал он, — должен на собственном опыте узнать природный пейзаж, собственными глазами насладиться им и методами художества изобразить его; трудно полностью охватить пейзаж, но художник отразит форму природы в содержании картины, если посмотрит на пейзаж с дальнего расстояния» [26].

Создавая пейзаж, художник не придерживается лишь внешней формы, он позволяет слиться воображению, чувствам, мышлению с объективными вещами пейзажа, добивается своеобразного переплетения души и вещей. Он свободно, без внутренней стесненности выражает природу и таким образом создает бессмертную картину. Именно изображение состояния духа в пейзаже было пределом мечтаний некоторых представителей той эпохи.

Китайские пейзажные картины основаны на принципе Дао и выражают внутренние чувства художника. Эти произведения крупных и малых форм, включающие стихи, каллиграфию и живопись, по сути дела, сливаются в одну форму живописи, равным образом отражая представления о пейзаже, сложившиеся в даосизме.

Пейзажную живопись северного течения в эпоху пяти династий и десяти царств (907–979) представляли художники Цзинь Хао, Гуань Тун и др. Дун Юань представлял южное течение живописи. Северное течение было более крупным.

В эпоху династии Сун (960–1279) в стиле пейзажных картин произошли изменения. Сия Гуи (XII–XIII вв., годы жизни неизвестны), Ма Юань (1170–1260) и другие художники перешли от сложного стиля к более простому: пейзаж, который ранее занимал всю картину, стал меньше, появилось больше белых мест (обычно картину обрамляло белое пространство), иными словами — сложился другой стиль [8, 96].

После того как император Цинь Шихуан объединил Китай, он унифицировал письменность, валюту, меры длины и весов. Общество стало стабильным, развивалось производство, укреплялась экономика, тем самым обеспечивались прекрасные условия для развития изобразительного искусства. Началось строительство Великой Китайской стены, сооружение мавзолеев, дворцов и т. д. [19, 92]. В идеологическом плане следует отметить, что Цинь Шихуан сформировал философию культуры, ядром которой послужили идеи даосизма, способствовавшие установлению власти воинского сословия. Источниками развития и формирования философской культуры живописи стали представители даосизма.

Начиная с династии Хань (206–200 гг. до н.э.) расширилась сфера влияния живописи, которая сама находилась под сильным влиянием идей конфуцианства; она стала политическим инструментом в руках правящей элиты. В живописи в основном выражались положительные моральные качества. Во дворцах династии Западная Хань (25–220) появились отдельные студии для художников, где они создавали свои произведения.

По времени возникновения наиболее ранним следует считать жанр «люди», так как еще в первобытном обществе наши предки рисовали на скалах фигуры людей и животных, используя для этого природные минеральные красители: мел, квасцы, графит и т. д. В эпохи Вэй (220–265), Цзинь (265–420), а также Южных и Северных династий (420–581) жанр «люди» достиг зрелости. Древнекитайский

теоретик искусства Гу Кайчжи (348–409) выдвинул требование передавать в портрете не только внешнее сходство, но и характер и душевное состояние объекта. Последующие поколения художников остались верными этой концепции. Уже на ранней стадии развития китайской живописи мастерство портретного жанра достигло высокого уровня.

В Китае, как и в других странах, художники нередко запечатлевали в своих работах конкретные исторические события. По историческим полотнам люди последующих поколений знакомятся с обликом прошедших эпох, образом жизни людей и чертами их быта, с географической средой. Ведь любому, даже очень хорошему художнику труднее воспроизвести облик прошлого, чем тому, кто был очевидцем этой эпохи. В Китае, где на протяжении нескольких тысячелетий господствовал феодальный строй (если использовать терминологию и историческую периодизацию К. Маркса), тематика исторической живописи, как правило, была тесно связана с жизнью императорского двора. Чтобы запечатлеть для потомков правление императора, во время всех важных мероприятий присутствовали специально приглашенные туда летописцы и живописцы, в обязанность которых входило в художественных образах увековечивать происходящее [15].

В истории китайской живописи важная роль принадлежит фрескам, которые украшали стены гробниц. Властители династий Цинь (221–206 г. до н. э.) и Хань (206 г. до н. э. — 220 г. н. э.) придавали огромное значение роли изобразительного искусства и использовали его, чтобы укрепить свою политическую власть, а также удовлетворить свои эстетические потребности. По велению императора Цинь Шихуана были созданы легендарные «терракотовые воины императора Цинь Шихуана», а во времена династии Хань была создана фреска «Девять матерей с детьми».

