

ИЗВЕСТИЯ

Уральского федерального
университета

Серия 1
Проблемы образования,
науки и культуры

2019. Т. 25

№ 2 (186)

IZVESTIA

Ural Federal University
Journal

Series 1
Issues in Education,
Science and Culture

2019. Vol. 25

№ 2 (186)

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. 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>Фаюстов А. В.</i> Продвижение бренда федерального университета в современной России: опыт Уральского федерального университета по взаимодействию со СМИ	5
<i>Попова М. Ф., Мурашова Е. П.</i> Экономическая тема в региональной и локальной прессе: особенности контент-стратегий.....	17
<i>Зиновьев И. В., Никиторец Т. В.</i> Телеведущий Александр Невзоров в зеркале программы «600 секунд».....	25
<i>Олешко В. Ф., Таушканова А. Е.</i> Практики представления эффективных текстов в социальных сетях (на примере сообществ «ВКонтакте»).....	33
<i>Антропова В. В.</i> Концепт «духовное» в текстах элитарной журнальной периодики: нарциссическая аксиодоминанта	39
<i>Олешко Е. В.</i> Сущностные характеристики и структурное содержание информационной культуры российского общества	46
<i>Оленева П. Н., Голоусова Е. С.</i> Кросскультурные стратегии в работе журналиста (на примере творчества российских и зарубежных корреспондентов)	53
<i>Юферева А. С., Кухаренко Ю. С.</i> Коммуникативная конвергенция: к вопросу об особенностях функционирования СМИ в условиях Интернета (по итогам социологического исследования)	60
<i>Бабикова М. Р.</i> Жанровые разновидности интернет-мемов в современном националистическом дискурсе.....	67
<i>Селиванова И. В.</i> Функции метафоры при освещении политических событий (на материале испанской прессы)	74
<i>Дмитриев О. А.</i> Понятия «концептосфера», «концепт» и «картина мира» в альтернативных медиа (на примере освещения ближневосточных конфликтов на телеканале «Аль-Джазира»).....	81

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

<i>Рабинович В. С.</i> Черты литературы «потерянного поколения» в творчестве «невоевавших» писателей	90
--	----

<i>Бортникова А. В.</i> Жанрово-тематическая специфика прозы Ф. А. Арсеньева	102
<i>Фещенко И. Н.</i> «Рубайят» Фернандо Пессоа	114

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

<i>Мурзина И. Я.</i> Кугие eleison («Господи, помилуй!»): экзистенциальная проблематика оперы «Греческие страсти»	130
<i>Шишкин А. Г., Морозова О. О.</i> Диалог культур: постановка оперы Филипа Гласса «Сатьяграха» в Екатеринбургском государственном академическом театре оперы и балета	138

ПСИХОЛОГИЯ

<i>Пермякова М. Е., Леонтьева Е. А.</i> Мотивация к реабилитации и ее корреляты у пациентов с травмами опорно-двигательного аппарата. Часть 1	149
<i>Юдина Н. А.</i> Проблема оценки субъективного качества жизни	156

ОБРАЗОВАНИЕ: ВЫЗОВЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ

<i>Зборовский Г. Е.</i> Концептуализация доверия как фундаментальной проблемы российского высшего образования.....	162
--	-----

В ЛАБОРАТОРИИ УЧЕНОГО

<i>Сметанина К. Ю.</i> Первые американские учебники по истории США: их специфика и транслируемые ценности ...	174
---	-----

ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

<i>Снигирева Т. А.</i> Книга двух поколений. Рец. на кн.: Русская поэзия Сибири XX века: Иван Жданов / отв. ред. С. А. Комаров / Тюмень : Изд-во Тюм. гос. ун-та. 2017. 392 с. [12] с ил. (Литературные звезды Сибири: вып. 3)	181
<i>Соколова Д. В.</i> Медиатизация войн во Вьетнаме и Афганистане. Рец. на кн.: Авдонина Н. С. Журналистика и политика вооруженного конфликта. Архангельск : Изд-во САФУ им. М. В. Ломоносова, 2018	187
<i>Summary</i>	190

УДК 378.4(470.5) + 378.1 + 316.74:37.01

А. В. Фаюстов

ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ОПЫТ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА ПО ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ СО СМИ

Наряду с коммерциализацией, массовизацией и интернационализацией современного глобального образовательного пространства происходит также его медиатизация: стремясь продвинуться в рейтингах и отвоевать себе долю на рынке, университеты вовлекаются в практики, характерные для медийной, а не академической среды. Федеральные вузы нуждаются в формировании информационной политики, создании и продвижении своего бренда, организации PR-службы, однако пока не существует устоявшейся четкой модели брендинга высшего учебного заведения. В данной статье рассматриваются проблемы продвижения бренда в сфере высшего образования и на анализе опыта реализации информационной политики в УрФУ показаны этапы выстраивания взаимоотношений вуза со СМИ, раскрыты ключевые элементы стратегии продвижения федерального вуза и представлены новаторские приемы в привлечении академического сообщества к улучшению имиджа университета в разных аудиториях.

К л ю ч е в ы е с л о в а: федеральный университет; высшее образование; брендинг; информационная политика; PR.

По мере того как современное образование все более вовлекается в процессы глобализации и коммерциализации, т. е. по мере формирования глобального образовательного рынка, конкуренция между различными игроками на этом рынке усиливается. Крупнейшие и наиболее успешные вузы стремятся упрочить свое положение на международном рынке образовательных услуг: «...глобализация образовательного пространства для университетов означает все более напряженное соперничество друг с другом, когда, например, в г. Екатеринбурге Уральский федеральный университет рассматривает в качестве конкурентов

ФАЮСТОВ Алексей Владимирович — проректор по информационной политике Уральского федерального университета (e-mail: a.fayustov@mail.ru).

© Фаюстов А. В., 2019

не только ближайших соседей по региону... но и столичные вузы, а постепенно и образовательные ресурсы других стран» [1, 42].

Конкуренция существует на уровне не только отдельных вузов, но и национальных образовательных систем в целом [15, 16]. Возникновение разного рода рейтингов стало новым важным фактором на глобальном образовательном рынке, поскольку международные академические рейтинги стали задавать свое понимание таких понятий, как «университет мирового класса» и «качество в образовании». Они меняют правила игры и формируют определенный «горизонт ожиданий» всех участников образовательного процесса. Рейтинги влияют на инвестиции, государственные и частные, на привлекательность университетов для ученых и для студентов.

Международная и национальная академическая мобильность становится значимым ресурсом экономического развития: некоторые университеты, которые часто входят в топ международных рейтингов, являются «градообразующими предприятиями» и даже могут быть драйверами развития целых региональных экономических кластеров (например, Университет Маастрихта). Потому повышение привлекательности самих вузов и национальной образовательной системы в целом для инвестиций и повышение академической, и в частности студенческой, миграции входит в приоритеты национальной образовательной политики. Как отмечает ведущий исследователь проблем позиционирования вузов на карте глобального образовательного рынка Эллен Хээлкорн, «на национальном уровне правительства также (зачастую противоречивым образом) стремятся привести свои образовательные системы в соответствие с “международными” ожиданиями» (здесь и далее перевод мой. — А. Ф.) [11, 7].

Параллельно с коммерциализацией и глобализацией образовательного пространства происходит медиатизация высшего образования: стремясь продвинуться в рейтингах и отвоевать себе долю на рынке, университеты начинают следовать «медийной логике», т. е. перенимают нормы и практики, характерные для медийной, а не академической среды [15, 4]. Нарратив университета, лежащий в основе создаваемого бренда, должен быть привлекателен и интересен для СМИ, которые, в свою очередь, смогут обеспечить достаточную видимость вуза, узнаваемость его бренда, а значит, и хорошие результаты в репутационных опросах и привлекательность для будущих студентов [15, 22].

В рамках общемирового тренда университеты тратят все больше денег на создание и продвижение своих брендов, «в поисках уникального определения того, кем они являются, чтобы отличаться от конкурентов и привлекать студентов и сотрудников» [15, 94; 18, 449]. Параллельно возрастает роль специалистов по связям с общественностью, маркетингу, внешним и внутренним коммуникациям, которые не только работают над повышением и поддержанием видимости университетского бренда, но и выполняют функцию посредников-медиаторов между вузом и другими стейкхолдерами. Для того чтобы наращивать репутационный капитал вуза, необходимо наладить эффективную коммуникацию между СМИ и вузом, что само по себе является непростой задачей, поскольку «академия не понимает, как работает пресса, каковы ее приоритеты и что может составить

историю, достойную внимания СМИ», а СМИ, в свою очередь, «крайне плохо осведомлены об основных проблемах высшего образования, хотя и думают, что понимают их» [6, 6]. Отметим, что в сфере образования PR обладает рядом особых преимуществ по сравнению с другими способами продвижения, поскольку позволяет более тонко и ненавязчиво продвигать интересы вуза, в то время как к прямой рекламе и агрессивному маркетингу целевые группы могут относиться с большим подозрением [9, 4–5]. В вузах, осуществляющих продуманную политику в сфере продвижения своих брендов, эти же специалисты играют роль и так называемых «хранителей бренда» (brand guardians), призванных обеспечить единую стратегию бренд-менеджмента и следить за тем, чтобы целостность бренда не была нарушена.

Несмотря на то, что брендинг в высшем образовании в настоящее время как никогда актуален, не существует четкой модели брендинга высшего учебного заведения [7, 117]. Вместе с тем очевидно, что, в отличие от других коммерческих сфер, в данном случае необходим более тонкий подход, учитывая, насколько разносторонней и сложной является сфера высшего образования и науки. Иными словами, при создании бренда университета невозможно обойтись стандартными коммерческими технологиями и подходами, которые применяются для продвижения любого другого продукта или компании [7, 119]. С одной стороны, бренд является «совокупностью представлений, эмоций и ассоциаций, связанных с той или иной организацией» [7, 109], а цель брендинга — «выстраивать и развивать эти представления, а также управлять ими» [цит. по: 8, 173]. В контексте же высшего образования бренд рассматривается как «функция того, насколько хорошо университет может удовлетворить запросы своих клиентов» [цит. по: 12, 2]. Среди определений бренда вуза можно отметить следующее: «Бренд университета функционирует как средство идентификации, средство подчеркнуть престижность данного вуза, это знак качества» [16, 490]. Однако, на наш взгляд, наиболее адекватное и полное определение было предложено Роджером Беннеттом и Ренумой Али-Чоудури: «Бренд университета — это выражение характеристик образовательного учреждения, которые отличают его от других вузов, отражают его способность удовлетворять запросы студентов, рожают веру в его способность обеспечить определенный вид и уровень высшего образования и помогают абитуриентам сориентироваться в многообразии учебных заведений и сделать правильный выбор» [5, 85]. Эти же исследователи подчеркивают, что бренд университета в значительной степени выстраивается вокруг набора обещаний, которые университет адресует целевым аудиториям (например, студенты чаще всего ориентируются на комфортную образовательную среду и на перспективы профессионального успеха после завершения обучения) [5, 97]. Также ядро бренда университета зависит от актуального социополитического контекста, в котором функционирует вуз, и может трансформироваться в зависимости от внешних условий для поддержания конкурентоспособности учебного заведения [15, 27].

Несмотря на то, что в настоящее время до сих пор идут споры о том, насколько важен брендинг для успеха университетов в образовательном пространстве [7, 101], большинство исследователей (и руководителей вузов) придерживаются

того мнения, что сильный и цельный бренд дает университету целый ряд преимуществ: такой университет пользуется большим вниманием со стороны СМИ, а также привлекает больше платежеспособных студентов, квалифицированных преподавателей, перспективных стратегических партнеров и получает больше государственного финансирования [12, 3]. Сильный, устойчивый бренд обеспечивает не только стабильный приток новых студентов, но и позволяет удерживать лояльных клиентов, что особенно важно в рамках концепции непрерывного образования, поскольку выпускники вуза, удовлетворенные качеством предоставляемых услуг, склонны возвращаться туда вновь для переобучения, повышения квалификации, получения второго высшего образования, а также рекомендуют этот вуз своим детям. Грамотный брендинг особенно важен для молодого университета, коим является УрФУ, поскольку ему необходимо обеспечить узнаваемость своего бренда на рынке и подчеркнуть уникальность своего продукта.

УрФУ — достаточно «молодой» университет: он был создан в 2010 г. на базе Уральского государственного технического университета (УГТУ-УПИ), в 2011 г. к нему был присоединен Уральский государственный университет (УрГУ). Таким образом, новоиспеченный вуз получил не только статус, федеральное подчинение и новые возможности для развития, но и новый бренд. До слияния в УрФУ оба университета — технический и классический — представляли собой региональные университеты с хорошей репутацией, богатой историей и своими научными школами. Помимо несомненных преимуществ, полученных от укрупнения вуза, таких как объединение материально-технической базы и увеличение числа сотрудников, а значит, рост доли публикаций и цитирования, «молодые» федеральные университеты столкнулись с целым рядом вызовов, связанных с необходимостью расширять свое влияние за пределы конкретных регионов и формировать уникальное рыночное предложение [3]. Как подчеркивают исследователи, источником противоречий является понимание роли федеральных университетов, которые, с одной стороны, рассматриваются как «кузница кадров» для региональной экономики. Так, в Концепции создания и государственной поддержки развития федеральных университетов от 2009 г. указано, что их стратегическая миссия — «формирование и развитие конкурентоспособного человеческого капитала в федеральных округах» [2, 2], т. е. они играют вспомогательную роль, и именно так видят федеральные университеты представители местной и региональной власти. Отметим, что с этой задачей УрФУ справляется довольно успешно: по оценкам экспертов «РАЭК-Аналитика», хорошие результаты показывает Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, способствуя развитию Новосибирской области, и таким же мощным локомотивом развития для Свердловской области является УрФУ, демонстрируя «заметные успехи в масштабах страны» [4]. Кроме того, «Новосибирский и Уральский университеты также входят в число десяти российских вузов с наиболее высоким уровнем научно-исследовательской активности» [4].

С другой стороны, в рамках государственной программы повышения глобальной конкурентоспособности российских вузов «5–100», запущенной в 2012 г., ожидается, что федеральные университеты выйдут на международную арену

и смогут конкурировать с престижными западными вузами. Главная задача, которую поставило правительство перед ведущими университетами страны на старте, заключается в том, чтобы 5 вузов к 2020 г. вошли в сотню лучших университетов мира по версии «большой тройки» мировых рейтингов (Шанхайский рейтинг, рейтинг Times Higher Education и уже упоминавшийся выше рейтинг Quacquarelli Symonds). На начало 2019 г. Уральский федеральный университет занимает 412-ю строчку в международном рейтинге университетов QS [17] (для сравнения: Южный федеральный университет занимает 531-е место, а Московский государственный университет, безусловный лидер на рынке российского высшего образования, — 90-е место). В рейтинге вузов России, составленном агентством «РАЭКС-Аналитика» в 2018 г., УрФУ стоит на 12-м месте, тем самым опережая другие федеральные университеты [4]. Таким образом, заключают исследователи, федеральные университеты вынуждены разрабатывать и реализовывать сценарии развития, сочетающие как локальный, так и глобальный масштабы [4].

Как показало исследование Д. Мельника и его коллег, проведенное в 2013 г., «известность новорожденного бренда УрФУ неотделима от известности “родительских вузов”: практически по всем целевым аудиториям они попадают в первую десятку спонтанно названных вузов наравне с УрФУ» [3, 162]. С одной стороны, УрФУ было бы выгодно воспользоваться столь мощным репутационным капиталом «родительских» брендов, с другой стороны, международный опыт продвижения университетов говорит о том, что все же продуктивнее двигаться от мультибрендовой архитектуры бренда («дом брендов», состоящий из брендов отдельных подструктур) к более монолитной, формируя единый «дом бренда», поскольку бренд должен последовательно и четко транслировать важную информацию целевым группам [10, 149–151]. Иными словами, необходимо выстраивать и продвигать бренд федерального университета, акцентирующий конкурентные преимущества и ценности вуза, для целевых групп — абитуриентов, студентов и их родителей, выпускников, сотрудников, государственных структур, инвесторов и предприятий [10, 149].

Продвижение бренда университета может осуществляться через рекламу, работу со СМИ, PR-кампании, организацию специальных мероприятий, через веб-сайт и присутствие вуза в различных социальных сетях. Главным условием здесь является то, что на всех платформах университет должен иметь свой, хорошо узнаваемый «голос», выражающий суть его бренда. Поскольку процесс брендинга университета крайне сложный и многогранный, в настоящей статье мы сосредоточимся только на одном его аспекте, а именно той стратегии взаимодействия со СМИ, которая реализовывалась специально созданным для этой цели подразделением УрФУ, с целью выявления проблем и оценки результатов реализации сложившегося в УрФУ опыта работы по продвижению бренда вуза в СМИ.

Степень освещения деятельности вуза в СМИ может конвертироваться в его репутационный капитал, однако для этого необходимо предложить им «хорошо организованный, четкий и внятный нарратив бренда», то, что «можно поместить в витрину», причем это необязательно должны быть самые важные события, которые происходят в университете, скорее, те вопросы и темы, которые представляют

интерес для СМИ и на основе которых можно создать оригинальную и привлекательную «упаковку бренда» [9, 8–9].

29 сентября 2010 г. в УрФУ была создана новая структура — медиациентр, который включил в себя пресс-службу, отдел корпоративных СМИ и редакцию портала, а чуть позднее — университетское телевидение и пресс-центр. Все эти подразделения создавались для расширения информационного влияния вуза на территории России и за ее пределами. Перед медиациентром изначально стояли как минимум две крупные информационные задачи. Первая заключалась в том, чтобы за максимально короткое время увеличить количество упоминаний в СМИ, чтобы создать необходимый уровень узнаваемости вуза. Вторая задача была связана с необходимостью дополнять количество качеством, поскольку, как уже упоминалось ранее, бренд вуза должен соответствовать неким ожиданиям аудитории и ее представлениям о научной образовательной деятельности. Новый статус университетов и реконструкция брендов требовали наполнения информационного поля соответствующими смыслами, отражающими предназначение «федералов» — модернизация образования и науки, инновационная деятельность, интернационализация. И в первую очередь необходимо было показывать, какими конкурентными преимуществами новые вузы отличаются от «родительских университетов» и других, прежде всего региональных, вузов, а также от научно-исследовательских университетов, которые уже действовали на тот момент.

Стоит отметить, что одним из вызовов для медиациентра УрФУ стал географический, территориальный фактор. Поскольку при создании федеральных университетов было провозглашено, что они должны стать передовыми центрами высшего образования, науки и инноваций в федеральных округах, нужно было увеличивать публикационную активность в регионах, входящих в данный округ. Для Уральского федерального университета, расположенного в г. Екатеринбург — центре Свердловской области, новыми регионами для продвижения стали Челябинская, Курганская, Оренбургская, Тюменская (включая ХМАО и ЯНАО) области, составляющие Уральский федеральный округ, и Пермский край. Кроме того, необходимо было выходить на уровень федеральных СМИ. И в-третьих, в связи с тем, что перед университетами нового типа была поставлена задача рекрутинга иностранных студентов, вставала проблема взаимодействия со СМИ ближнего и дальнего зарубежья. Таким образом, появилось несколько уровней — местный, окружной, национальный, глобальный, на которых было необходимо повысить узнаваемость бренда вуза.

В значительной степени медиациентр начал эту работу с нуля, постепенно выстраивая отношения между вузом и СМИ. В рамках этого процесса можно выделить следующие этапы.

Первым этапом стал **ревизионно-ознакомительный**, который включал в себя ревизию имеющихся контактов, актуализацию существующих и составление новых медиакарт. Контакты были установлены не только со СМИ различных уровней и различной специализации: информационными агентствами, газетами и журналами, радиостанциями и телеканалами. На главной странице веб-сайта УрФУ появилась специальная кнопка «СМИ», позволяющая перейти к новостной

ленте, ознакомиться с календарем событий и получить контакты специалиста по связям со СМИ.

Вторым этапом в работе медицентра стали так называемая **«ковровая бомбардировка» СМИ и стимулирование запросов**. Один из самых простых и эффективных способов заявить о себе как о крупном игроке на информационном рынке — взять количеством. Поскольку федеральные университеты стали центрами крупных событий не только регионального, но и национального и международного уровня, это не могло не заинтересовать СМИ. В зависимости от насыщенности информационной повестки пресс-служба УрФУ осуществляла до пяти рассылок в неделю по всем контактам, что со временем стало давать заметный эффект. В результате количество публикаций за год в СМИ всех уровней с упоминанием Уральского федерального университета выросло с 200 до 500 в среднем за неделю.

Сотрудники пресс-службы УрФУ также предлагали журналистам такую опцию, как инициация запроса. Самыми распространенными оказались два вида запроса: первый касался деятельности ученых университета, а второй — его студентов. Медицентр ставил перед собой задачу продемонстрировать журналистам, что в УрФУ можно найти специалиста по любой тематике, при этом важно было обеспечить не только надлежащее качество представленных журналистам комментариев экспертов, но и оперативность обработки запросов. В результате за относительно небольшой период количество запросов в пресс-службу университета выросло с одного-двух до 10–12 в среднем в неделю, из них 2–3 были из СМИ за пределами Екатеринбурга.

Вторая группа запросов, касающихся студентов, связана главным образом с теми студентами, которые приехали учиться в УрФУ из других городов и регионов. Журналисты могли получить комментарии студентов УрФУ по той или иной теме местного или федерального значения. Но формат, который оказался по опыту наиболее востребованным, — это истории успеха земляков: победы в олимпиадах, научные открытия, инновационные стартапы, изобретения, достижения в творчестве и спорте. Процесс обмена информацией между медицентром УрФУ и СМИ регионов постепенно, по мере того, как возрастала популярность УрФУ как главного вуза округа, становился двусторонним. Для медицентра, обнаружившего этот специфический интерес широкой аудитории, возникла задача сделать доступной для СМИ информацию о наиболее успешных выпускниках УрФУ, которые добились значительных результатов не только в масштабе своего региона, но и на общенациональном уровне, а иногда и на уровне мировом. Отметим, что такие истории имеют большое значение для укрепления бренда и репутации университета, поскольку одно из важнейших «обещаний», которое несет в себе бренд университета и на которое ориентируется его главная целевая группа, будущие студенты, — это обещание успешного трудоустройства и карьеры для выпускников [5, 97].

Третьим этапом стало **продвижение ключевых тем**: после того как была накоплена количественная масса контактов со СМИ разного уровня, медицентр смог приступить к продвижению образа УрФУ как «университета мирового класса

в центре Евразии». Из всего многообразия форм и сфер деятельности университета были выбраны пять ключевых направлений для продвижения в СМИ: стратегическое развитие вуза, его участие в социально-экономическом развитии региона, его роль в создании современных технологий в сфере медицины и в сфере энергетики будущего, а также деятельность УрФУ в области гуманитарных наук. Остановимся на них подробнее.

Важный аспект темы *стратегического развития УрФУ* — интернационализация вуза, его интеграция в глобальное образовательное пространство. Перед медиациентром УрФУ была поставлена задача увеличить освещение в СМИ фактов роста количества иностранных студентов и преподавателей в университете, коллаборации УрФУ с зарубежными вузами, в том числе дать примеры реализации программ двух дипломов. Участие УрФУ в программе «5–100» также стало дополнительным информационным поводом, который позволил привлечь внимание журналистов к теме рейтингования в образовании и перспективам развития федеральных университетов.

УрФУ и социально-экономическое развитие региона. Ключевыми в этой сфере стали темы, связанные с участием университета в жизни города и региона, в частности, его инвестиции в человеческий капитал и участие в таких значимых для городского сообщества событиях, как заявка Екатеринбурга на проведение выставки ЕХРО-2020 и проведение Чемпионата мира по футболу FIFA World Cup 2018. Отметим, что бренд университета тесно связан с привлекательностью того, что его окружает, — города, региона и страны, поскольку местоположение играет чрезвычайно важную роль в выборе вуза, который осуществляет потенциальный студент и его семья [1, 42]. Аналогичным образом «престижный университет работает на рейтинг города» [Там же], в свете чего «перспективной может являться интеграция политики продвижения вузов с общей концепцией позиционирования и продвижения региона, города, в котором эти вузы осуществляют деятельность» [Там же, 46]. Роль университета в социальной и культурной жизни городского и регионального сообщества стала все чаще попадать в фокус внимания СМИ по мере того, как с 2010–2011 гг. УрФУ становился центром проведения мероприятий общегородского уровня, таких как церемония вручения дипломов выпускникам и Венский фестиваль музыкальных фильмов, некоторые проводились в партнерстве с крупными корпорациями и холдингами.

В рамках этой же темы сформировалась тематика «университет как кузница кадров», которая трактовалась самым широким образом: от темы воспитания талантов, являющейся сквозной в информационной повестке УрФУ, до концепции непрерывного обучения LLL (life long learning). Этой теме — прямо или косвенно — посвящено большое количество научно-практических конференций и семинаров в университете, которые, в свою очередь, становятся качественным информационным поводом для СМИ. В рамках этой темы большой интерес журналисты проявляют и к менее масштабным, но от этого не менее значимым событиям, как, например, обучение компьютерной грамотности пенсионеров, которое проводилось УрФУ в одном из районов Екатеринбурга, или, например, вызвавшая резонанс в СМИ история о 69-летней женщине, которая в 2016 г.

поступила в магистратуру Уральского федерального. Пресс-служба УрФУ позиционировала это событие не как случайность, а как пример того, что учиться никогда не поздно, а университет может дать образование в любом возрасте. Потенциально дальнейшая разработка этой темы может оказаться весьма продуктивной для укрепления бренда университета в свете актуальной концепции «университета третьего возраста», а также для того, чтобы подчеркнуть приверженность УрФУ одной из ключевых ценностей современного высшего образования — многообразию и инклюзивности.

Медицина. С точки зрения брендинга вуза активное продвижение такого направления должно было не только повысить узнаваемость бренда УрФУ и выразиться в количественном приросте публикаций в СМИ, но и, что особенно важно, конкретно наполнить тезис «УрФУ — передовой центр научных исследований». Предполагалось, что еще одним преимуществом данной тематики станет возможность привлечения через СМИ потенциальных бизнес-партнеров, которые могли заинтересоваться разработками ученых вуза. Однако для медиацентра УрФУ это стало в какой-то степени вызовом, поскольку медицина, наряду с юриспруденцией, стала новым направлением подготовки в университете. Удачным информационным поводом для продвижения УрФУ в этом контексте стали закончившиеся в 2012 г. клинические испытания инновационного противовирусного препарата «Триазавирин», которые проводились совместно с учеными Уральского отделения РАН. Кроме того, в 2014 г. в Институте естественных наук УрФУ было открыто два новых направления подготовки — «Медицинская биофизика» и «Медицинская биохимия». В связи с этим перед медиацентром возникла еще и прикладная задача по продвижению этих направлений для абитуриентов и их родителей. Освещалось также начало строительства химико-фармацевтического центра, в котором должны были сосредоточиться лучшие научные группы химиков для проведения исследований, в том числе в области фармацевтики. И наконец, в 2014 г. в Уральском федеральном началось создание циклотронного центра ядерной медицины для работы в области ранней диагностики и лечения раковых заболеваний. Таким образом, тема вклада университета в копилку мировых исследований и разработок для эффективного лечения рака периодически получала конкретное наполнение и работала в пользу продвижения бренда УрФУ в информационной повестке разных уровней.

Энергетика будущего. Поскольку структура Уральского федерального университета изначально включала в себя Уральский энергетический институт, данная тематика также оказалась весьма перспективной для продвижения бренда УрФУ. В рамках этой темы в качестве ключевых направлений для продвижения были выбраны безопасность атомной энергетики и альтернативные источники энергии. Несмотря на неоднозначное отношение в современном мире к эффективности и безопасности атомной энергетики, для уральских журналистов эта тема с давних пор представляет большой интерес, поскольку в 60 км от Екатеринбурга находится Белоярская атомная электростанция. Повышенный интерес СМИ к этому объекту наблюдался в период перехода с реактора БН-600 на новый БН-800. В настоящее время ведется строительство очередного, более мощного

реактора — БН-1200. В свете данных событий повышается востребованность специалистов УрФУ как экспертов по этой тематике в масштабах Уральского округа.

Не менее актуальной темой являются альтернативные источники энергии. На Урале интерес прессы к этой теме возник после того, как при участии ученых-энергетиков федерального университета в окрестностях Екатеринбурга был построен так называемый энергоэффективный дом, который привлек сначала региональные, а затем и федеральные СМИ, в первую очередь телеканалы. В 2016 г. УрФУ заявил о двух научных проектах мирового уровня, связанных с развитием энергетики: «Перспективные технологии электрохимической энергетики: от химического дизайна новых материалов к электрохимическим устройствам нового поколения для сохранения и преобразования энергии» и «Построение интеллектуальной технологической платформы Smart Grid на основе Big Data Advanced Analytics». Информационный продукт, связанный с этими проектами, потребовал значительных усилий медицентра, поскольку было необходимо открыть доступный канал коммуникации по столь сложным научным темам для широкой аудитории. Для этого были организованы соответствующие пресс-конференции и пресс-туры в лаборатории УрФУ и УрО РАН.

Гуманитарные ценности. От «родительского вуза» — классического университета (УрГУ) Уральский федеральный университет унаследовал значительную базу гуманитаристики. Несмотря на то, что, в отличие от технических и естественных наук (область STEM), для гуманитарных направлений более сложно выстроить яркий и запоминающийся нарратив университетского бренда [9, 9; 15, 107], благодаря целому ряду проектов с участием историков, филологов, философов и искусствоведов УрФУ возникло достаточно информационных поводов, позволивших медицентру продвигать бренд УрФУ в гуманитарной сфере. Например, в 2013 г. исторический факультет выиграл мега-грант «Возвращение в Европу: российские элиты и европейские инновации, нормы и модели (XVIII — начало XX в.)».

Дополнительным элементом стратегии продвижения бренда нового крупного вуза для медицентра УрФУ стала деятельность по *обеспечению экспертных комментариев*. Эксперты, как и любые другие персоны, с которыми университет может ассоциироваться (например, представители администрации), крайне важны для его репутации и имиджа, поскольку они могут влиять на восприятие бренда целевыми аудиториями [14, 7]. Существуют международные исследования, демонстрирующие, что привлечение сотрудников вуза в качестве экспертов положительно влияет на бренд университета и на уровень общественного доверия к данному вузу [13, 3]. Именно поэтому, наряду с квалификацией и статусом экспертов, с которыми хочет ассоциироваться вуз, важно, чтобы они отражали такие ценности, как инклюзивность и многообразие, что может относиться как к полу, возрасту, так и к этнической и религиозной принадлежности эксперта.

Говоря об участии ученых и экспертов университета в формировании информационной повестки регионального и национального уровня, отметим, что, прежде всего, встала задача по созданию стабильного пула экспертов, которые бы регулярно могли контактировать со средствами массовой информации. Это

позволило бы, во-первых, формировать у разных целевых аудиторий образ университета как передового интеллектуального центра, а во-вторых, вырабатывать у журналистов привычку вовлекать в оценку любого события, явления, проблемы экспертов местного уровня.

Пул экспертов формировался двумя способами — спонтанно и системно. Спонтанный способ был связан с тем, что после того, как ученый выступил в качестве эксперта в публикации по запросу СМИ, его данные и возможность выступать экспертом по определенной теме фиксировались для будущего использования. Системная работа заключалась в «ревизии» профессорско-преподавательского состава университетских подразделений, которые могли быть потенциально интересны для журналистов: например, профильные кафедры, инновационная инфраструктура, центр конгрессной деятельности, центр академического развития и т. д. Однако выявление потенциального спикера для СМИ не гарантировало его согласие на общение с журналистом и соответствующие компетенции по теме. Кроме того, специалист мог оказаться непригодным для участия в записи видео- или радиоинтервью по своим внешним, ораторским или голосовым данным, что выяснялось только в ходе непосредственной работы со СМИ, которые имеют свои требования к презентабельности экспертов.

В заключение следует отметить, что результаты, достигнутые УрФУ в формировании и укреплении своего бренда, привели к осознанию необходимости работы по следующим направлениям. Во-первых, в рамках политики интернационализации вуза требуется создание такой информационной повестки, которая будет интересна не только местным, региональным и национальным, но и зарубежным СМИ, что позволит повысить видимость УрФУ на мировой арене. Во-вторых, следует решать задачу продвижения УрФУ как активного участника городской и региональной социокультурной жизни, продуктивно взаимодействующего с властями и общественными организациями. Потенциал этого направления вуз продемонстрировал, например, в период подготовки и проведения Чемпионата мира по футболу 2018 г., когда университет стал центром волонтерского движения (проект «Волонтеры Урала» работает на базе УрФУ). Еще одним перспективным направлением является сотрудничество университета с крупными предприятиями, а также малым и средним бизнесом: помимо коллабораций в сфере научно-технических инноваций, необходимо увеличивать привлекательность УрФУ как центра для обучения персонала. К сожалению, общероссийской тенденцией в настоящее время является то, что «к услугам вузов для переподготовки и повышения квалификации персонала обращается незначительная доля предприятий, большинство компаний пользуются услугами невузовских образовательных центров» [3, 166].

Таким образом, в условиях коммерциализации, массовизации и интернационализации высшего образования не только на уровне национальных систем образования, но и на уровне отдельных вузов продвижение бренда становится необходимым условием успеха на глобальном образовательном рынке. Однако решение этой задачи сталкивается со многими сложностями. На примере УрФУ мы выявили, что некоторая противоречивость миссии федеральных университетов,

связанная с работой на развитие региона, с одной стороны, и с ориентацией на рост в глобальных рейтингах вузов — с другой, усложняет формирование четкого, внутренне связного бренда вуза. Также разница между практиками коммуникации, ценностями, сложившимися в сфере образования и науки, и практиками коммуникации и ценностями в среде СМИ мешает эффективному взаимодействию между университетской средой и СМИ. Наконец, неразделимость привлекательности вуза и привлекательности региона, где он находится, а также страны и национальной системы образования, если брать глобальную точку зрения, требует некоторого согласования продвижения бренда региона и бренда вуза, что требует особой формы отношений между руководством региона и администрацией вуза. Однако во всех случаях тот опыт, который был приобретен в ходе описанной выше работы медиацентра УрФУ с 2010 г., позволяет говорить об успешном решении этих проблем и об эффективности выбранной стратегии продвижения бренда УрФУ.