По мере распространения и расцвета буддизма культурные представления и идеи постепенно изменялись, роль и положение живописи в обществе делались гораздо заметнее, поэтому благородные мужи и даже некоторые императоры начали заниматься живописью.

В поздний период династии Восточная Хань был создан университет искусства, объединивший всех художников государства [13, 55]. Искусство там преподавалось в качестве основного предмета. Это оказало самое глубокое влияние на развитие искусства, особенно живописи, что сыграло большую роль в становлении художественной школы Китая.

Философия Китая наиболее ярко отражена в пейзажной живописи. Последователем этой философии был Чжуан-цзы. Великий мыслитель жил отшельником, не участвовал в политической жизни, не служил чиновником при дворе. До династии Вэй (220–265) и Цзинь (265–420) идея отшельничества получила широкое распространение среди интеллигенции, воспринимавшей жизнь отшельника как один из эффективных методов преобразования индивидуума «с характером», как назидание чиновникам для лучшего выполнения их ответственной миссии и регулирования человеческих отношений в обществе. Свое выражение в искусстве находит аллегорическое описание течения жизни: неизменным атрибутом практически каждого пейзажного полотна в стиле «Шань шуй» («горы

и воды») является путник-отшельник, бредущий по тропинке, олицетворяющей Дао и саму жизнь.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что китайская живопись отличается от западной не столько набором технических средств, сколько принципиально иным художественным языком, более условным и декоративным. Гармоничное единство языка живописи, поэзии и философии определило смысл традиционного китайского изобразительного искусства. Речь идет, прежде всего, о том громадном и глубинном влиянии, какое оказали на китайское искусство классические философские системы даосизма. Философия Китая всегда была проникнута принципами гармонии человека и мира, человека и человека. Эти же принципы легли в основу китайского изобразительного искусства, особенно классических жанров живописи. Базисными для китайской живописи стали такие идеалы, как первичность добродетельного отношения к миру, приоритет добра над красотой (Мэн-Цзы), нравственно-психологических начал над началами рационалистическими. Свой синкретический характер китайская живопись обрела благодаря гармоничности установленных в ней связей, а именно принципа гармонии изобразительности и смыслового содержания, конфуцианского «добродушия» и даосистского подчеркивания красоты природы. Изучение даосизма в культурологическом аспекте способствует установлению плодотворного диалога между народами.

1. Ауэзов М. М. Энциклопедия: К проблеме единства миров кочевья и оседлости // Кочевники. Эстетика (познание мира традиционным казахским искусством). Алматы, 1993. С. 31–62.
2. Бейлин Л. Е. Под знаком «ветра и потока». Образ жизни художника в Китае III–VI вв. М., 1982. 221 с.
3. Григорьева Т. П. Дао и Логос (встреча культур). М., 1992.
4. Даулетова Ф. Н., Ху Айхуа. Отражение духовной культуры в китайском и казахском языках // Аль-Фараби. 2004. № 1 (на каз. яз.). С. 53–70.
5. Ергалиева Р. А. Этнокультурные традиции в современном искусстве Казахстана. Алматы, 2002.
6. Завадская Е. В. Восток на Западе. М., 1970.
7. История Дао. Шанхай, 1996.
8. История художественного искусства Китая. Пекин, 1990.
9. Китайская живопись. Пекин, 2000.
10. Колчигин С. Ю. Логика целостного мировоззрения. Алматы, 1993.
11. Колчигин С. Загадка Будды : книга-гипотеза. Алматы, 1997.
12. Конрад Н. И. Запад и Восток. 2-е изд., испр. и доп. М., 1972.
13. Ли Фу-шунь. История художественного искусства Китая. Ляонин, 2000.
14. Лукьянов А. Е. Дао «Книги Перемен». М., 1993. 235 с.
15. Лю Вэньбинь. Культурно-философские основания традиционной китайской живописи. Алматы, 2006. 240 с.
16. Малявин В. В. Чжуан-цзы. М., 1985.
17. Нурланова К. Ш. Эстетика художественной культуры казахского народа. Алма-Ата, 1987.
18. Оценка китайского искусства. Пекин, 1989.
19. Пань Гункай. История китайской живописи. Шанхай, 2001.
20. Сагжызы А. «И чжуань» как синтез даосской и конфуцианской философии // Аль-Фараби. 2004. № 1. С. 92–109.

21. *Сагикызы А.* Конфуцианство и философия Платона: сравнительный анализ учений о человеке // Адам элемь. 2000. № 2. С. 25–38.
22. *Сагикызы А.* Основные универсалии и «картина человека» в китайской протофилософии // Адам элемі. 2001. № 4. С. 73–89.
23. *Ткаченко Г. А.* Космос, музыка, ритуал: Миф и эстетика в «Люйши чуньцю». М., 1990.
24. *Хамидов А. А.* Восток и Запад: мироотношение и мировоззрение // Шахар. 1993. № 1. С. 5–20.
25. *Хамидов А. А.* Соотношение форм семиозиса развертывания Тай цзи и проблема моделей порядка гуа // Адам элемі. 1999. № 1. С. 48–65.
26. *Цзун Бин.* Введение в пейзажную живопись. Пекин, 1981.
27. *Щуцкий Ю. К.* Китайская классическая «Книга Перемен». 2-е изд., испр. и доп. М., 1993.

Статья поступила в редакцию 05.04.2018 г.

ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

М. А. Мясникова

МЕДИЙНАЯ ЦИВИЛИЗАЦИЯ СЕГОДНЯ

Рец. на кн.: *Кириллова Н. Б. Парадоксы медийной цивилизации : избр. статьи. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 452 с.*

Издательство Уральского федерального университета выпустило в 2017 г. сборник избранных статей известного российского ученого, доктора культурологии, профессора, заслуженного деятеля искусств РФ, заведующей кафедрой культурологии и социально-культурной деятельности УрФУ Н. Б. Кирилловой. В книге собраны статьи, опубликованные в отечественных и зарубежных научных изданиях в XXI в., т. е. в период социокультурной модернизации российского общества, бурных процессов информатизации и объединения мира в глобальную информационную систему, процессов, происходящих благодаря развитию всех медиа, и прежде всего Интернета. О каких парадоксах идет речь? Ответы на эти вопросы мы найдем, последовательно рассмотрев содержание новой книги и логику размещения в ней тех или иных статей.

Сборник состоит из четырех разделов. В первом характеризуется ключевое для исследователя понятие «медиакультура», ее роль в интеграции социокультурного пространства и, в частности, особенности современной аудиовизуальной медиакультуры, связанной с новым типом общения, основанного на возможностях выхода в Интернет. При этом автор подчеркивает, что аудиовизуальная культура, лидирующая в глобальном медиапространстве, до сих пор изучается крайне разрозненно, в рамках традиционных схем: кино как искусство, телевидение в системе журналистики, видеоклип как форма музыкального творчества и т. д. Хотя все это, как справедливо пишет автор, звенья одной цепи — аудиовизуальной коммуникации и медиакультуры. Аудиовизуальной культуре тождественно понятие

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., 2018

экранная культура, которую исследователь трактует в качестве конструкта особой среды обитания современного человека — «виртуальной реальности» и виртуальной культуры, определяя черты и функции последней. Среди них ведущей представляется функция «компенсаторная», сущность которой видится автору в особой «философии восполнения» того, чего нет в объективной реальности, но что востребовано личностью с целью восприятия ценностно-идеального (мифологического) мира.

Обращаясь к понятиям «киберпространство» и «виртуальность», исследователь рассматривает также судьбу искусства в новой медиареальности. Возникает вопрос: является ли искусством то, что рождается в виртуальной среде, и кем становится сегодня его потребитель, обретающий все большие возможности свободного выбора и сотворчества? Парадоксами являются и эта взаимозамена автора и потребителя, и конкуренция большого кино с маленькими экранами гаджетов, и новые способы съемки фильма на фотоаппарат, и всевозможные варианты восприятия аудиовизуальных зрелищ. Здесь рассматриваются также языковые технологии в медиакультуре.

Во втором разделе книги предпринимается попытка рассмотреть процессы взаимовлияния медиа, личности и общества. Здесь говорится о медиареальности как новой среде обитания человека, об огромном пути, пройденном медианаукой в XX в., и о формировании в начале нового тысячелетия синтетической гуманитарной дисциплины под названием «медиалогия», опирающейся на культурологию и семиотику, философию и политологию, педагогику и менеджмент. Разработку ее положений Н. Б. Кириллова осуществила в своей книге «Медиалогия как синтез наук», выпущенной московским издательством «Академический проект» в 2012 г. Проблемное поле медиалогии связано с анализом соотношений «реальности» и «медиареальности», влиянием массмедиа на человека, его социализацию и культуру, с воздействием информационно-компьютерных технологий на структуру общества и его функциональную дифференциацию, в частности появление сетевых сообществ. «Благоприятна ли эта “новая реальность” для человека?» — задается вопросом исследователь. Ответ вновь звучит парадоксально: и да, и нет. Ведь «новая реальность» обладает неисчерпаемой информационной емкостью и невероятной доступностью информационных ресурсов. И вместе с тем копии реальных объектов в этой новой гиперреальности сосуществуют со знаками несуществующих вещей (симулякрами), а познавательный процесс подменяется его имитацией и игрой. Автор пишет здесь также о критериях социально-психологического взаимодействия медиа, личности и общества; о фестивале аудиовизуальных искусств как индикаторе развития региональной медиакультуры.