1. *Веселкова Н. В., Мокерова Ю. В.* Высшее образование: выбор вуза или города? // Вестн. социально-гуманитарного образования и науки. 2015. № 3. С. 41–46.

2. Концепция создания и государственной поддержки развития федеральных университетов [Электронный ресурс] // Министерство образования и науки Российской Федерации. URL: минобрнауки.рф/документы/2005 (дата обращения: 18.01.2019).

3. *Мельник Д., Меренков А., Мокерова Ю., Веселкова Н.* Федеральный университет: миссия выполнима? // Отеч. зап. 2013. № 4 (55). С. 159–170.

4. Рейтинги вузов 2018 [Электронный ресурс] // Рейтинговое агентство «Эксперт». URL: https://raexpert.ru/rankings/vuz/vuz_2018#part1 (дата обращения: 18.01.2019).

5. *Bennett R., Ali-Choudhury R.* Prospective Students' Perceptions of University Brands: An Empirical Study // *Journal of Marketing for Higher Education*. 2009. № 19 (1). P. 85–107.

6. *Burness J. F.* Mixed (Up) Messages: Universities and the Media // *Higher Education in the Information Age* / ed. by Everette E. Denis, Craig L. LaMay. New Brunswick; London, 1994. P. 5–17.

7. *Chapleo C.* Branding a University: Adding Real Value or 'Smoke and Mirrors'? // *The Marketization of Higher Education and Students as Consumers* / ed. by M. Molesworth, R. Scullion, E. Nixon. L., 2010. P. 101–114.

8. *Chapleo C.* What Defines 'Successful' University Brands? // *International Journal of Public Sector Management*. 2010. Vol. 23, № 2. P. 169–183.

9. *Cronin A. M.* Reputational Capital in the 'PR University': Public Relations and Market Rationalities // *Journal of Cultural Economy*. 2016. P. 1–14.

10. *Dholakia R. R., Acciardo L. A.* Branding a State University: Doing it Right? // *Journal of Marketing for Higher Education*. 2014. № 24 (1). P. 144–163.

11. *Hazelkorn E.* How the Geo-Politics of Rankings is Shaping Behaviour // *Higher Education in Russia and Beyond*. 2015. № 2(4). P. 6–7.

12. *Joseph M., Mullen E. W., Spake D.* University Branding: Understanding Students' Choice of an Educational Institution // *Journal of Brand Management*. 2012. № 20 (1). P. 1–12.

13. *Lee N. M., Merle P. F.* Media Relations and Universities: An Assessment of Digital Newsrooms // *Journal of Marketing for Higher Education*. 2018. Vol. 28, № 2. P. 232–246.

14. *Rauschnabel P. A., Krey N., Babin B. J., Ivens B. S.* Brand Management in Higher Education: The University Brand Personality Scale // *Journal of Business Research*. 2016. Vol. 69, № 8. P. 3077–3086.

15. *Stack M.* Global University Rankings and the Mediatization of Higher Education. N. Y., 2016.

16. *Stephenson A. L., Heckert A., Yerger D. B.* College Choice and the University Brand: Exploring the Consumer Decision Framework // *Higher Education*. 2016. № 71. P. 489–503.

17. Ural Federal University – URFU [Electronic resource] // QS Top Universities. URL: <https://www.topuniversities.com/universities/ural-federal-university-urfu> (accessed: 18.01.2019).

18. *Waeraas A., Solbakk M. N.* Defining the Essence of a University: Lessons from Higher Education Branding // Higher Education. 2009. Vol. 57, № 4. P. 449–462.

Статья поступила в редакцию 23.01.2019 г.

УДК 070.1:330 + 070.3 + 316.74 + 004.032.6

М. Ф. Попова
Е. П. Мурашова

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕМА В РЕГИОНАЛЬНОЙ И ЛОКАЛЬНОЙ ПРЕССЕ: ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТ-СТРАТЕГИЙ

В статье рассматриваются модели подачи экономической информации в региональных и местных общественно-политических газетах. Выявляются тематические направления, задачи, особенности интерпретации информационных поводов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: экономическая журналистика; экономическая тема; региональная пресса; контент-стратегии; локальная пресса; аудитория.

Вопросы, связанные с экономической сферой жизни человека, в последнее время все чаще выходят на первые полосы газет и журналов: закрытие и открытие новых предприятий, динамика цен на бензин, транспортные реформы, повышение пенсионного возраста. В зависимости от типов издания (деловые или общественно-политические; федеральные, региональные или местные) и от их учредителей, аудитории и рекламодателей, контент-стратегии могут серьезно отличаться. Контент-стратегии понимаются как «целеполагающая деятельность СМИ, в которой акцентируются содержательные компоненты: направленность, информационно-смысловое наполнение, средства и способы воздействия на аудиторию» [4, 123]. Адекватно выстроенные контент-стратегии определяющим образом влияют на эффекты и последствия профессиональной деятельности журналистов, что в итоге, по мнению М. В. Шкондина, помогает «...корректировать и обогащать поведенческие модели представителей органов управления и населения в целях позитивного воздействия на организацию жизни города и горожан. Ее важнейшее значение — информационно-познавательное. Не менее важна и ценностно-ориентирующая роль» [5].

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

МУРАШОВА Елизавета Павловна — начальник отдела «Регион» ГБУ СО «Областная газета» (Екатеринбург), магистрант Уральского федерального университета (e-mail: lizmurashova@gmail.com).

© Попова М. Ф., Мурашова Е. П., 2019

Сегодня особенно наглядно эта взаимосвязь проявляется в сфере экономической журналистики. Тотальная экономическая некомпетентность российских граждан порождает огромное количество проблемных ситуаций, в которые они попадают. Это делает особо актуальным системный подход к разработке экономической тематики в целом и отдельных ее направлений в частности.

Большинство современных исследователей определяют экономическую журналистику как тип СМИ, который в первую очередь обеспечивает предпринимательское сообщество информацией, необходимой для принятия решений в рамках профессиональной деятельности (В. Сергачев, С. Гуревич, Д. Мурзин и др.). Однако ряд ученых разводит понятия экономической и деловой журналистики, говоря о том, что аудиторией последней могут быть не только предприниматели, но и простые люди.

В частности, Д. П. Гавра утверждает, что в деловой журналистике, исходя из ее адресатов, можно выделить три уровня — уровень субъектов бизнес-поведения, уровень субъектов профессионального экономического поведения, уровень субъектов обыденного экономического поведения. Таким образом, формируются деловая журналистика в широком смысле — для обычных людей; деловая журналистика в расширенном смысле — профессиональная (специализированная) журналистика и деловая журналистика в узком смысле — бизнес-журналистика для бизнес-субъектов [1].

В свою очередь И. Н. Демина пишет, что экономическая информация, помогающая принять решения, должна распространяться посредством не только «экономических СМИ», но и любых других. Только структура проблем представителей разных сегментов аудитории и уровень компетенции аудитории и журналистов могут различаться. Экономическая журналистика, с одной стороны, представляет собой комплекс экономических публикаций, составляющих содержание «экономических СМИ» как отдельного компонента медиасистемы, а с другой — совокупность экономических публикаций в любых других средствах массовой информации [2, 221].

Сегодня сложно привести даже единое определение термина «экономика». Экономическая наука в XXI в., и не только российская, по авторитетному мнению профессора В. Л. Иваницкого, находится в состоянии кризиса. «Сложности, переживаемые наукой, создают попутные проблемы, в том числе снижают качество журналистского сопровождения экономических процессов в СМИ, препятствуют росту экономической грамотности общества... Ситуация усугубляется слабой экономической и методологической подготовкой журналистов» [3, 4].

Практики, представляя предметное поле разрабатываемой темы, по-разному определяют содержание экономической науки. К экономике обычно относят сферу жизни общества, которая охватывает производство и распределение благ, товаров и услуг. А также совокупность производственных отношений, народное хозяйство страны в целом, отрасль науки, которая изучает производственные отношения. Широкий спектр определений дает возможность отнести к экономике не только такие традиционные сферы, как промышленность и банки, но и организацию транспортного обслуживания населения, предоставление потребителям услуг ЖКХ.

Разнится и представление об экономике как предмете журналистики в редакциях СМИ разных типов. Например, в редакции «Коммерсант-Урал» (региональная вкладка одного из ведущих федеральных деловых изданий) под экономикой в широком смысле понимают промышленность, потребительский рынок, финансовую систему, недвижимость, а ЖКХ и транспортную систему относят к социальной сфере. «Областная газета» (общественно-политическое издание, официальный орган губернатора, правительства и законодательного собрания Свердловской области), согласно проведенному мониторингу материалов соответствующего тематического раздела, относит транспортную систему и ЖКХ к экономике, в эту же категорию попадает туризм. Вместе с тем в ходе общения с сотрудниками областного издания выяснилось, что жесткий спектр экономических тем в газете не определен (отсюда — вопросы к ее контент-стратегии).

Проникновение профильной информации в периодику, ориентированную на массовую аудиторию, наиболее ярко проявляется на региональном и местном уровнях, где нет такого обилия разноплановых изданий, как на федеральном уровне. Важнейшим фактором, который определяет контент-стратегию редакций таких газет и журналов, является учредитель. Подавляющее большинство региональных и местных общественно-политических газет созданы органами власти, а значит, среди основных задач, которые выполняют журналисты, — разъяснение простому читателю необходимости принятия тех или иных решений. Деловая периодика на региональном уровне — это редкость: большинство представленных на провинциальном медиарынке продуктов — региональные вклады в федеральные издания.

Для выявления специфики работы с экономическими информационными поводами в федеральной и региональной прессе нами выбраны два разноплановых издания, распространяемых на территории Свердловской области, — это «Областная газета» и «Коммерсант-Урал». Из потока ключевых экономических событий 2018 г., отраженных в названных изданиях, выбраны наиболее актуальные: пенсионная реформа (инициатор — федеральные органы власти), санкции в отношении предприятий РУСАЛа (федеральная тема с региональной привязкой, не связанная с действиями органов власти) и создание туристического кластера с особым налоговым режимом для предпринимателей «Гора Белая», который позволит привлечь туристов в 15 населенных пунктов области и создать около 2,5 тыс. рабочих мест (региональная тема, инициатор — правительство Свердловской области).

Что касается пенсионной реформы, на страницах «Коммерсант-Урал» в течение 10 месяцев было опубликовано 8 материалов, еще около двух десятков — на сайте региональной вкладки. В связи с тем, что инициативы федеральной власти освещаются журналистами основной редакции «Коммерсанта», материалы в региональной вкладке были связаны с реакцией на нововведение региональных органов власти и политических объединений. В частности, описывались поправки в законодательство области для сохранения льгот предпенсионерам, а также рост открытия индивидуальных инвестиционных счетов как альтернатива пенсионным накоплениям в негосударственных пенсионных фондах. Среди материалов,

опубликованных в онлайн-версии «Коммерсант-Урал», — новости и репортажи с митингов против повышения пенсионного возраста. Примечательный факт: несмотря на то, что это независимое от органов власти издание, но в печатную версию материалы о митингах не попали.

В «Областной газете» инициатива по повышению пенсионного возраста освещалась более масштабно: за 10 месяцев опубликовано 15 материалов на основных полосах и около трех десятков текстов, преимущественно новостных, — на сайте издания. Примерно половина публикаций описывает реакцию областного законодательного собрания и поправки, которые были приняты для сохранения льгот. Причем в «Коммерсант-Урал» материалы безоценочны (а если и есть комментарии, то их дают политологи), а в «Областной газете» поправки (да и в целом пенсионную реформу) комментируют депутаты, экономисты и иные известные люди региона. Кроме того, львиную долю новостей на сайте и примерно половину газетных текстов составляют материалы о том, что происходит в связи с пенсионной реформой на федеральном уровне. Например, в газете даются выдержки из обращения президента России, а на сайте есть текстовая трансляция публичных парламентских слушаний по повышению пенсионного возраста.

Тему введения санкций против предприятий РУСАЛа «Коммерсант-Урал», к нашему удивлению, проигнорировал, разместив на сайте единственную новость о том, что ограничения могут коснуться нескольких предприятий Свердловской области. При этом в «московском» «Коммерсанте» вышло в общей сложности более ста материалов (значительная часть из них — в федеральной ленте). Однако журналисты в большинстве случаев отслеживали не ситуацию с возможными сокращениями и изменением объемов выпускаемой продукции на предприятиях, а действия бизнесмена Олега Дерипаски и руководителей компании. В то же время на страницах «Областной газеты» вышло три публикации: о том, сколько человек могли пострадать от введения санкций; каких предприятий это могло коснуться, а также появился текст о модернизации Уральского алюминиевого завода (входит в РУСАЛ), которая была проведена, несмотря на санкции. В новостной ленте «Областной газеты» вышло около десятка сообщений, в основном рерайт материалов федеральных СМИ о действиях, которые предпринимало федеральное правительство и руководители компании, чтобы спасти предприятия. При этом практически во всех текстах, опубликованных в «Областной газете», факты не подкреплены комментариями. Комментарии есть только в материале о модернизации производства — о ситуации на УАЗе рассказывают первый вице-губернатор области и руководитель глиноземного дивизиона РУСАЛа.

Региональную тему создания туристско-рекреационного кластера «Гора Белая», в силу ее локальности, оба издания освещали не столь активно. На страницах «Коммерсант-Урал» вышло два небольших материала, которые кратко сообщали о создании кластера и выделении средств на реализацию проекта. Еще три новости на сайте региональной вкладки рассказывали об этапах создания туристических зон. На страницах «Областной газеты» вышло 10 материалов и еще около 40 новостей — на сайте. Помимо этого, по сравнению с «Коммерсант-Урал», журналисты «Областной газеты» подробно описали концепцию проекта

и сравнили с тем, как сейчас развивается горнолыжный комплекс «Гора Белая», на базе которого создается туристический кластер. Они дали обстоятельную информацию о принимаемых поправках в областные законы, которые помогут привлечь к общему делу предпринимателей, предоставив им дополнительные льготы. При этом материалы, опубликованные в «Коммерсанте», не подкрепляются комментариями (в текстах о выделении средств и утверждении концепции стоит лишь ссылка на департамент информационной политики области). В материалах «Областной газеты» мы видим позицию депутатов и представителей областного правительства разного уровня, а также представителей муниципальной власти и людей, которые уже работают на горнолыжном комплексе.

Обобщая результаты сравнительного анализа, стоит отметить, что при освещении трех значимых информационных поводов федерального, регионального и локального уровней в рассматриваемых газетах, выходящих на территории региона, мы не выявили четко выстроенной экономической контент-стратегии. На страницах СМИ нет системной подачи экономической и околоэкономической информации, нет постоянных рубрик и спикеров. Журналисты обращаются к тем или иным темам только тогда, когда есть яркий событийный информационный повод. Хотя при разработке определенных тем позиция изданий явно выражена. Например, «Коммерсант-Урал», несмотря на то, что не публиковал в печатной версии материалы о митингах против повышения пенсионного возраста, активно их отслеживал, показывая тем самым, что не поддерживает эту инициативу. В свою очередь, «Областная газета» сосредоточилась на теме льгот, которые будут сохранены для предпенсионеров, — вероятно, для того, чтобы показать, что региональные органы власти пытаются смягчить последствия этой ситуации для тех, кого она коснется.

Кроме того, задача объяснять суть нового проекта и обосновывать бюджетные траты явно прослеживается в текстах «Областной газеты», посвященных созданию туристического кластера «Гора Белая». Хотя, справедливости ради, отметим, что в обоих случаях «Областная газета», решая задачи, поставленные учредителем, сообщает читателям важную для них информацию без искажений и максимально комплексно.

Рассмотренные в ходе исследования газеты средних и малых уральских городов, — муниципальные («Шалинский вестник», п. Шаля; «Нива», Пермский район) и независимые, где учредители — сами журналисты («Городские вести», г. Ревда; «Зори плюс», г. Добрянка), интересны прежде всего тем, что могут быть отнесены к стабильно успешным не только по тиражному показателю, но и по авторитету у читателей. Мониторинг номеров за 10 месяцев 2018 г. показал, что экономическая тема в районных и городских газетах встречается гораздо реже, чем в региональных. Если, например, в «Областной газете» за этот период опубликовано около 400 материалов экономической тематики, что составило 12,5 % всего объема журналистских текстов, то большинство локальных изданий ограничиваются одной, изредка — двумя публикациями в неделю, что не дает повода говорить о наличии какой-либо стратегии в разработке темы. Чрезвычайно редко экономика становится темой дня. Это объясняется и типологически

обусловленной проблемно-тематической универсальностью местной периодики, и отсутствием авторов, компетентных в данной сфере, и малым интересом аудитории к общим вопросам экономики. По мнению редакций, читатель нуждается в утилитарной информации для повседневных нужд. Экономика в малой прессе — преимущественно «прикладная»: ЖКХ, налоги, материнский капитал, оптимизация школ и больниц, проблемы культуры, связанные, как правило, с федеральным и региональным не(до)финансированием.

Независимые газеты, даже локальные, чаще, чем муниципальные, публикуют проблемные материалы. Например, почти в каждом из рассмотренных 83 номеров «Городских вестей» есть либо полноценный журналистский текст, дополненный опросом, либо комментарий и разъяснение специалистов: «Разбираемся с коммунальными начислениями», «Почему опять подорожало тепло?», «Как наши денежки уходят в вентиляционную трубу». «Зори плюс» обязательно дополняют журналистские тексты мнениями земляков, давая обзоры читательских дискуссий на сайте газеты. И в том и в другом издании информация подается пакетом: тщательный разбор ситуации с освещением мнений разных сторон, с публикацией адресов, куда можно обратиться, и указанием ответственных за принятие решений и мер. Распространены традиционные в таких случаях форматы «горячей линии», открытого письма главе администрации или руководителям конкретных служб. Как правило, есть рубрики «Возвращаясь к теме». Читателя не только привлекают к широкому обсуждению местных экономических проблем, вводят в курс дел, повышая осведомленность, но и побуждают к проявлению гражданской активности: «Бюджет Ревды обсудят на публичных слушаниях. Вы тоже можете прийти. И даже выступить — если захотите» (Городские вести. 2018. 31 окт.).

К такому выводу нас приводит и рассмотрение в названных локальных медиа главного экономического информационного повода этого года — пенсионной реформы. Правда, системный подход в информационном сопровождении федерального проекта обнаружен только в одной из четырех газет — «Городских вестях».

Обсуждение проекта и протестные выступления начались в стране 14 июня. А уже 20 июня газета вышла с темой в логотипе: «Дожить до пенсии», и с редакционным комментарием: «Чем объясняется необходимость повышения пенсионного возраста, что предлагает правительство, зачем ему это нужно... что говорят эксперты, и что об этом думают ревинцы». Уже здесь есть ответ на риторический вопрос: «Предложение правительства точно примут? — Скорее всего, да», и приведены мнения с редакционного форума «ВКонтакте» — «Сопrotивление бесполезно». Дважды на страницах появлялись даже сатирические материалы от местного автора: «Я тут с этой реформой подсчитал: если сменю пол в 60 лет, то выйду на пенсию на два года раньше...»; «Если пенсионерам будут прибавлять тысячу в год, а зарплаты чиновников снижать на тысячу, то через тысячу лет они сравняются» (Городские вести. 2018. 3 окт.).

Почти в каждом номере журналисты обсуждают с аудиторией разные аспекты ситуации: как росли пенсии в Ревде с 2010 г., как повышалась пенсия в 2018 г., какой была демографическая ситуация. К протестным выступлениям земляков

редакция отнеслась неоднозначно: рассказывая о митингах, публикуя результаты опросов и фотографии злых надписей на заборах, авторы напоминают, что за испорченные стены виновных наказывают. И здесь же объясняют пострадавшим, кому жаловаться на вандалов.

То есть, понимая изначально, что процесс необратим, а критика в адрес федеральной власти непродуктивна, редакция профессионально решает информационно-просветительские задачи, организует консультации, широкое обсуждение возможных последствий и вариантов снижения их остроты. Так, 24 октября читатели получили номер «Городских вестей» с развернутым редакционным материалом «Когда пойдем на пенсию?» под рубрикой «Ликбез»: «Разбираемся с законом о повышении пенсионного возраста, который уже подписал президент: с чего все начнется, кого повышение не коснется, кто сможет выйти на пенсию досрочно, что изменится для тех, кто уже на пенсии...»

Муниципальные издания почти сразу активизировали разговор о том, что «Пенсия — не время для посиделок». Хотя, например, «ярмарка вакансий для женщин 50+» в Пермском районе, да и вообще для провинции, звучит как насмешка, ибо в глубинке острая безработица даже у молодых людей. Сейчас, когда закон уже вступил в силу, в газетах публикуются унылые комментарии, инициированные, скорее всего, местной администрацией. Например, «Доживем до пенсии» — интервью с начальником управления пенсионного фонда по Пермскому району, которая «уже отвечала на вопросы читателей, но появились новые...» (Нива. 2018. 20 дек.).

Публикаций о туристическом кластере «Гора Белая», создание которого активно обсуждалось в «Областной газете» и в газете «Коммерсант-Урал», на страницах названных локальных газет не обнаружено. Тема внутреннего туризма популярна лишь в «Шалинском вестнике», но связь с региональным проектом в материалах прослеживается слабо. Регулярно выходящая полоса «Внутренний туризм» обращена к местным ресурсам: «У Шалинского городского округа есть все предпосылки для того, чтобы внутренний туризм стал одной из статей дохода его жителей» — «Село Чусовое: пора деньги за погляд брать» (2018. 9 марта); «Перезагрузка маршрута № 58. Мартъяновская дуга в форме зигзага удачи» (2018. 2 июня); «Шалинский уголь: и дым идет, и щепка летит. Как обстоят дела с одним из самых известных местных торговых брендов» (2018. 18 окт.).

Третья тема — санкции в отношении предприятий РУСАЛа в названных газетах не обнаружена вовсе, ибо целевой аудитории напрямую не касается.

Анализ публикаций трех типов изданий — делового (адресованного представителям бизнеса), локального (более близкого к людям и местным властям) и регионального (стремящегося быть ближе к людям) во многом объяснил проблемы, связанные с формированием контент-стратегии региональных газет при освещении экономических событий. Для того чтобы сохранить тираж и влияние, эти издания должны быть одновременно интересны и для той аудитории, с которой работают деловые СМИ, и для читателей, которые профессионально не связаны с экономикой. Поэтому журналисты пишут лишь о самых ярких событиях и самых острых проблемах (о том, что касается всех), а в освещении

экономических вопросов нет четко сформулированных целей, единства в освещении тем и постоянных рубрик. Это не позволяет успешно заниматься экономическим просвещением аудитории, что приводит к возникновению множества социальных коллизий. Неадекватное информационное сопровождение экономических событий федерального и локального уровней влияет на исход этих поводов, по крайней мере, для читателей. А журналисты теряют возможность реального влияния на экономическую политику своего региона.

Разработка актуальной контент-стратегии — это та проблема, над которой сегодня должны задумываться медиаменеджеры, чтобы не лишиться своих читателей действительно важной для них информации, но при этом оставаться интересными для потенциальных рекламодателей и лидеров общественного мнения.

1. *Гавра Д. П.* Понятие и структура современной деловой журналистики // Журналистика в 2016 г.: творчество, профессия, индустрия : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. М., 2017. С. 149–150.

2. *Демина И. Н.* Сущность экономической журналистики // Изв. Иркут. гос. экон. акад. 2011. № 1. С. 217–221.

3. *Иваницкий В. Л.* Журналистика и экономическая наука в XXI веке: на пути к взаимопониманию // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2016. № 6. С. 3–23.

4. *Фролова Т. И.* Контент-стратегии СМИ: к определению понятия // Журналистика в 2016 г.: творчество, профессия, индустрия : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. М., 2017. С. 123–125.

5. *Шкондин М. В.* Журналистика как фактор освоения мира социумом // Социально-гуманитарные знания. 2013. № 4. С. 62–73.

Статья поступила в редакцию 06.02.2019 г.

УДК 070.431.2 + 654.197 + 316.653

**И. В. Зиновьев
Т. В. Никипорец**

ТЕЛЕВЕДУЩИЙ АЛЕКСАНДР НЕВЗОРОВ В ЗЕРКАЛЕ ПРОГРАММЫ «600 СЕКУНД»

В статье обобщены характеристики телеведущих на основании ранее разработанных классификаций. Авторы проанализировали работу известного российского телеведущего Александра Невзорова в программе «600 секунд». Выявлены главные особенности творчества Александра Невзорова: оценочный стиль подачи новостей, артистизм, импровизация в эфире, прямолинейность суждений, активное влияние на общественное мнение.

К л ю ч е в ы е с л о в а: телеведущий; телепрограмма «600 секунд»; Александр Невзоров; оценочный стиль; артистизм; импровизация; прямолинейность; влияние на общественное мнение.

Телевидение на протяжении долгих лет занимает особое место в жизни многих людей. Оно пробуждает в зрителях потребность смотреть, слушать, получать новые знания, генерировать свое собственное мнение.

Опыт показывает, что успех телевизионных программ зависит от многих факторов: канала вещания, технологического воплощения, качества транслируемого контента. Однако главным фактором является личность ведущего, с которым у зрителя ассоциируется определенная передача.

Мы решили изучить профессиональную деятельность известного российского публициста Александра Невзорова, автора и ведущего скандально известной информационно-аналитической телепрограммы «600 секунд», выходящей на Ленинградском (Санкт-Петербургском) телевидении и ставшей своеобразным символом эпохи перестройки и гласности. Поведенческие и речевые особенности А. Невзорова, состоявшегося, востребованного, грамотного, остроумного, хотя во многом противоречивого журналиста, достойны изучения в качестве своеобразного телевизионного феномена. Эмпирическую базу исследования составили десять выпусков программы и документальный фильм Андрея Калитина «Александр Невзоров. 600 секунд спустя», размещенные на видеохостинге Youtube.

Телеведущий в качестве индивидуального коммуникатора должен соответствовать определенным общим, психологическим, коммуникативным, социально-гражданским, а также профессиональным характеристикам [4, 284]. Общие характеристики коммуникатора представляют набор основных сведений

ЗИНОВЬЕВ Илья Викторович — доктор философских наук, доцент, заведующий кафедрой телевидения, радиовещания и технических средств журналистики Уральского федерального университета (e-mail: ziliv@mail.ru).

НИКИПОРЕЦ Татьяна Владимировна — студент департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета (e-mail: nick.bazinga@yandex.ru).

© Зиновьев И. В., Никипорец Т. В., 2019

о журналисте, в частности, включают в себя социально-демографические данные, к ним относятся внешность, пол, возраст, семейное положение, наличие детей.

Внешность — это проявление своеобразия адресанта, а также средство для выстраивания положительного или отрицательного образа, для достижения определенных коммуникативных целей. «Как показывают исследования и отмечают сами телекоммуникаторы, аудитория обращает внимание, прежде всего, на лицо и глаза, в которых отражаются мысли и эмоции человека в кадре. После этого — на оформление внешности коммуникатора, характер одежды, причёску, цвет волос, ношение очков и т. д. Нередко внешний облик и манера одеваться популярных телекоммуникаторов вызывает стремление зрителей подражать им в своей реальной жизни» [2, 75]. Эталонными признаками смотрибельности для телекоммуникаторов принято считать здоровый вид, приятные черты лица, хорошие волосы, белые ровные зубы, стройную фигуру. Немаловажным также оказываются возраст и биологический пол человека. Все эти характеристики создают имидж программы, влияют на внимание со стороны конкретных слоев населения, ведь «...коммуникатор, как правило, воспринимается аудиторией не просто как отдельная личность, а как представитель некоторой большой социальной группы. У аудитории есть определенные стереотипные ожидания в отношении представителей той большой социальной группы, к которой принадлежит конкретный коммуникатор, и поэтому она воспринимает и оценивает коммуникатора сквозь призму этих стереотипных ожиданий» [Там же, 70].

Важны для аудитории психологические и коммуникативные характеристики коммуникатора, поскольку «телезрителю интересна личность, нестандартный человек, индивид, захваченный идеей, человек, обладающий даром общения» [Там же, 74].

К психологическим особенностям телеведущего относятся: выразительность, артистизм, талант; доброта, тактичность, культура общения; эмоциональность, темперамент, активность; оптимизм, раскрепощенность, сила эго [Там же, 80].

Спектр коммуникативных характеристик также разнообразен [Там же, 77]. Это в первую очередь тембр голоса. Очевидно, что на телевидении, как и на радио, склонны отдавать предпочтение обладателям среднего тембра голоса. Такую тенденцию некоторые исследователи связывают с восприимчивостью человека к звукам средних частот. Считается, что слишком высокий голос граничит с раздражающей ухо писклявостью, вызывает недоверие, а слишком низкий, наоборот, кажется чересчур грубым и пугающим. Важными чертами являются скорость и громкость речи. Они тоже имеют средние характеристики: не быстро, но и не медленно, не оглушительно громко, но и не тихо. Безусловно, дикция свидетельствует о профессиональной пригодности ведущего. Хорошая дикция определяется отсутствием у человека картавости, шепелявости, гнусавости, заикания и прочих речевых дефектов, затрудняющих понимание отдельных фраз. Немаловажное значение имеют такие особенности общения, как тон, поведение, дистанция, стиль, остроумие, раскованность и непринужденность.

Социально-гражданские характеристики коммуникатора определяются способностью к активному проявлению своей гражданской позиции через некую

социально значимую, практико-ориентированную деятельность. Они включают в себя толерантность и плюрализм. Согласно Большому энциклопедическому словарю, толерантность — это «терпимость к чужим мнениям, верованиям, поведению» [6]. Известный отечественный философ В. А. Лекторский выделяет четыре аспекта понимания названного явления: толерантность как безразличие; толерантность как невозможность взаимопонимания; толерантность как снисхождение к слабостям других, а также толерантность как расширение собственного опыта и критический диалог [3, 50].

Плюрализм связан с формированием общей точки зрения на разные факты на основе признания многообразия мнений, взглядов, идей и позиций. «Свобода формирования мнения требует доступа к различным представлениям о действительности, существующим в различных социальных группах, для того, чтобы их сопоставить. Этот свободный доступ к различным мнениям и называется плюрализмом» [4, 142].

К профессиональным характеристикам коммуникатора относятся знания и умения человека, отличающие его от представителей других профессий и способствующие выполнению трудовых обязанностей. Наиболее важными из них принято считать упорство, коммуникабельность, компетентность, сообразительность, порядочность, способность наблюдать и гибко мыслить. Кроме того, сотрудник СМИ обязан обладать специальной правовой информированностью, придерживаться журналистской этики, владеть логикой и научным подходом к изучаемым фактам и явлениям. Значимы также эрудиция, широкий кругозор, грамотность, креативные технологии подачи информации. Все это помогает телеведущему быть уникальным, позволяет выделяться среди других журналистов и становиться индивидуальным коммуникатором, которому хочется подражать и к которому хочется прислушиваться. «У аудитории существует потребность в персонификации массовой коммуникации. Реальными партнерами по общению для реципиента являются: “человек на экране”, ведущий радиопередачи, автор статьи. Именно эти люди наиболее популярны и олицетворяют собой телевизионный или радиоканал, газету» [2, 52].

Разберемся более детально, насколько творческий портрет Александра Невзорова соответствует представленным выше характеристикам телеведущего.

Александр Невзоров — известный репортер и телеведущий, публицист, режиссер, ипполог, депутат, писатель. Ныне Невзоров — одна из самых незаурядных медийных личностей, частый гость на всевозможных радио- и телепередачах. У Невзорова есть официальный сайт nevzorov.tv (<https://nevzorov.tv>), блоги на сайтах «Эхо Москвы» (https://echo.msk.ru/blog/a_nevzorov) и «Сноб» (<https://snob.ru/profile/20736/blog/page/2>).

Александр Глебович Невзоров родился 3 августа 1958 г. в Ленинграде. Он успел попробовать себя в разных ипостасях. Учился в Московской семинарии, работал объездчиком лошадей, каскадером. «В начале 80-х поменял профессии литературного секретаря, сценариста, музейного работника и даже грузчика» [1].

Ведущим программы «600 секунд» Невзоров стал почти случайно. Он был сценаристом, и его попросили срочно озвучить закадровый текст, потому как

диктор явился на работу в нетрезвом состоянии. Приятный бархатный голос пришелся по вкусу аудитории — так началась знаменитая невзоровская эпоха: «...советское ТВ взорвал герой в черной кожанке вместо немаркого обкомовского костюмчика. Дикторам программы “Время” с темпераментом вываренной трески он стремительно противопоставил 60 трупов за 600 секунд» [5]. Яркие и запоминающиеся репортажи о преступлениях, коррупции, бедах пенсионеров и проблемах молодежи вызвали живой отклик у горожан.

«600 секунд» — ежедневная десятиминутная программа, выходившая на Ленинградском телевидении («Пятом канале») с 1987 по 1993 г. и первоначально кратко освещавшая главные криминальные новости Северной столицы. Потом в программе появились комментарии ведущего. Помимо Невзорова, который был главным редактором, программу вели Вадим Медведев и Светлана Сорокина. По мнению самого Невзорова, высказанного в фильме «Александр Невзоров. 600 секунд спустя» (<https://www.youtube.com/playlist?list=PL53727CEBE11053C8>), проект явился «феноменальным по мощи инструментом изучения жизни».

Идеология невзоровской программы была нацелена на эпатирование аудитории через показ шокирующих кадров, озвучивание сенсационных и резонансных фактов. Создателей программы не раз обвиняли в демонстрации компромата, излишнем натурализме, цинизме. Однако, как ни странно, в те перестроечные годы именно эстетика безобразного символизировала для советских граждан переход к свободе и раскрепощенности. Программа показала им то, что от них упорно скрывали, и от подобного зрелища они теперь не желали отказываться.