Представляет интерес вошедшая во второй раздел статья под названием «Франкенштейн эпохи массмедиа», в которой говорится о том, как чувствует себя личность в виртуальной среде и какова технология формирования так называемого человека «медийного». Здесь не случайно встает вопрос о необходимости организации работы по социокультурной регуляции системы коммуникации, восприятия и творчества, выражающейся в налаживании в стране комплексной системы медиаобразования. К этому вопросу автор возвращается в целом ряде

статей данного сборника, кстати, обозначая и еще один парадокс. А именно: парадокс в понимании самого термина «медиаобразование», который вбирает в себя на деле более широкий смысл, нежели принято считать. Ибо этот термин касается не просто образования, но также процесса социализации и жизни человека в условиях быстро меняющегося информационного общества; формирования мировоззрения, нравственных ориентаций и целостной картины мира. Центральная концепция медиаобразования, по Л. Мастерману, — репрезентация. Главная цель — «денатурализация» медиа. А само медиаобразование — исследовательский процесс, продолжающийся в течение всей жизни человека. Н. Б. Кириллова рассматривает медиаобразование в качестве комплексного процесса «формирования медиакультуры личности, в котором участвует несколько наук, включая не только педагогику и психологию, но и культурологию, философию, социологию, политологию, журналистику, искусствоведческие дисциплины»¹. Кстати, медиаобразованию как культурологическому проекту посвящена и статья, отнесенная к 4-му разделу сборника. Здесь речь идет о практической деятельности по подготовке менеджеров в сфере культуры в Уральском федеральном университете.

Оставаясь культурологом и изучая медиакультуру, обосновывая этапы ее развития, определенные в свое время канадским культурологом Маршалом Маклюэном, автор вместе с тем отмечает, что медиа сегодня в разных аспектах активно изучаются многими гуманитарными науками.

Поэтому четвертый раздел книги (о третьем скажем позже) так и озаглавлен «Медиа в системе изучения гуманитарных наук». Здесь автор исследует теоретические основы медианауки именно в междисциплинарной перспективе, выявляя и описывая отдельные составляющие медиалогии: медиакультуру, медиасемиотику, медиафилософию, медиаполитику, медиаменеджмент, медиаобразование. Особое внимание в четвертом разделе опять-таки уделено медиакультуре, которая в журнале «European Social Science journal» рассмотрена автором как новая мифология, а в журнале «Middle-East Journal of Science Research» — как знаковая система. В этот раздел включена также статья «Evolution of media culture in the context of McLuhan's typology: history, reality, prospects» («Эволюция медиакультуры в контексте типологии Маклюэна: история, реальность, перспективы»), опубликованная в солидном американском научном журнале «Global media journal» в 2016 г., когда отмечалось 105-летие со дня рождения знаменитого ученого.

Отличаются от остальных статьи третьего раздела книги. Как говорит сама Наталья Борисовна, в эти статьи вложен не только разум, но и душа. Здесь автор отдает дань любимому предмету — искусству кино и двум своим кумирам — Андрею Тарковскому и Василию Шукшину. В данном разделе присутствует также большая публикация «Макромир Михаила Булгакова в зеркале экранной культуры», статьи, посвященные мэтру советского кино Ярополку Лапшину и представителям нового поколения кино российского Алексею Федорченко и Василию Сигареву. Раздел содержит и два сугубо научных текста, парадоксально переключаются друг с другом: о поиске традиционных ценностей в кино и театре,

¹ Кириллова Н. Б. Медиалогия как синтез наук. М., 2012. С. 149.