Деятельность Александра Невзорова в качестве ведущего — тема актуальная и интересная для историков телевидения и сотрудников телеканалов, но недостаточно исследованная. Рассмотрение особенностей журналистского почерка Невзорова проведено в соответствии с обозначенными ранее характеристиками телеведущего.

Общие характеристики Александра Невзорова важны, прежде всего, по причине их влияния на имидж «600 секунд». Например, биологическим полом телеведущего можно объяснить стремление проекта к аналитичности, изучению процессов и явлений под острым углом. Данную деталь стоит отнести к ярко выраженному «мужскому» почерку, которому свойственен прагматизм, логичность, резкая однозначность оценок. «Учитывая коллективность коммуникатора СМК, в создании большинства медиатекстов участвуют как мужчины, так и женщины. Но гендерная специфика сообщений сохраняется, что, очевидно, соответствует гендерным интересам массовой аудитории» [2, 74]. Относительно молодой возраст ведущего также сыграл не последнюю роль — он ассоциировался с некой новизной, свежим взглядом, динамикой сюжетов. Примечательно, что Невзоров был коренным ленинградцем. Это заметно увеличило зрительский кредит доверия.

Немаловажными были коммуникативные качества ведущего: бархатный баритон, быстрая, но понятная речь, обусловленная хронометражем программы. Здесь же укажем на своеобразный стиль общения Невзорова с аудиторией, главной отличительной чертой которого стало преобладание живого разговорного

языка над строгим дикторским официозом. Ведущий не стеснялся нелитературного произношения (многократное «шас» вместо «сейчас»), просторечных слов и выражений («забулдыга» вместо «спившийся человек», «бурда» вместо «жидкость неясного состава»), свойственных повседневной устной речи оборотов («есть такое действительно дело» вместо «да, это так»).

Склонность Невзорова к импровизации создавала в программе атмосферу непосредственности («Сегодня... Я не знаю, может, это произошло вчера, но отмечено было нами сегодня»). Неформальная основа общения базировалась на персонифицированной подаче информации, обилии характерных для этого местоимений и глаголов («Уж не знаю», «Как мне стало известно», «Я не рекомендую»), прямом обращении к зрителям («Вам это будет интересно узнать...», «Вы сейчас сами все увидите», «Как вы думаете, сколько колготок одновременно может надеть женщина?»).

Гармонично, на наш взгляд, с просторечной лексикой сочетались выразительные приемы. Невзоров нередко использовал ораторские и актерские приемы: делал длинные паузы, повторял слова («Транспортный переулочек... Потеха, конечно...», «Внешне такой же человек, как и все мы. Внешне...»), употреблял различные выразительные средства, создавал замысловатые конструкции («Совесь его отягчена», «Омерзительные мерзости», «Растет остервенение народа», «Лучшие сыны России», «Новостей много, но вот хороших новостей мало», «Следующая новость — хуже и страшнее не придумаешь»).

Отдельно следует отметить остроумие, часто выражающееся в саркастических замечаниях и комментариях. Вероятно, это «фирменная» черта творчества Александра Невзорова. Все выбранные нами выпуски программы «600 секунд» отличались поразительной яркостью и точностью подобранных речевых конструкций.

Ведущий изобретателен на каламбуры («Спектакль “М. Баттерфляй”. Не “Мадам Баттерфляй”. Не путать...», «Такая вот чисто цирковая история!» — о преступлении в цирке), часто использует игру слов (например: «Скандалная хроника. Причем, очень скандальная») и ироничные замечания («В том случае, если свое скверное настроение вы хотите сделать еще хуже, свои услуги предлагает выставка Плаксина»; «Юрченко Александр Леодорович, шесть раз судимый, сегодня решил восстановить социальную справедливость»; «Кому-то пришлось в голову организовать здесь пункт обмена пустых бутылок на полные. И забулдыги с полным основанием считают, что, несмотря на козни демократов, мы все же пришли к коммунизму»). В выпусках «600 секунд» часто звучал особый политический сарказм, направленный как против известных фигур прошлого, так и против нынешних политических «недругов» журналиста, которым он даже придумал колкое наименование «шишки политики» («Вам, вероятно, будет любопытно узнать, что часть коллекции оружия, которую собирал некто Леонид Брежнев...»). Забавным по уровню своей язвительности является описание встречи съемочной команды «600 секунд» с Людмилой Нарусовой, супругой Анатолия Собчака («Дама, полагая, что камера возле трапа установлена исключительно для фиксации ее великолепия, долго махала рукой»).

Что же касается индивидуально-личностных качеств коммуникатора, то здесь необходимо сказать, что Невзоров артистичен и обаятелен. Во всем его облике и поведении прочитывается харизматичность, решительность, уверенность в себе. Известный отечественный режиссер и сценарист Александр Белинский в фильме «Александр Невзоров. 600 секунд спустя» отмечал: «Я даже не могу назвать его журналистом. Во-первых, у него невероятная актерская харизма, ведь то, как он вел “600 секунд”... Та манера общения с публикой... Было полное ощущение, что он говорит с тобой».

После просмотра разных выпусков программы «600 секунд» мы пришли к выводу, что журналист весьма напряжен в кадре, но не раздражителен. Его мимика кажется адекватной, а общий эмоциональный фон подачи информации в большинстве случаев — стабильным.

Особую тему составляет прямолинейность Невзорова, выражающаяся в весьма категоричных оценках. Так, в одном из декабрьских выпусков 1991 г., имея в виду репортаж о двух насильниках-педофилах, телеведущий произнес: «Памятен репортаж о двух подонках» (<https://www.youtube.com/watch?v=p9sAN5bBiAI>). Обратим внимание, что журналист не говорит об этих лицах как о преступниках, он намеренно выбирает экспрессивно-презрительное «подонки». Подобная ситуация наблюдается и с новостью в июньском выпуске 1991 г. о памятнике Петру I: «Есть два основных мнения. Первое, что памятник отмененный. Второе, что сознательно производится дебилизация образа Петра I... Кстати, это единственное монументальное изображение Петра Великого на территории Петропавловской крепости в виде уродца» (<https://www.youtube.com/watch?v=Pmj5Iy2LxXQ>).

С прямолинейностью, конечно же, связано такое качество, как толерантность. Необходимо признать, что в речи Невзорова часто присутствуют интолерантные мотивы. К примеру, людей, страдающих алкогольной зависимостью, журналист называл «забудыгами», работниц секс-индустрии — «проститутками». На наш взгляд, данную черту нельзя оценивать однозначно. Безусловно, в условиях современного мира толерантность очень важна. Однако в рамках конкретной программы «600 секунд» она могла бы остаться непонятой, ведь проект брал своих зрителей не мягкостью и размеренностью, а дерзостью и резкостью суждений.

Переходя к профессиональным качествам Невзорова, подчеркнем, что ведущий предстает в эфире эрудированным и компетентным. Он стремится не просто информировать публику, но и оценивать всевозможные события, явления, процессы. Например, на открытие зимой 1991 г. гостиницы «Гранд Отель Европа» автор «600 секунд» реагировал следующим высказыванием: «То, что там устроено ныне, есть в тысячах европейских отелей. Это, по сути дела, ширпотреб... К сожалению, в очередной раз делается расчет на советскую дикость» (<https://www.youtube.com/watch?v=p9sAN5bBiAI>). В феврале 1989 г. новость о лекции, посвященной созданию служб психотерапевтической помощи уходящим из жизни людям, заставила журналиста сделать вывод о том, что «это останется всего-навсего темой лекций отдельных благородных энтузиастов» (<https://www.youtube.com/watch?v=Qfb9KmbfCLc>).

Кроме того, необходимо заметить, что Невзоров в своих сюжетах обращался к прошлым сообщениям, дополняя их новыми фактами и уточнениями. Это свидетельствует о его профессиональной добросовестности.

Программе «600 секунд» присущ настрой на справедливое решение общественных и частных проблем. Так, в февральском выпуске 1989 г., повествуя о выгнанном из собственного дома старике, Невзоров с печалью констатировал: «Но за восемь месяцев за него, безгласного и парализованного, в нашем замечательном обществе не вступился никто» (<https://www.youtube.com/watch?v=Qfb9KmbfCLc>). В июньском выпуске 1991 г. ведущий горько обобщил: «Город, который с такой поразительной легкостью находит сотни тысяч рублей на то, чтобы серьезные говорливые дяди оспаривали друг у друга кресло мэра, это город, где умирают дети в больницах от того, что нет денег на лекарства для них!» (<https://www.youtube.com/watch?v=Pmj5Iy2LxXQ>). С помощью эмоциональных рассуждений журналист взывал к совести и гуманизму, стремился помочь героям своих сообщений.

Такое отношение к городу и горожанам вызывало живой отклик со стороны телезрителей. Программа пользовалась огромной популярностью. Благодаря этому Невзоров стал фигурой, которая активно формировала общественное мнение и поведение. В связи с этим председатель Ленинградского комитета по телевидению и радиовещанию Борис Петров в фильме «Александр Невзоров. 600 секунд спустя» подчеркнул: «Не дай Бог было задержать программу, не дай Бог было остановить ее выпуск. Это привело бы к забастовкам, к митингам, к протестам».

Говоря о головокружительной журналистской карьере Александра Невзорова, нельзя не сказать о том, что его смелость и даже наглость переходили границы дозволенного в тот период. Насколько Невзоров был этичен в своих действиях? Сам журналист на данный вопрос в фильме «Александр Невзоров. 600 секунд спустя» отвечал так: «В этой профессии, не будучи авантюристом и хулиганом, делать нечего. Никаких соображений дисциплинарного, правового, этического и прочего не должно быть».

Информационная война с действующей властью — еще одна важная особенность творчества Невзорова эпохи «600 секунд». В фильме «Александр Невзоров. 600 секунд спустя» телеведущий по этому поводу заметил: «Наивысшее наслаждение, которое может испытать человек, если говорить серьезно, это ощущение, что ты один против всех». Журналист всегда находился в оппозиции: с экрана телевизора он транслировал собственные воззрения, занимался жесткой обличительной критикой чиновников, не сговывая себя необходимостью быть объективным или корректным. Его оценки категоричны: «Вот оно, подлинное лицо ельциновской прибалтийской политики!» — о готовящемся выселении русских из Прибалтики (<https://www.youtube.com/watch?v=Pmj5Iy2LxXQ>); «Все эти комитеты вряд ли могут быть восприняты всерьез и кроме смеха ничего не вызывают» — о комитете защиты Ленсовета (<https://www.youtube.com/watch?v=zroх6ZPk7KQ>); «Кто виноват? На сегодняшний день, получается, что виноват господин Лебедев, председатель комиссии по культуре, за высокооплачиваемое безделье которого мы платим нашим достоянием» — о краже ценностей

из Кунсткамеры (<https://www.youtube.com/watch?v=zrox6ZPk7KQ>). Обратим внимание, что языковая экспрессия и далеко идущие обобщения нацелены, прежде всего, на получение эмоционального отклика со стороны аудитории.

Любопытной особенностью авторского почерка является умение Невзорова намеренно обострять тему, находя, например, связи между историей и современностью. Данный прием особо заметен в сюжетах, где телеведущему необходимо рассказать о важных событиях, не вписывающихся в ориентированный на скандал формат программы. Так, в 1991 г. очередной день рождения А. С. Пушкина автор «600 секунд» связал с тем, что поэт не увидит «бывших партийных энергичных говорунов, которые будут крушить у всех на глазах русскую государственность». Затем ведущий процитировал стих «Бородинская годовщина» (<https://www.youtube.com/watch?v=Pmj5Iy2LxXQ>). А в ноябрьском выпуске 1991 г. журналист подобным же образом прокомментировал открытие бюста знаменитого архитектора Растрелли: «Открытие сопровождалось всяческими приятными мелочами вроде оркестра, колоколов и прочего, что хоть на минуту заставляло заглядевшегося [имеется в виду сам бюст] забыть о талонах, голоде и кошмаре» (<https://www.youtube.com/watch?v=q2YRoRkNJDU>).

Подводя итоги, выделим характерные черты творчества Александра Невзорова в качестве телеведущего и автора сюжетов программы «600 секунд». Во-первых, своеобразный аналитически-оценочный стиль подачи информационных материалов, основанный на преобладании живого разговорного языка над официальным, образности, иронии и сарказме. Во-вторых, стремление к непосредственности и импровизации. В третьих, артистизм, сочетающийся с харизматичностью и уверенностью в себе. В-четвертых, прямолинейность и резкость суждений, которые нередко приводили к интолерантности. В-пятых, нарушение некоторых этических норм. В-шестых, активное влияние на общественное мнение благодаря высокой популярности программы и собственной борьбе с властными структурами за справедливое решение городских проблем.

На наш взгляд, представленное исследование может стать основой для дальнейшего изучения творчества и профессиональной карьеры яркого представителя новой российской журналистики Александра Невзорова.

1. Александр Невзоров [Электронный ресурс] // 24СМИ. URL: <https://24smi.org/celebrity/4600-aleksandr-nevzorov.html> (дата обращения: 10.12.2018).

2. Казакова Л. П. Психология массовых коммуникаций. М., 2014.

3. Лекторский В. А. О толерантности, плюрализме и критицизме // Вопр. философии. 1997. № 11. С. 46–54.

4. Олешко В. Ф. Психология журналистики. Екатеринбург, 2014.

5. Тарощина С. 30 лет за 600 секунд [Электронный ресурс]. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/02/06/75400-30-let-za-600-sekund> (дата обращения: 10.12.2018).

6. Толерантность [Электронный ресурс] // Большой энциклопедический словарь. URL: <https://www.vedu.ru/bigenedic/63149> (дата обращения: 15.12.2018).

УДК 004.774.6 + 070.11:004.724-026.12 + 81'42

В. Ф. Олешко
А. Е. Таушканова**ПРАКТИКИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ ТЕКСТОВ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ****(на примере сообществ «ВКонтакте»)***

Проблема результативности массово-коммуникационной деятельности актуализирована процессами совершенствования информационных технологий и повсеместной цифровизации контента. В статье освещается опыт и проблематика создания, а также системного представления в группе «ВКонтакте» рекламных текстов, получивших в среде специалистов-практиков именование «эффективных». Проведенный анализ показал, что одними из главных характеристик такого рода текстов являются неожиданность содержания или формы их представления, нацеленность на развлекательность, игрореализацию и наличие прямого указания на несомненную пользу данного рода информации для потребителя.

К л ю ч е в ы е с л о в а: текст; эффективный текст; бренд; социальные сети; манипуляция; идентичность.

В современном мире представители не только крупного, но и мелкого бизнеса все чаще сталкиваются с тем, что для того, чтобы эффективно продавать товар, недостаточно просто вывести его на рынок. В информационную эпоху большую роль играет фактор формирования при посредстве новых технологий [2], и прежде всего социальных сетей, отзывов и мнений о товаре для широкого круга потребителей. Эту цель в большей степени помогают реализовать реклама, SMM-рассылки и информирование о товаре с помощью массмедийных текстов, размещенных в специально созданных группах социальных сетей, популярных у потенциальных его потребителей.

Причем с развитием Интернета многие традиционные формы прямого представления как рекламы, PR-текстов, так и информационных сообщений различных жанров оказываются малоэффективными [4, 5]. Поэтому важным аспектом исследований в данном направлении становится поиск ответов на вопросы: какие тексты являются эффективными с точки зрения интенций акторов, и есть ли для них какие-то общие критерии, определяющие степень заинтересованности потребителя? Не случаен в связи с этим и тот факт, что на рынке труда сегодня наиболее востребованы квалифицированные SMM-менеджеры, контент-менеджеры,

* Исследование выполнено за счет гранта РФФИ (проект № 19-18-00264).

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

ТАУШКАНОВА Анна Евгеньевна — копирайтер группы компаний «Вау! Холдинг», г. Екатеринбург (e-mail: ana.taushkanova@yandex.ru).

© Олешко В. Ф., Таушканова А. Е., 2019

копирайтеры, маркетологи, а также журналисты, которые способны не только работать в профильных отделах массмедиа, но и выполнять функции по продвижению контента, а также установлению диалоговых отношений с представителями своей реальной и потенциальной аудитории.

Причем термин *«эффективный текст»* не является устоявшимся в теории массмедиа. Несмотря на то, что представители сферы рекламы и пиар-профессионалы его активно используют в своей повседневной деятельности и при общении с клиентами и заказчиками, в литературе до сих пор не дается его четкое определение, не указывается то, как он соотносится с другими сходными по смыслу терминами. Кто-то использует определение «продающие тексты», профессиональные копирайтеры в своих пособиях и рекомендациях, даваемых на обучающих семинарах, делят данного рода продукцию по функционалу: тексты для бизнеса, SEO-копирайтинг, тексты для лендингов и блогов, пресс-релизы и т. д. [6, 7]. Используя термин «эффективный текст» как рабочий [15], мы будем иметь в виду способность не только доносить при его посредстве информацию и убеждать в чем-то представителей массовой аудитории, но и привлекать, удерживать внимание тех из них, кто в ближайшей перспективе готов стать клиентом фирмы или потребителем какой-то ее конкретной продукции, что непременно сказывается на уровне продаж.