с одной стороны, и о переменах в кинематографе недавнего времени — с другой. Парадоксально выглядит и заголовок одной из двух упомянутых статей, в нем звучит сомнение: «Остается ли кино локомотивом экранной культуры?», ведь кино долгое время считалось у нас «важнейшим из искусств». А между тем речь сегодня, по мнению исследователя, должна вестись о многомерности существования экранной культуры, ведь киноискусство уже давно не является единственным субъектом новой медиареальности.

В целом сборник получился и глубоким, насыщенным теорией, и очень живым, актуальным, обещающим увлекательное чтение.

Итак, новая медийная цивилизация посылает нам свои парадоксальные сигналы о новых явлениях в мире медиа, с которыми мы только начинаем разбираться. Важно понять: это то, что существует объективно, и с этим нам предстоит долго работать и жить.

Рецензия поступила в редакцию 19.03.2018 г.

SUMMARY

JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

Ivanova L. D. The System of the Print Press at the Turn of the XIX–XX Centuries5

The author discusses the reasons for the demand of the newspaper as a media type at the end of the 19th and the beginning of the 20th century. The economic factors that had caused its development are specified, formation of the newspaper press system under the influence of the government information policy and reader's audience inquiries is considered. The main typological kinds of newspaper editions of this period are marked out and characterized.

Key words: a system of print press; system-forming factors; information policy; audience inquiries; a universal all-Russian newspaper; specialized press; tabloid leaflets.

Simakova S. I., Topchii I. V. Interactive-Graphic Content of the Website «RIA.ru» and its Essential Specifics.....13

The typology of infographic content is identified, its informative potential is estimated. Typical mistakes and shortcomings regarding the use of interactive infographics are marked out. Comprehensive analysis of the journalistic materials of the RIA Novosti website containing interactive infographic is conducted. The observations and conclusions referring to the analysis of empirical data, are valuable both for theorists examining the visual content of journalistic materials, and for the practitioners in the field of interactive infographics, especially for online publications.

Key words: visual turn; visual content; infographics; interactive infographics; RIA «Novosti»; the site «RIA.ru».

Ziganshina A. A. Implementation Steps of Communication Brand Strategy in Digital Media20

Nowadays digital media has become a strategically important media for global and local brands at is providing new high quality contact with the audience in comparison with traditional media. In this article, we have examined the main stages of strategic planning in advertising, paying special attention to Internet channels and tools. Each of the stages has its own unique features in terms of implementation, due to the specifics of the digital media. This article is based on scientific research, as well as on the author's advertising experience.

Key words: digital media; new media; strategic planning; communication strategy; brand communication; advertising; Internet; Internet communication; digital tools; digital communication.

Antoshin A. V., Antoshin V. A. Press of British East Africa in the Final Period of Colonial Epoch35

The article is devoted to the final period of the history of colonial press in British East Africa. The publication is based on the materials of newspapers published in 1940–1950s in Kenya, Tanganyika and Nyasaland. These newspapers are kept at the Library of Congress (Washington, DC, USA). The authors prove that the press is an important historical source regarding the processes of political, economic and socio-cultural modernization of Tropical Africa.

Key words: the press; East Africa; Kenya; Tanganyika; Nyasaland; colonialism.

Susskaya O. A. Transformations of the Media Audience as a Challenge and Reality of Modern Journalism (Based on Empirical Sociological Research)..... 41

The article examines the changes that are taking place in the information space, the transformation of media audiences related to the expansion of digital technologies, the attitude of journalists to these processes and the challenges that this situation creates for them. The data obtained by the author are used, including online-poll of journalists, which demonstrated the most important and vulnerable issues of journalistic practice and revealed the attitude to actual changes in the media space in general.

K e y w o r d s: journalism; information space; audience; mass media; media sphere transformation.

Litvinova N. V. Multimedia Genres of Investigative Journalism in Runet.....52

The efficiency of modern investigative journalism in the Internet is largely determined by the choice of appropriate genre / form of presentation of the extracted information. Today's global network is offering greater opportunities to the authors for conveying the results of their investigation to the audience, comparing with the traditional media. In this article, we explore the genre structure of the publications presented on six major investigative websites of Runet. The author reveals a group of the most actively used multimedia genres and analyzes the capabilities they possess.

K e y w o r d s: investigative journalism; Internet sites; multimedia genres.

Blagodatskih V. G., Kerimov A. A. The Concept of Mass Communications in Political Discourse58

The article considers different approaches to the interpretation of the category of mass communications in modern political science, establishes its universal characteristics, and reveals the essence, specific features and traits.

K e y w o r d s: mass communication; communication; mass media; information.

PSYCHOLOGY

Karapetyan L. V. Predictors of Emotional and Personal Well-Being. Part 1: Internal Positive Predictors.....66

Emotional and personal well-being is considered as the base for the inner harmony of man, which can enable his involvement and effective functioning. Indication and prediction of emotionally-personal well-being are expressed through three groups of predictors: internal positive, external positive and negative. Internal predictors of emotional and personal well-being, reflect the subjective feeling of inner balance and psychological comfort. This group of predictors include "optimism", "happiness" and "luck".

K e y w o r d s: well-being; internal positive predictors of happiness; optimism; luck.

Permyakova M. Ye., Glinskikh E. L., Yershova I. A. Research of the Connection Between Happiness and Psychological Well-Being and Compliance With Moral Standards of Students73

The article presents data regarding the connection between happiness and psychological well-being and the compliance with moral standards on the example of such norms-prohibitions as greed, wrath, pride, lust, envy, sloth, and gluttony. The study was conducted based on students' sample. For our diagnostic we used the following methods: «Oxford happiness inventory»; «Ryff's scales of psychological well-being»; «greed», «wrath», «pride», «lust», «envy», «gluttony», «sloth» tests (Yu. V. Shcherbatykh); the 10-item self-esteem scales of compliance with these norms-prohibitions. Contradictory results were obtained, concerning positive connection between compliance with moral standards and sense of happiness and negative correlation with psychological well-being.

K e y w o r d s: happiness; psychological well-being; norms-prohibitions; students.

Kuvaeva I. O., Sahakyan A. R., Lyamzin A. V. Coping Behavior Among Students: Cross-Cultural Characteristics82

The findings of comparative analysis of coping behavior between Russian ($n = 174$) and Armenian ($n = 153$) students are discussed. The sample consists of respondents with professional specialization such as 'social work, political and social sciences'. The 'Adolescent Coping Scale' (ACS) E. Frydenberg and R. Lewis which evaluates 18 coping strategies were applied. The hypothesis of the research is the following: Russian students prefer problem-oriented and social coping strategies; Armenian respondents stick to the technique of emotional overcoming of stress. The different orientations of coping behavior among groups are shown. Problem-oriented strategies

with increasing anxiety and involvement in social interaction are the common characteristics of students' coping behavior. The preferred emotional strategies are distinguished in Russian and Armenian groups. The activation of different overcoming recourses appears to be the specific coping characteristic among Armenian students.

Key words: stress; difficult situation; overcoming; coping behavior; coping strategies; young people; Russian and Armenian students; cross-cultural differences

Chalikova O. S. The Study of the Professional Thinking of Psychology Students 90

The following article presents the results of the research of diagnostic thinking of psychological students at an early stage of professional education. Diagnostic thinking is considered as the basis of professional thinking of the psychologist, which, in turn, is the core of professional competence of a specialist. The text markers characterizing the success of diagnostic thinking of second-year students, as well as a number of intellectual and personal predictors of diagnostic thinking are revealed.

Key words: professional education of psychologists; professional thinking; diagnostic thinking; markers of diagnostic thinking; intellectual predictors; personal predictors.

Brel E. Yu., Stoyanova I. Ya. Psychological Characteristics of Alexithymia in the Context of Mental Health and Social Development Regarding Modern Adolescents 97

The purpose of this article is to compare the psychological characteristics of modern adolescents belonging to the digital technologies generation in the aspect of the problem of alexithymia as a quality that contributes to the emergence of health disorders and reduces social adaptation as a factor associated with cognitive, communicative and personal disorders.

Key words: alexithymia; anxiety; aggressiveness; empathy; reduction of social adaptation; somatization.

CULTURE STUDIES

Bystrova T. Yu. Theoretical and Methodological Substantiation of the Concept "Territory Cultural Regeneration" 106

The article gives the definition of the concept "cultural regeneration of the area". Based on the analysis of the work of domestic and foreign theorists and practitioners in the field of territory regeneration we show the specificity of the cultural approach to the identification of socio-cultural potential of the territory. The methodological kinship between cultural regeneration activities and some ideas of "cultural history" is shown. Examples of territory cultural regeneration in Russia (Khvalynsk) and Germany (Ruhr area) are provided.

Key words: applied cultural studies; regeneration areas; cultural regeneration; cultural history; microhistory; urban planning; updating of objects of historical and cultural heritage.