По мнению практиков [1], эффективным в условиях глобализации и повсеместной цифровизации медиаконтента можно считать текст, сочетающий в себе следующие признаки: неожиданность содержания или формы его представления, нацеленность при этом на развлечение/игрореализацию и, важный аспект, наличие прямого указания на несомненную пользу данного рода информации для потребителя. Разумеется, с точки зрения классической теории текст и его содержание понимаются более расширительно — как особая, с помощью знаний и компетенций личности организованная рефлексивная деятельность, направленная на извлечение смысла из представленного контента, на исследование вариантов и других его интерпретаций. А «само понимание является формой системомыследеятельности субъекта и может обозначать процесс, готовность к пониманию, результат понимания и способность как предрасположенность к данному виду деятельности» [14, 205].

Вместе с тем априори можно утверждать, что смысловые компоненты современной массмедийной деятельности в большей степени анализируются в контексте журналистских практик. Вышеназванные же три компонента, или критерия, непосредственно характеризующие эффективные тексты, — неожиданность, развлечение и польза, конечно же, следует отнести прежде всего к информации рекламного характера или к сообщениям, представляемым сегодня в социальных сетях. Поэтому мы в своем исследовании акцентировали внимание именно на данных объектах.

Первый критерий — *неожиданность*, точнее, эффект неожиданности, вызываемый информационным сообщением. В данном случае можно утверждать о психологическом влиянии на подсознание человека, оказываемом разными способами, или даже о попытке кратковременного изменения сознания личности. В состоянии

легкого транса человека можно ввести, к примеру, представив факт или даже череду фактов, которые не укладываются в рамки логического мышления, сформулировав странный, неожиданный вопрос. Замешательство, которое возникает при этом, является специфическим состоянием, позволяющим легко внушить те или иные интенциональные составляющие данного сообщения. То есть то, чего актер хочет добиться от человека. Психологи утверждают, что именно так выбирают своих жертв разного рода манипуляторы, которые ищут легкой наживы.

Чаще всего данного рода сообщения не являются прямой рекламой, в тексте может не быть даже упоминаний какого-либо продукта. Но этот критерий начинает «работать» на продвижение бренда производителя товара. Причем сегодня в теории медиа в качестве важного аспекта исследований выделяют анализ процессов формирования брендов массмедиа как субъектов системной информационной деятельности. Ведь сформулированные таким образом ценности и затем позиционирование определяют дальнейшее их развитие, «помогают построить стратегические и тактические планы и расставить приоритеты» [3].

В теории брендинга под брендом понимается «...такая торговая марка, которая способна вызывать в сознании потребителей устойчивый образ, состоящий из ряда ассоциаций, связанных с ее осязаемыми и неосязаемыми характеристиками, а также рациональными и эмоциональными преимуществами. Каждому аспекту индивидуальности бренда соответствуют определенные потребительские ценности, что составляет основу специфических отношений потребителей с брендом» [12]. То есть *польза* того или иного сообщения предопределяется определенным смысловым ядром, по-иному, стержневой идентичностью, включающей конкретные базовые ценности бренда, соответствующие как системе мировосприятия его потребителей, так и прагматическим потребностям личности в том или ином товаре, продукте или услуге.

А поскольку эффективность коммуникации с представителями реальной и потенциальной аудитории определяется при этом, как мы отметили, теми или иными стратегиями, выделяющими и фиксирующими в потребительском сознании ключевые элементы идентичности бренда, то элементы *развлечения*, инфотейнмента как способа трансляции информации становятся одними из доминантных для контента не только рекламных сообщений, но и массмедиа в целом. По мнению исследователя СПбГУ С. Н. Ильченко, в новом веке не только все отчетливее раскрывается игровая природа массмедиа «как оригинального способа интерпретации реальности, отвечающего определенным социально-психологическим потребностям аудитории» [8, 12], но и происходит трансформация способов подачи информации, в целом увеличивается сегмент развлекательного контента.

В качестве эмпирической базы нашего исследования мы выбрали тексты рекламного содержания, объемом не менее 1000 знаков, размещенные в группах социальной сети «**ВКонтакте**» в сентябре — декабре 2018 г. Проанализировав более 50 текстов, представленных различными организациями, мы выделили как доминантные следующие показатели, свидетельствующие об их эффективности: создание положительного образа бренда, товара, услуги, чаще всего как одного из лидеров в своем сегменте; четкое формулирование факторов потребности

в них потенциального потребителя; представление максимума информации при минимуме слов; предельно понятное, но обязательно эмоционально окрашенное представление содержания; по возможности подтверждение экспертами представленной информации; информирование без назидательности, в ряде конкретных ситуаций — в игровой манере; и др.

Надо сказать, что в методологическом плане в специальной литературе сегодня выделяют основные принципы и подходы к созданию эффективных текстов. В их числе использование, к примеру, сторителлинга, помогающего человеку освоить неизвестную для него тематику или рыночную нишу с основным посылом личностной истории: «Я/или кто-то смог, и ты сможешь» [11]. Еще один популярный принцип — рассказ о совершенных ранее фирмой или субъектом ошибках и способах их исправления. Как свидетельствует практика, сформировать репутацию, основанную не на критике прямых конкурентов или их продукции, а на принципах доверительности и диалоговых отношений с потребителями, гораздо проще и дальновиднее [13]. В числе сущностных выделяется и принцип перманентного совершенствования технологий представления современных текстов [10].

Вместе с тем, как показал проведенный авторами анализ, аспект представления в социальных сетях в целом и «ВКонтакте» в частности развернутой рекламы коммерческого характера пока не получил системного освещения. Это дало нам основание выделить для анализа некоторые, на наш взгляд, значимые для практиков данной сферы тенденции.

Первый объект нашего исследования (тексты, которые мы отнесли к числу эффективных) — креативные разработки авторов группы «Клиники доброго маркетолога» (https://vk.com/kdm_spb). Представленные здесь тексты выделяются из числа других прежде всего необычным и запоминающимся «аватаром» — своего рода «лицом» пользователя на форуме или сайте, а также тем, что все объявления и посты дополняются обыгранными в едином стиле изображениями. Визуальная составляющая — образ «чумного» доктора в птичьей маске, сразу бросается в глаза и запоминается, потому что именно такая эмблема нетипична для маркетинга. Как мы выяснили в ходе эксперимента по представлению данного текста студентам-журналистам, большинство тех, кто видел такой аватар и изображения под постами, вольно или невольно достраивали ассоциативный ряд до взаимосвязи с «добрым доктором Айболитом» цифровой эпохи. Большинство ответов опрошенных были примерно такими: «Так же, как в Средние века, когда доктора в птичьих масках были единственными, кто разбирался в медицине и могли принести лекарство больным, спасти их от чумы, современные представители “Клиники доброго маркетинга” несут в мир медиaprостранства хороший маркетинг, очищают мир от плохого, непрофессионального маркетинга...»

К числу эффективных мы отнесли и большинство текстов, представленных в данной группе. Их анализ позволил выделить следующие повторяющиеся компоненты:

— удобная для чтения структура текстов: все основные пункты, как правило, разделены пробелами для удобочитаемости, шрифт соответствует ГОСТУ — не менее 8 ½ п., текст не сливается, цветовые подложки не затрудняют восприятие, для акцентуации информации каждый фрагмент представлен на новой строке;

— максимум информации содержательного характера при минимуме используемых слов и терминов;

— «цепляющие» взгляд сравнения расположены в начале текста, чтобы заинтересовать потенциального читателя, к примеру: «Вы должны разбираться в маркетинге лучше, чем Хокинг в физике»;

— игровые моменты: иногда читателю предлагают проверить свои профессиональные познания, для этого задаются наводящие вопросы, ответы на которые должен знать каждый маркетолог-профессионал: «Вы, конечно, понимаете, что такое возврат на инвестиции, почему хлеб ставят в дальнем углу супермаркета и почему продающих текстов не бывает»; массовый же читатель тем самым включается в своего рода игру — «найди ответ»;

— использование в текстах и тестах рисунков или инфографики, выдержанных в цветовой гамме и стилистике сообщества.

Есть и другие компоненты, но они соотносимы с тенденциями, которые реализованы представителями других групп, представленных в соцсети «ВКонтакте». Мы рассмотрели в связи с этим в качестве примера эффективного текста публикацию «*Единственная причина, почему ты еще не достиг точки "B+"*» группы «Бизнес Молодость» (https://vk.com/molodost_bz).

В данном тексте мы выделили следующие признаки, характерные для эффективных текстов:

— заголовок, который наверняка не просто заинтригует, но и определит интерес многих молодых читателей (почему же он еще не достиг точки роста, при которой начинают исполняться мечты?);

— в целом удобное представление текста и, в отличие от предыдущего примера, использование подзаголовков, которые позволяют представителям молодежной аудитории четко фокусировать тематику того или иного фрагмента текста;

— диалоговость, обращение напрямую к читателю как ровеснику, в частности, используя принятое в данной среде обращение на «ты»;

— реализация принципа опоры на собственный опыт, когда без утайки рассказывается о типичных ошибках, которые совершают молодые люди на пути к достижению целей, что, безусловно, может быть полезно каждому представителю аудитории;

— и, наконец, прием, точнее, неявная уловка манипулятивного характера, позволяющая реализовать прагматические интенции авторов: если кто-то не дочитает тот или иной текст до конца, ссылка на авторский тренинг или нужное объявление дается два раза: сначала — после постановки наводящих вопросов и первых двух абзацев и в заключении.

В группе «Контент правит!» (https://vk.com/content_pravit) адресатами также являются прежде всего молодые люди или специалисты новой формации, активно включенные в информационные технологии. Поэтому их тексты, которые мы относим к эффективным, характеризуются тем, что они:

— написаны простым, живым языком, при этом в качестве средств выразительности активно используются бытовые выражения, молодежный сленг, что облегчает восприятие информации представителям не только реальной, но и потенциальной аудитории;

— с синтаксической точки зрения в большинстве случаев просты для восприятия: предложения простые или минимально осложненные причастиями, деепричастиями, однородными членами;

— несмотря на достаточно узкую адресную направленность группы, будут понятны и неспециалистам, т. е. любому человеку, интересующемуся контент-маркетингом, SMM-сферой, продвижением в соцсетях;

— имеют верную тональность: читатель практически всегда с первого абзаца настраивается на волну автора и увлекается чтением, соответственно, проявляя лояльность к субъекту информационной деятельности;

— в большинстве случаев отличаются ярко выраженным экспертным характером выводов, поскольку основаны на точном знании, личном опыте и весомой аргументации;

— сопровождают информацию контекстными ссылками на источники, что повышает доверие к контенту; прагматичность и полезность большинства текстов выражена в предлагаемом для практической деятельности рабочем инструментарии или даже прилагаемых к ним инструкциях использования, представлены и такие приемы, как демонстрация «полезного кейса».

Таким образом, проведенный анализ свидетельствует о несомненной важности исследования характеристик и способов создания эффективных текстов, размещаемых в социальных сетях. Это открывает дополнительные возможности не только для сетевых, но и для традиционных СМИ, как по наращиванию аудитории, так и по успешному решению задач коммерческого характера. Еще один важный аспект: поскольку популярные блогеры и другие активные акторы социальных сетей чаще всего интуитивно решают задачи создания и продвижения своих информационных продуктов, то обобщение их опыта может расширить горизонты диалогости в массмедийной сфере. В целом же научное осмысление новейшей практики, как мы убедились, во многом должно строиться с учетом не только перманентного обновления технологий создания и трансляции текстов, но и обновления идентичности россиян под воздействием влияния на них Глобальной сети в целом и социальных сетей в частности. Это можно рассматривать как одно из важнейших направлений медиаисследований.

1. *Абдульманов С.* Евангелист бизнеса. М., 2017. 212 с.

2. *Амзин А., Галустян А., Гатови В. и др.* Как новые медиа изменили журналистику 2012–2016 / под ред. С. Балмаевой, М. Лукиной. Екатеринбург, 2016. 304 с.

3. *Асмус А.* Медиабренд: типологические характеристики // Медиаскоп: [электрон. журн.]. 2009. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/медиабренд-типологические-характеристики> (дата обращения: 18.08.2018).

4. *Вьелегжанин Д. А.* Теория и практика PR. М., 2013. 376 с.

5. *Вюббен Д.* Контент — это валюта. Как разрабатывать продающий контент / пер. М. Гескиной. М., 2014. 448 с.

6. *Галь Н.* Слово живое и мертвое. СПб., 2015. 352 с.

7. *Зинсер У.* Как писать хорошо: Классическое руководство по созданию нехудожественных текстов. 2-е изд. М., 2014. 292 с.

8. Ильченко С. Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2012.
9. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай. М., 2018. 440 с.
10. Олешко Е. В. Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности. М., 2016. 128 с.
11. Пулицци Д., Роуз Р. Управление контент-маркетингом: Практическое руководство по созданию лояльной аудитории для вашего бизнеса. М., 2014. 240 с.
12. Реклама бренда. Теория и практика рекламной деятельности [Электронный ресурс] // Индустрия рекламы. URL: <https://adindustry.ru/doc/1129> (дата обращения: 31.12.2018).
13. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь / пер. М. Иванова и М. Фебера. 7-е изд. М., 2010. 240 с.
14. Теория текста : учеб. пособие / Ю. Н. Земская, И. Ю. Качесова, Л. М. Комиссарова и др. М., 2010 [Электронный ресурс]. URL: <http://net.knigi-x.ru/24yuridicheskie/94876-1-natalya-vladimirovna-ranchenko-irina-yurevna-kachesova-lyudmila-mihaylovna-komissarova-aleksey-andreevich-chuvakin.php> (дата обращения: 30.01.2019).
15. Эффективный текст – ТОП-7 секретов [Электронный ресурс]. URL: <http://text-stati.ru/kopirajting/effektivnyj-7-sekretov/> (дата обращения: 18.01.2019).

Статья поступила в редакцию 31.01.2019 г.

УДК 070:81 + 811.161.1:070.23

В. В. Антропова

КОНЦЕПТ «ДУХОВНОЕ» В ТЕКСТАХ ЭЛИТАРНОЙ ЖУРНАЛЬНОЙ ПЕРИОДИКИ: НАРЦИССИЧЕСКАЯ АКСИДОМИНАНТА*

Автор, исследуя проблему ценностной идентификации в СМИ, обращается к концепту «духовное» как аутентичному аксиологическому основанию идентитарных поисков. Посредством концепт-анализа — релевантной методики изучения ценностного содержания медиатекстов — описывает реализацию «духовного» в дискурсе элитарной периодики. Выявленные когнитивные стратегии концепирования свидетельствуют о значительной трансформации структуры и проявлении в ней признаков нарциссической идентичности как варианта социокультурной нормы.

К л ю ч е в ы е с л о в а: аксиология журналистики; дискурс; концепт; ценностные смыслы.

Анализ работ последнего десятилетия по теории и практике журналистики отчетливо обнаруживает аксиологический вектор исследовательских интенций. Своеобразным рубиконом ценностной рефлексии в отношении отечественной

*Исследование выполнено за счет гранта Фонда поддержки молодых ученых Челябинского государственного университета (2019).

АНТРОПОВА Вера Владимировна — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета (e-mail: ava45@yandex.ru).

журналистики стала вышедшая в 2009 г. коллективная монография под редакцией В. А. Сидорова «Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины» [32], в которой была совершена попытка, во-первых, осмыслить и обобщить опыт изучения журналистики как ценностного феномена современности, во-вторых, институционализировать аксиологию журналистики в качестве отдельной научной парадигмы и учебной дисциплины, имеющей пересечения с журналистской наукой и аксиологией как частью философии. Учитывая, что природа журналистики во всех ее ипостасях (как социального института; вида творчества; сферы профессиональной деятельности) по умолчанию ценностно маркирована, авторы, с одной стороны, очень своевременно в условиях информационной эпохи «напомнили» профессиональному и научному сообществу об аксиологическом основании журналистики, придав «пронизывающим бытие журналистики» ценностям статус «надбытийности» и «онтологичности» [31, 38]. С другой стороны, в работе были определены актуальные векторы ценностных штудий медиапространства: политическая коммуникация и медийное производство политических ценностей; социокультурная идентификация граждан и аксиология «массовой культуры» отечественных СМИ; манипулирование массовым сознанием посредством актуализации ценностных смыслов; профессионально-этические ценности в работе журналиста.

Следующее десятилетие было ознаменовано активной разработкой как теоретико-методологических основ аксиологии журналистики, так и практико-ориентированного изучения ценностей СМИ. В соответствии с этими тенденциями можно выделить два основных направления:

1) теоретико-методологическое, в рамках которого аксиология журналистики осмысливается как новое проблемное поле теории журналистики, разрабатываются вопросы методологии ценностного анализа журналистских и других медиатекстов [3, 9, 29–31];

2) идентитарное, изучающее ценности СМИ в «действии» — как способ конструирования различных идентичностей:

- социокультурной [5, 20, 22, 28, 30, 35, 38];
- социально-гражданской [6, 14, 36];
- этнокультурной и национальной [13, 18, 25, 27];
- национально-гражданской [37];
- политической [1, 12, 17];
- профессионально-этической [16, 24, 34];
- духовно-нравственной [4, 8, 26];
- возрастной — и здесь речь идет прежде всего о детско-юношеской аудиторрии [10, 33].