Koryuchkina P. S. The Problems of Ethnocentrism in the Context of Ethnic Culture and Identity Formation Development 115

This author discusses the interaction of ethnic identity and ethnocentrism as a socio-cultural problem. Following the research task, the author makes an attempt to assess the impact of ethnocentrism on ethnic identity in the process of ethno-genesis. We also tried to find out which directions of state cultural policy contribute to the preservation of cultural memory and the formation of ethnic identity. The article studies the legislative basis of the Russian Federation on ethnic culture and identity.

Key words: ethnos; ethnic identity; ethnic culture; ethnocentrism; cultural memory; intercultural interaction.

Kalinina N. Y. Barter as a Factor for Cooperation of Culture in Europe and Asia (Based on Urals and West Siberia in the Late 19th and Early 20th Century) 121

The article describes the processes of trade in the Ural and West Siberian regions in the late 19th and early 20th century. There were different types of trade: geographical, religious and ethnic. Due to the relations that were built in the framework of the trade contacts the relationships referring to goods were realized, including cultural aspect. Fairs were the main points for trade and realization of interests of the representatives of different social groups. Within this context, the culture dialogue could be also traced.

Key words: fair; goods; trade; social groups; trade; dialogue of cultures; the Ural region, West Siberia.

- Liu Yang, Shumihina L. A.* The Creative Legacy of I. N. Kramskoy as the Artistic Texts of Culture of the XIX Century.....131

In the study the idea of understanding of the Russian painting of the 19th century as an artistic text of the culture of the time, is substantiated based on examples found in the works of I.N.Kramskoy. It also proves that the semiotic approach allows us to take into consideration the dominant values of the culture of the 19th century as expressed in his paintings and make comparisons with the texts of the authors of literary creations.

Key words: Russian culture of the XIX century; the texts of culture; the artistic text of culture; cultural memory; sign; image; symbol; I. N. Kramskoy.

- Ananyiev V. G.* The Museum Training Course by Martilla Avery: Some Gender Aspects of Museological Education in the USA in First Third of 20th Century.....138

The article studies the gender aspects of early projects in the field of museological education. The subject of the study is a course of museum training, which was included in the program of the Wellesley College (USA) in 1911. Martilla Avery, a historian, majoring in medieval art, who was a curator he college museum, initiated the course. Based on published and unpublished sources from the Wellesley College Archives, the author analyzes the content of the course as contact area for negotiations on the status of women in the professional museum world of the first third of the 20th century.

Key words: gender; museum; museological education; curator; Martilla Avery; Wellesley.

URAL CONTEXT

- Kubasov A. V.* "Datskiye" (attributed to certain date) Performances in Sverdlovsk Theaters in the 1950s–1970s.....150

The article is devoted to the phenomenon of certain performances staged by Sverdlovsk theaters within the period from 1957 to 1977. The derogatory nomination "datskiye" is popular in theatrical circles and renders the attitude of creative workers towards the necessity to stage plays dedicated to certain famous dates, and first and foremost, to November 7th. The author studies the issue of reflection of the soviet discourse in the realm of dramatic art, the official hierarchy of values and its gradual change and transformation on the material of reviews published in the papers "Vecherniy Sverdlovsk", "Ural'skiy rabochiy" and "Na smenu". the author highlights the impact of the leading ideologemes of the time on the choice of plays, operas and ballets for stage presentation and the attitude to them of the participants of the creative process who were forced to follow the predetermined course.

Key words: timeserving performance; situation; Sverdlovsk theaters; soviet discourse.

- Podlubnova Y. S.* Group Identities and Languages of Self-Description of Young Ural Literary workers on Pages of the Newspaper "Na Smenu!" (1925–1929)157

The article describes the literary page of the Sverdlovsk newspaper "For change!" and in particular to the section devoted to the work of aspiring writers (1925–1929). These sections were headed by the leaders and active participants of the literary group "For change!": V. Makarov, V. Tarbeyev, C. Vasiliyev and others. Critical articles and suggestions, published in the newspaper allow us to find out the group identities (we are talking about multiple identities) of the young Ural writers and analyse the language of their self-description. The literary page "For change!" captures the main points of emergence, self-determination, changes in the political course and communications of the literary group "For change!" in 1926–1927 with a more extensive and clearly controlled Association of proletarian writers.

Key words: literary group "For Change!"; literary life of the Urals in the 1920s; regional press; Ural Association of Proletarian Writers; group identity; language of self-description.

- Bortnikova A. V., Bortnikov V. I.* Reception of D. N. Mamin-Sibiriyak's Work in 1880–1910 Periodicals168

The article observes various critical reviews published in 1880–1910 magazines and newspapers on D. N. Mamin-Sibiriyak's work in a chronological way. The purpose of the article is to disprove the common opinion of Mamin's work being unnoticed by the writer's contemporaries. The authors put forward a supposition on heterogeneity of the reviews and make a conclusion on the critics' intention to objectively assess

the writer's texts by means of attributing them to a wider context — for instance, to other Mamin's works and to those of his contemporaries.

Key words: D. N. Mamin-Sibiriyak; Ural literature; Russian literature of the 19th century; pre-revolutionary critics; periodicals.

EDUCATION: CHALLENGES OF THE MODERN WORLD

Murzina I. Ya. The Pedagogical Potential of Folk Outdoor Games.....176

Appeal to folk material, interest in folk games serves as an additional incentive for teachers who are focused on solving educational problems such as formation of cultural identity through familiarization with folk traditions. Imagination and fantasy, logic and intuition, moral and volitional qualities - are being manifested in the introduction of national traditions through games. The development of activity, the active nature of outdoor games allows teachers to use them in educational practices. The subject of the study was the popular outdoor games, the pedagogical potential of which is revealed in the context of the development of ethnic identity. Using the methods of discursive analysis, the author considers the traditions of description and representation in the scientific and methodical literature of materials about children's outdoor games. Based on the methods of pedagogical modelling, we reveal the possibility of using folk outdoor games in modern educational practices. The article considers two directions in the description of popular outdoor games — “ethnographic” and “methodical”, which determine the specifics of the representation of ethnic and cultural material. It is concluded that the actualization of ethnographic material in modern educational practices enables to solve the problems of diversity of games used by the teachers and to develop ethnic and cultural identity through socio-cultural experience of the past and its inclusion in the present.

Key words: folklore; ethnographic material; outdoor games; activity; pedagogical potential.

AT THE SCHOLAR'S LABORATORY

Lebedev N. S. Chinese Painting in the Context of Philosophical Ideas of Taoism185

In the following article the author describes philosophical ideas of Taoism, which are presented as a source of form and spirit of China's painting. The article deals with analysis of “action” and “non-action” as fundamental principles of creative freedom of an artist. Basic intention of Chinese painting is philosophical comprehension of man's life as itself.

Key words: Tao; taoism; painting; culture; traditions; artist. ethnography; landscape.

BOOK REVIEWS

Myasnikova M. A. Media civilization today. Review of: *Kirillova N. B.* Paradoxes of media civilization: selected articles. — Yekaterinburg: Ural University Press, 2017. — 452 p.....193

ИЗВЕСТИЯ
УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
Серия 1
Проблемы образования, науки и культуры
2018. Т. 24
№ 2 (174)

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. Чапаева*
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 29.05.2018. Формат 70 × 100 ¹/₁₆.
Уч.-изд. л. 17,6. Усл. печ. л. 16,74. Бумага офсетная. Гарнитура Petersburg.
Печать офсетная. Тираж 500 экз. Заказ 199.

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;
- электронно-сетевая версия журнала зарегистрирована в Национальном агентстве ISSN Российской Федерации 01.12.2017 г. с присвоением международного стандартного номера сериального издания ISSN 2587–7151;
- 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) и **анкету статьи** (см. на сайте журнала <http://izvestia1.urfu.ru>). Статьи без анкеты 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. Редколлегия 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 редколлекцией, 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.* Стого 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 Exel), рисунки прилагаются к основному тексту отдельными файлами в формате .jpg.

Почтовый адрес редакции: 620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51.

Редакция журнала «Известия УрФУ. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры».

Главному редактору *Амирову Валерию Михайловичу*.

Материалы принимаются в Издательстве УрФУ:
Екатеринбург, ул. Тургенева, 4, Издательство УрФУ
(для *Ларисы Александровны Хухаревой*).

Электронный адрес журнала: izvestia_1@urfu.ru

Анкета статьи

ФИО автора (полностью)	
Ученая степень, звание (полностью)	
Должность	
Организация (кафедра, департамент, институт, вуз)	
Страна	
Город	
E-mail:	
Почтовый адрес и телефон	
Код научной специальности (по перечню ВАК)	
Соавтор (соавторы) (аналогичные сведения о соавторе (соавторах))	
Наименование статьи	
Код УДК	
Аннотация	
Ключевые слова	
Список библиографических ссылок	

На английском языке:

Author 1 (полностью)	
Organization	
Country	
City	
Author 2	
Title of article	
Abstract	
Key words	