Идентитарно-ценностным исследовательским интенциям как актуальному тренду развития гуманитаристики в целом и аксиологии журналистики в частности соответствует изучение духовного «кода», рассматриваемого нами как аккумулярующее транзитивное основание ценностно-смыслового самоопределения медиатизированной личности, получившей сегодня атрибуции «расщепленная», «номадичная», «колеблющаяся», которые констатируют постмодернистскую

идею «потери устойчивой идентичности» [7, 5]. Что же касается методологического решения этой проблемы, то, как показывает практика, основным методом изучения аксиологической составляющей журналистских текстов выступает контент-анализ, который определяется как количественный анализ текстов и текстовых массивов, в частности публикаций в СМИ, с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей [21, 13]. Мы в работе предлагаем использовать метод концепт-анализа, который позволяет исследовать ценности не только в «плоскостном», «горизонтальном» измерении, но и «объемном», «вертикально-горизонтальном», поскольку основывается, во-первых, на количественных показателях употребления слов-маркеров, во-вторых, на качественных, в силу специфики построения концепта — ментальной единицы, имеющей ядерно-периферийную полевую организацию [11, 23], демонстрирующую аксиологическую динамику того или иного концепта, его социокультурную эволюцию. На ментально-когнитивном уровне это проявляется в реструктуризации, трансформации концепта путем актуализации определенных смысловых элементов его структуры, привнесения новых компонентов, изменении соотношения ценностных смыслов.

Для анализа был выбран концепт «духовное» (имя концепта представляет собой субстантивированное прилагательное), вербализованный в публицистических текстах (371 единица) «толстого» журнала «Знамя» за 2016 г., занимающего в типологии печатных СМИ элитарную позицию по уровню качества контента и соответственно представляющего в типологии культур элитарный тип.

Исследование проводилось по известной схеме: 1) реконструкция узуальной (общезыковой, характерной для всех носителей языка) модели концептологического поля «духовное» как отправной ментальной точки для дальнейшего сравнения, затем — дискурсивной модели; 2) сравнение обеих моделей.

Узуальную модель концепта «духовное», основываясь на лексикографических источниках, можно описать следующим образом:

— ядерная зона: «связанное с характеристикой человеческого сознания, особенностями мышления»; «связанное с нравственно-этическими характеристиками»; «связанное с эмоциями, настроением, переживаниями, волевыми установками»; «нечто важное, связанное с высшими ценностями и противопоставленное материальному, телесному»;

— приядерная локация: «связанное со степенью проявления душевных качеств, воли»; «относящееся к вере в существование сверхъестественных сил»; «имеющее отношение к религии и церкви»;

— периферия: «суть явления или феномена, воспринимаемые как нечто целостное и устойчивое»; «связанное с наличием жизни, проявлением активности сознания».

Охарактеризуем структуру этого же концепта в дискурсе журнала «Знамя»:

— семантический центр: 1) «связанное с чувственно-эмоциональной сферой, настроением, переживаниями» (60 контекстов); 2) «то, к чему человек стремится в течение всей жизни, что становится предметом постоянных поисков и что способствует его духовному становлению» (53); 3) «связанное с психическими

способностями человека, его мышлением, с нематериальными основаниями его деятельности» (45); 4) «связанное с чувством внутреннего подъема» (44);

— околоядерная часть: 1) «внутренний смысл чего-л., стержень» (33); 2) «сделанное, созданное наподобие чего-л.» (32); 3) «то, что связано с ментально-познавательным, нравственным, эстетическим миром» (25);

— ближняя периферия: 1) «связанное с наличием жизни» (16); 2) «связанное с религиозными ритуалами» (14); 3) «сделанное или сказанное искренне, открыто» (14); 4) «связанное с внутренней силой кого-л. или чего-л., со способностью противостоять обстоятельствам» (12);

— дальняя периферия: 1) «имеющее отношение к сфере искусства» (7); 2) «самое важное, главное» (7); 3) «имеющее отношение к человеку как носителю нравственного начала, обладающему специфическими чертами характера или особым отношением к действительности» (5); 4) «связанное со спиритуализмом» (4).

Сравнение обеих моделей позволяет говорить о смысловой модификации дискурсивной модели, в результате чего мы приходим к следующим выводам:

1. Несмотря на то, что ядерные зоны совпали в нескольких семантических признаках, все же на первый план в дискурсе выдвигается чувственно-эмоциональное переживание метакценности. Концепируется богатая палитра сильных духовных переживаний (нередко проникнутых драматизмом), степень и интенсивность их проявления, отношение к кому-либо или чему-либо. Таким образом, в качестве одной из когнитивных стратегий концепирования мы можем назвать эмотивность (переживаемость).

2. Появление нового ядерного дискурсивного компонента 2 вносит в структуру концепта модальность желательности, намерения, причем чаще всего инициируют духовные интенции идеальные сущности. Анализ контекстов показывает, что степень интенсивности духовных устремлений может быть высокой или низкой, но они всегда присутствуют в жизни человека. Интенциональность становится неперенным атрибутом состояния «духовной» личности, при этом она, с одной стороны, испытывает «дефицит», недостаток подобных практик, с другой — ощущает невозможность удовлетворения духовных запросов, поэтому в дискурсе элитарной периодики предстает номадом, для которого важен сам процесс поиска, а не результат. Духовная «мобильная» личность может ошибаться, но никогда не остановится в своей динамической устремленности. Атранквильность становится конечной целью-состоянием, в котором пребывает человек, переживающий дефицитарность без обретения духовного смысла как высшей ценности. Духовные устремления замыкаются не на Боге (как в религиозной картине мира) и не на другой личности (как в светской картине мира), а на самом индивиде, и в этом смысле «духовное» субъектно, эгоцентрично, герметично, нерелятивно, поскольку не обусловлено какими бы то ни было внешними отношениями. Религиозный компонент «духовного» редуцировался настолько, что оказался на периферии дискурсивного поля. Современная духовная личность, по версии элитарных журналов, — это рефлексирующий эгоцентрик-интеллектуал, отгороженный от мира в своих поисках. В связи с этим в качестве когнитивных

стратегий дискурсивного модифицирования концепта выделяем интенциональность и дефицитарность «духовного»; номадичность, мобильность; субъектность, эгоцентричность, герметичность; внерелигиозность «духовного».

3. Центральный дискурсивный компонент 4 атрибутирует духовность как воодушевление, катарсическое переживание, чаще всего — в процессе восприятия произведений искусства. Следовательно, «духовное» наделяется катарсичностью.

Большинство выявленных ментально-когнитивных тенденций в концепировании, а значит, и понимании «духовного» как социокультурного феномена-идентитета позволяет говорить о нарциссической аксиодоминанте в репрезентации «духовного». Активно разрабатываемая в гуманитаристике теория нарциссической идентичности опирается на идею возникновения человека нового социокультурного типа — *Homo perfectus* («Человека совершенного») с сильной детерминантой нарциссичности, руководствующегося изречением *Per aspera ad astra* («Через тернии к звездам») [19].

Теория «нормального» нарциссизма возникла еще в начале 20-х гг. прошлого века благодаря исследованиям Л. Андреас-Саломе, которая интерпретировала нарциссизм как «постоянное чувство идентификации с тотальностью» [2, 53]. Позже К. Лэш, обосновывая концепцию «нарциссической культуры», описал новый тип человека, который обладал большей «осознанностью» в обществе, большей свободой от норм и традиций и был сконцентрирован на себе [39]. Ж. Липовецки, называя действительность временем нарциссов, отмечает аутентично-рефлексивную роль нарциссизма, состоящую в умении человека «освободиться от балласта, содержащегося в нашем “Я”, что неизбежно диктуется возросшими требованиями к истинности самого себя» [15, 87].

Сегодня нарциссическая идентичность рассматривается как «конгломерат, совокупность разнородных сосуществующих конфликтующих составляющих в дивергентном инстинктивном поле, имеющих общее плато — нарциссическую составляющую/структуру идентичности» [19], которая в качестве базовых начал активности признает индивидуализм и эгоцентризм (в его расширительно-безоценочном толковании), недостаточность знания о себе самом; в качестве эмоционального состояния — уверенность в себе и одновременно ощущение «покинутости в первоначальном безграничном состоянии» [2, 58]; в качестве результата нарциссической активности — «осознание собственной отдельности, самостоятельной идентичности», переживаемой человеком как выделенный из окружения образ себя, отсоединенный от всего мира, ощущающий собственную нехватку и дефицитарность [19].

Таким образом, выделенные когнитивные черты концепта «духовное» как основания ценностно-смыслового самоопределения личности в дискурсе элитарной периодики обнаруживают множество ценностно-смысловых пересечений с нарциссической идентичностью как «нормой» [19] современной цивилизации.

1. Амиров В. М. Антигерой: некоторые особенности конструирования отрицательных образов в журналистике военных конфликтов // Полит. лингвистика. 2015. № 2 (52). С. 63–66.

2. *Андреас-Саломе Л.* Двойная ориентация нарциссизма // Психоналитические концепции нарциссизма. М., 2009. С. 51–74.
3. *Аитропова В. В.* Аксиосфера современных российских медиатекстов: возможности лингвокультурной концептологии // Медиалингвистика. 2016. Вып. 5. С. 23–25.
4. *Барсукова О. В.* Телевидение как фактор формирования духовно-нравственных ценностей личности : дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2012.
5. *Бельцова И. А.* Успех как ценность в подаче российских СМИ (геронтологический дискурс) // Учен. зап. Каз. ун-та. 2012. Т. 154, кн. 6. С. 161–168.
6. *Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И.* От информационного сопровождения к информационному партнерству // Вопр. теории и практики журналистики. 2015. Т. 4, № 4. С. 349–365.
7. *Емелин В. А.* Кризис постмодернизма и потеря устойчивой идентичности // Национальный психол. журн. 2017. № 2 (26). С. 5–15.
8. *Ерофеева И. В.* «Духовность» как концепт в современном медиатексте // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 1 (71). С. 67–73.
9. *Ерофеева И. В.* Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2010.
10. *Жукова Д. А.* Современная детская журналистика как фактор формирования индивидуального и группового сознания детей: проблемы и перспективы развития // Вестн. Краснодар. ун-та МВД России. 2011. № 4 (14). С. 57–61.
11. *Карасик В. И., Слышкин Г. Г.* Базовые характеристики лингвокультурных концептов // Антология концептов. М., 2007. С. 12–13.
12. *Корженева О. В.* Персонификация государства в современной российской журналистике: ценностно-политический анализ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2013.
13. *Корконосенко С. Г.* Проблема ценностного потенциала отечественной журналистики // Вестн. Нижегород. ун-та. 2012. № 1. С. 318–325.
14. *Лазутина Г. В.* Печатные издания в процессе ценностного ориентирования аудитории: возможности и результаты // Вестн. Моск. гос. ун-та. 2013. № 6. С. 66–77.
15. *Литовецки Ж.* Эра пустоты. СПб., 2001.
16. *Лозовский Б. Н.* Профессиональная культура журналиста: в поисках места этике // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2015. № 2 (138). С. 7–13.
17. *Нигматуллина К. Р.* Политические идеалы на российском телевидении: факторы и механизмы трансформации : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2011.
18. *Олешко В. Ф.* Социальное конструирование этничности: роль и задачи массмедиа (к постановке проблемы) // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 3 (129). С. 22–35.
19. *Павлова О. Н.* Цивилизационный феномен нарциссизма: векторы объективации в парадигме психоанализа // Вопр. философии. 2010. № 6. С. 20–32.
20. *Парахневич Е. В.* Аксиосфера журнала «Путь»: культурные ценности русской эмиграции // Теория и практика общественного развития. 2013. № 7. С. 150–152.
21. *Пашинян И. А.* Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения // Научная периодика: проблемы и решения. 2012. № 3 (9). С. 13–18.
22. *Пименова О. И.* Доминантные смыслы глянцевого журнального дискурса // Вестн. Вят. гос. гуманитар. ун-та. 2012. № 4 (4). С. 113–121.
23. *Попова Э. Д., Стернин И. А.* Когнитивная лингвистика. М., 2010.
24. *Распопова С. С.* Журналист в условиях современной общественной практики: выбор профессионально-этических ориентиров // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2015. № 5 (360). С. 394–400.
25. *Рева Е. К.* Особенности отражения этнокультурных ценностей народов Северного Кавказа в периодической печати: межнациональный аспект : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2015.
26. *Сальникова Н. В.* Ценностный дискурс современных СМИ Русской православной церкви : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2015.

27. *Свитич Л. Г.* Ценностная доминанта русских пословиц и СМИ // Журналистика в 2011 году: ценности современного общества и средства массовой информации : материалы конф. М., 2012. С. 316–317.
28. *Сергеева Т. С.* Арт-журналистика и современная российская культура: ценностно-смысловые доминанты и проблема сохранения человека // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2013. № 22 (313). С. 152–156.
29. *Сидоров В. А.* Аксиология журналистики и ценностный анализ медиасферы: парадигма и методы изучения // Вестн. Львов. ун-та. 2012. Вып. 34. С. 47–65.
30. *Сидоров В. А.* Аксиология журналистики. СПб., 2016.
31. *Сидоров В. А.* Информационная эпоха и аксиология журналистики // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире : материалы конф. М., 2010. С. 37–38.
32. *Сидоров В. А., Ильченко С. С., Низматуллина К. Р.* Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины. СПб., 2009.
33. *Стебловская С. Б.* Ценностно-смысловое поле современных журналов для подростков : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010.
34. *Тепляшина А. Н.* Этический базис профессиональной культуры журналиста // Вестн. Сев. федер. ун-та. 2014. № 6. С. 90–98.
35. *Тучкова В. В.* Отражение семейных ценностей в российских СМИ // Изв. Рос. гос. пед. ун-та. 2012. № 150. С. 158–163.
36. *Фролова Т. И.* Гуманитарная повестка российских СМИ: теоретическая модель, журналистские практики, стратегии развития : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2015.
37. *Чепкина Э. В.* Дискурсивные практики конструирования адресата региональной прессы: национально-гражданская идентичность // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2016. № 4 (156). С. 61–68.
38. *Шариков А. В.* О взаимосвязи телевизионных предпочтений и ценностных ориентаций россиян: опыт эмпирического исследования // Наука телевидения. 2014. Вып. 11. С. 301–323.
39. *Lasch Ch.* The Culture of Narcissism. N. Y., 1979.

Статья поступила в редакцию 17.03.2019 г.

СУЩНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И СТРУКТУРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА*

В статье анализируются различные исследовательские подходы к анализу компонентов, определяющих содержание и структуру понятия «информационная культура». Автором на основании проведенного исследования выявлены основные конструкты, характеризующие отношения между отдельными объектами или событиями в культурном и информационном пространстве. Доказывается, что развитие человека в условиях усложняющихся информационных потоков и технологий требует целенаправленного формирования не только элементарной информационной грамотности, но и системного подхода к оценке эффективности труда профессионалов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: культура; информационная культура; медиакultura; массмедиа; идентичность; Интернет; интерактивность; смысловторчество.

Исследования информационной культуры современного российского общества в условиях глобализации и повсеместной цифровизации контента характеризуются ярко выраженной прикладной ценностью. Это обусловлено развитием актуального научного знания, местом и ролью новых информационных технологий, а также признанием массмедиа и журналистики важнейшим социальным институтом. Все чаще сегодня цифровизация СМИ как эффективный способ управления информационными потоками и антропологические трансформации личности под воздействием данного рода контента и сетевых медиа становятся объектом актуальных многоуровневых междисциплинарных исследований [6].

Отметим сразу, что раскрыть содержание данного термина и того, что за ним стоит, без обращения к методологическим подходам не только филологии, теории массовой коммуникации и журналистики, но и смежных с ними дисциплин невозможно. Поскольку культура в целом и информационная культура в частности — предельно широкие социальные явления, то последняя имеет достаточно сложную структуру. Для ее характеристики можно использовать различные критерии: характер и содержание (материальные и духовные компоненты), сфера деятельности (в нашем случае — это средства массовой коммуникации в целом и конкретно массмедиа), наличие субъекта и объекта (в массово-коммуникационной деятельности и журналистике — это творческие работники/специалисты разных профилей, способствующие организации эффективной информационной деятельности, и аудитория массмедиа) и т. д.

* Исследование выполнено за счет гранта РНФ (проект № 19-18-00264).

Причем в современной науке существуют различные точки зрения на проблему формирования и развития информационной культуры. Так, к примеру, Н. Б. Кириллова в своих работах активно отстаивает необходимость использования термина *медиакультура*. В рамках развития новой науки медиалогии, по мнению ученого, важнейшими «являются проблемы формирования и развития медиакультуры в исторической репрезентации, ее антропология и генезис, язык, знаковая система и социальное функционирование, влияние на модернизационные процессы в обществе и мире» [11, 7]. Объект при этом — это прежде всего «принципы духовной регуляции различных сфер бытия, обусловленные техническим прогрессом...» [Там же]. Соглашаясь с такой трактовкой, все же заметим, что информационная культура в большей степени характеризуется прагматическим аспектом представления эффективных медиатекстов, подготовленных профессионалами.

Характерно, что трактовка понятия медиакультуры как идентичного информационной культуре получило распространение также и в других направлениях научных исследований. Но, на наш взгляд, его использование при этом зачастую опирается на интуитивную ясность или на расширительное понимание «медиа» как всех без исключения средств и способов получения человеком информации. Так, к примеру, О. В. Сергеева в своей диссертации, давая определение медиакультуре [15], вместе с тем делает акцент на анализе социокультурного опыта, связанного с появлением и активным использованием новых средств коммуникации в быту, т. е. локализованных в домашнем, а не в социальном пространстве. Используется данный термин и в работах по медиаобразованию [16, 134–138]. Но все же мы, как и большинство исследователей массмедиа, а также социологов и культурологов, убеждены, что термин «информационная культура» можно использовать при системном анализе не только тенденций развития данной сферы на современном этапе научного знания, но и возникающих при этом противоречий социального и культурного характера. Особенно это касается молодых поколений [5]. В декларативных документах, подготовленных под эгидой Межправительственного совета Программы ЮНЕСКО «Информация для всех», признается, что «...процессы взросления и социализации сегодня по большей степени происходят за пределами традиционной образовательной среды. А создание медиаресурсов уже не является прерогативой ограниченного круга специалистов, теперь в этих процессах может принимать участие каждый» [8, 378].

Сутью *концепции информационной культуры*, на наш взгляд, должно являться признание и утверждение того, что развитие человека, и прежде всего его творческих и созидательных способностей и навыков, в условиях усложняющихся год от года информационных потоков и перманентного развития технологий, требует целенаправленного формирования не только элементарной информационной грамотности населения как способности человека получать, оценивать и использовать информацию, но и системного подхода к оценке эффективности труда профессионалов — создателей транслирующегося по самым различным каналам контента. При этом мы согласны с петербургским исследователем М. Н. Кимом, убежденным, что «с точки зрения прагматических целей коммуникативное

взаимодействие между автором и потребителем контента считается эффективным, если коммуникатор выполняет свои основные социальные функции (как, например, информирование, научение, воспитание и т. д.), а потребитель информации определенным образом реагирует на его выступление» [10, 394]. Парадоксально, но вне внимания исследователей до сих пор зачастую остаются особенности работы и факторы влияния на аудиторию представителей очень многих специализаций/профилезаций, являющихся, наряду с журналистами, субъектами массовой информационной деятельности и акторами социально-политической жизни общества.

Обратимся к дефинициям информационной культуры, полагая, что речь может идти об информационной культуре не только отдельной личности, но и того или иного социума в целом. Отметим также, что в новейших исследованиях основное содержание компонентов информационной культуры раскрывается в рамках трех блоков: знаниевого, ценностного и праксиологического, как бы преломленных перманентным технологическим совершенствованием каналов передачи информации. К примеру, И. В. Юшкина под информационной культурой понимает «общественное явление интегративного характера, которое складывается из системы информационных представлений и деятельности» [19, 7].

Другие авторы рассматривают информационную культуру «как часть общей культуры, состоящую из сплава информационного мировоззрения, информационной грамотности и грамотности в области информационно-коммуникационных технологий» [3]. Характерно, что в ряде исследований [12, 58–67] данное понятие, на наш взгляд, трактуется весьма упрощенно — лишь как приобретение навыков и умений, необходимых при работе с информацией. В условиях глобализации и трансформации современного медиапространства нам не кажется оправданным и сужение актуальной проблематики формирования и развития информационной культуры до сугубо регионального уровня [2]. Мы, как и большинство других ученых, к примеру Т. И. Фролова [18, 29–47], В. А. Евдокимов [7], убеждены, что сегодня информационную культуру необходимо анализировать в расширительном плане, и прежде всего через структуру интеллектуальной деятельности человека.

Вместе с тем никто из исследователей не отрицает, что есть элементы, присутствующие во всех уровнях информационной культуры: деятельность, язык, артефакты, ценности, нормы, правила, традиции и обычаи. Материальные и духовные компоненты информационной культуры тесно связаны между собой и являются причиной друг друга. Ведь материальное здесь (к примеру, такой продукт, как отдельный номер газеты или журнала, видеосюжет на телевидении, информация, размещенная в сетевых изданиях, и т. п.) есть следствие развития идей, креативности личности, т. е. результат продуктивного человеческого мышления и его трансформации в конкретном виде деятельности. Следовательно, предметом анализа может быть и профессиональная культура журналистов, ряда других субъектов информационной деятельности, прежде всего — реализация ими социальных функций массмедиа в условиях наложившихся друг на друга технологического и финансового кризисов, что порождает огромные трудности для всех массмедиа, и в первую очередь для традиционных. Поскольку в этих условиях

информационное пространство регионов покидают чаще всего независимые издания, остаются те, которые кто-то содержит как рекламно-информационные или с целью реализации политических амбиций.

К тому же в современных условиях, по мнению экспертов, «свойства СМИ детерминируются свойствами СМК (средств массовой коммуникации. — Е. О.) и трансформируются при внутрисистемном взаимодействии журналистики, интернет-журналистики, Всемирной сети, коммуникативных практик образования, PR, рекламы, политики и т. п.» [9, 13]. Данный вывод методологически важен, поскольку дает возможность обнаружить и описать, к примеру, формы взаимовлияния традиций оформления печатной продукции СМИ и современного веб-дизайна или выделить и систематизировать профессиональные качества, необходимые для работы в различных типах массмедиа.

При этом сложность понимания и анализа информационной культуры заключается не только в ее многоплановости как социального явления, но и постоянной трансформации форм ее проявления (в том числе и негативного в социальном плане характера) в конкретных видах массмедийной деятельности. А то, что последняя, особенно в отношении молодежи, становится все более влиятельной структурой, формирующей массовое сознание, подтверждают и социологические исследования. Если усвоение культуры, по-иному — освоение знаний и способов передачи социального опыта, в предыдущие не только столетия, но и даже десятилетия осуществлялось в основном через традиционные образовательные институты и те или иные сообщества, то усвоение современной информационной культуры, наряду с этим, предполагает также поступательное овладение новыми технологиями получения различного рода информационных продуктов через массмедиа и виртуальное пространство, а также их создание/видоизменение и трансляцию в собственных интересах.

Методологически важным в связи с этим является вывод социолога П. А. Амбаровской, убедительно доказывающей, что современное общество «с позиций постмодернизма, представляет собой фрагментированное, мозаичное образование, в котором иерархические (т. е. линейные) структуры начинают уступать место сетевым, ризомным структурам» [1, 30]. Стремительное развитие социальных сетей, повсеместное увлечение людей созданием собственных «живых журналов» и микроблогов можно считать уже феноменом XXI в. Важно отметить и тот факт, что сегодня информационная культура становится не только одним из важнейших ресурсов конструирования идентичности личности, но и полем для ее репрезентации. При этом, по мнению педагогов и психологов, «...на первый план выходит проблема поиска путей использования возможностей Интернета и телевидения (а в последнее время и мобильной связи. — Е. О.), формирования культуры отношения к ним. Ведь Интернет на самом деле представляет новое культурное пространство со своим особым языком, особым содержанием, которое невозможно проконтролировать, со своими способами научения, внушения, предпочтения» [17, 29].

Можно констатировать, что подчеркнутая целостность «жизнесуществования» и развития информационной культуры дает возможность определить ее сегодня как

актуализированное социальной практикой пространство, включающее различные значения, культурные коды, способы и новейшие технологии их производства и воспроизводства, передачи и хранения, а также тексты и иные формы материализации информации, как правило, непосредственно связанные с массмедиа. Вместе с тем при обращении к проблематике формирования и развития информационной культуры как отдельной личности, так и представителей различных социумов, по нашему мнению, правомерно выделять *культуру производства массовой информации*, включающую такие компоненты, как профессиональный и образовательный уровень сотрудников, креативность, технологическая и исполнительская дисциплина, системное использование возможностей всего многообразия источников и информационных ресурсов, ориентация на диалоговый характер создаваемых текстов и ряд других, в качестве одного из структурообразующих факторов. Ибо именно субъекты информационной деятельности, занимающиеся этим профессионально, в круглосуточном режиме предоставляют индивиду набор моделей «информационного поведения», различного рода культурных и иных образцов, кодов, стилей и в целом обеспечивают циркуляцию этих *конструктов*, т. е. того, что характеризует отношения между отдельными объектами или событиями, в культурном и информационном пространстве конкретного региона. Как мы выяснили в ходе проведенного исследования [14], новейшая медийная практика информационной эпохи дает возможность определить основные из данных конструктов:

- Определенная стандартизация и гомогенизация (усредненность, унификация) медиапродуктов.
- Появление в рамках наиболее распространенных форматов СМИ единых требований не только к формам подачи, но и к технологиям получения информации.
- Плюрализм и фрагментарность как свойства не массмедиа, а изменившегося бытия.
- Тиражирование тематических и жанровых клише текстов, предназначенных для тех или иных групп реальной или потенциальной аудитории.
- Повсеместная визуализация информации, возрастание роли ее иконических компонентов, обладающих семантическими, синтаксическими и прагматическими характеристиками; хранящих и передающих смысл текстов, а нередко и эмоции авторов.
- Развитие интерактивности не только как модели взаимодействия с аудиторией СМИ и социальной технологии, но и способа решения массмедиа задач коммерческого или политического характера.
- Перманентное развитие веб-сайтинга как ссылочной информационной среды и одного из вариантов расширения текстовых возможностей традиционных СМИ.
- Информационное соперничество за внимание аудитории офлайн-овых и онлайн-овых СМИ.
- Прямое и опосредованное влияние сетевых и блог-овых традиций на язык традиционных СМИ.
- Заимствование и лишь в некоторых случаях трансформация веб-дизайнерами и создателями интернет-версий газет и журналов выразительных

средств, использующихся в оформительских и графических моделях традиционных периодических изданий.

- Расширение ареала использования газетно-журнальных шрифтов до веб-дизайна и сетевых изданий, превращение их в специфический информационный продукт, выраженный в знаковой форме.

- Определенная унификация технологической базы и творческих подходов к использованию шрифтов в различных сферах в процессе интеграции всех типологических групп СМИ в новую цифровую медийную парадигму [13, 91–97].

Сегодня многие социальные институты одной из главных задач считают воспитание самодостаточной, самоактуализирующейся личности. Проблема в том, что проявить свои сущностные силы в новых условиях человеку бывает непросто, поскольку действительность, в которой он живет, сложна и противоречива, а экзистенциальное напряжение между человеком и обществом, о котором все чаще пишут философы [4, 223–229], невозможно снять ни усилиями деятелей масскульта, ни теоретическими рассуждениями о гуманизме и толерантности.

Таким образом, исходя из сущностных характеристик и функциональных особенностей профессиональной культуры журналиста эпохи цифровых технологий как важного элемента информационной культуры, можно сделать вывод: смыслотворчество — вот что должно стать ключом, с помощью которого социальный институт журналистики сможет преодолеть разрыв между должным и сущим. Лишь в этом случае можно будет говорить о восстановлении социальной идентичности отечественного института журналистики в соответствии с исторически сложившимся восприятием россиянами его в качестве субъекта, способствующего организации всестороннего общественного диалога и реализации столь востребуемых сегодня (как свидетельствует рост популярности блогеров и в целом социальных сетей) функций правдоискательства и общественного контроля.

1. *Амбарова П. А.* Управление временем в зеркале темпоральных стратегий поведения социальных общностей. Екатеринбург, 2015. 252 с.

2. *Бурдуковская Л. П.* Информационная культура и коммуникация (на материалах деятельности СМИ Республики Бурятия) : дис. ... канд. культурологии. Улан-Удэ, 2004.

3. *Гендина Н. И., Колкова Н. И., Старозубов Г. А., Уленко Ю. В.* Формирование информационной культуры личности: теоретическое обоснование и моделирование содержания учебной дисциплины. М., 2006. 512 с.

4. *Гобозов И. А.* Социальная философия. М., 2010. 608 с.

5. *Горшков М. К., Шереги Ф. Э.* Молодежь России: социологический портрет. М., 2010. 592 с.

6. Гранты Российского гуманитарного научного фонда-2017. Проекты-победители: «Разработка фундаментальных основ отечественной теории медиа в условиях трансформации общественных практик и цифровизации СМИ» (рук. Е. Л. Варганова, ф-т журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова); «Антропологические трансформации в условиях сетевых медиа: новые режимы власти, знания, идентичности и коммуникации» (рук. В. В. Миронов, ф-т философии МГУ им. М. В. Ломоносова); и др. [Электронный ресурс]. URL : http://www.rfbr.ru/rffi/ru/contest/n_812 (дата обращения: 16.09.2018).

7. *Евдокимов В. А.* Массмедиа в социокультурном пространстве. М., 2014. 224 с.

8. Итоговый документ московской декларации о медиа- и информационной грамотности «Медиа- и информационная грамотность в обществах знания» / сост. Е. И. Кузьмин, А. В. Паршакова. М., 2013. 384 с.
9. *Калмыков А. А.* Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2009.
10. *Ким М. Н.* Интеграция творческих и технологических факторов в создании журналистского произведения : дис. ... д-ра филол. наук. СПбГУ, 2001.
11. *Кириллова Н. Б.* Медиалогия как синтез наук. М., 2012. 368 с.
12. *Коряковцева Н. А.* Информационная культура — культура нового типа // Мир bibliографии. 2009. № 1. С. 58–67.
13. *Олешко Е. В.* Журналистика и культура: модели взаимодействия и реализации // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2011. № 2 (89). С. 91–97.
14. *Олешко В. Ф., Олешко Е. В.* Адаптация журналистов к конвергентным основам информационной деятельности (результаты социологического исследования 2014–2016 гг.) // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2016. Т. 22, № 3 (153). С. 27–36.
15. *Сергеева О. В.* Медиакультура в практиках повседневности : дис. ... д-ра социол. наук. СПб., 2011.
16. *Федоров А. В.* Медиаобразование, медиаграмотность, медиакритика и медиакультура // Высшее образование в России. 2005. № 6. С. 134–138.
17. *Фельдштейн Д. И.* Приоритетные направления психолого-педагогических исследований в условиях значимых изменений ребенка и ситуации его развития // Бюл. ВАК Мин-ва образования и науки Рос. Федерации. 2010. № 4. С. 20–32.
18. *Фролова Т. И.* Практика гражданских коммуникаций в цифровой среде: опыт систематизации // Вестн. МГУ. Сер. 10 : Журналистика. 2014. № 2. С. 29–47.
19. *Юшкина И. В.* Информатизация общества в России: принципы и специфика : автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2001.

Статья поступила в редакцию 22.01.2019 г.

УДК 070.1:327 + 004.032.6:008 + 316.74

П. Н. Оленева
Е. С. Голоусова**КРОССКУЛЬТУРНЫЕ СТРАТЕГИИ В РАБОТЕ ЖУРНАЛИСТА
(на примере творчества российских и зарубежных корреспондентов)**

Исследуются особенности применения кросскультурных стратегий в работе журналиста-международника. В качестве эмпирической базы используются репортажи и интервью, показанные на телеканалах CNN, BBC и Russia Today. В центре внимания — ситуации общения журналистов с представителями других культур. Авторы предполагают, что именно грамотно подобранная кросскультурная стратегия позволяет журналисту эффективно общаться с представителями других культур, создавать яркие телевизионные сюжеты, предоставляя зрителям максимум информации о конкретном событии или личности.

К л ю ч е в ы е с л о в а: кросскультурные стратегии; журналист-международник; журналистская деятельность.

Одной из тем научных исследований все чаще становится тема кросскультурной коммуникации. Мы выступаем в роли свидетелей активного взаимодействия между представителями разных культур, носителей совершенно различных систем ценностей и поведенческих установок. Это связано и с открытостью границ, и с желанием людей познавать мир, изучать другую ментальность, языки [15].

При этом под кросскультурной коммуникацией понимается общение между людьми, общностями, группами людей, принадлежащими к разным культурам [3]. «По сути, межкультурная коммуникация — это всегда межперсональная коммуникация в специальном контексте, когда один участник обнаруживает культурное отличие другого» [2]. Такой вид коммуникации зачастую сопряжен с необходимостью преодолевать кросскультурные барьеры и проявлять кросскультурную компетенцию.

Р. Хенви выделяет 4 уровня кросскультурной грамотности. «На I уровне человек знакомится с поверхностными, бросающимися в глаза странностями. Эти особенности становятся расхожими стереотипами и воспринимаются как нечто экзотическое. На II и III уровнях мы проникаем в сущность глубинных особенностей культуры, контрастирующих с нашей собственной. Но если на II уровне эти особенности раздражают своей нелепостью и непохожестью, то на III они уже представляются по-своему оправданными, в какой-то степени рациональными. Лишь на IV уровне возможно восприятие культуры глазами ее носителя. Этот

ОЛЕНЕВА Полина Николаевна — магистрант Уральского федерального университета (e-mail: polina_oleneva@icloud.com).

ГОЛОУСОВА Елизавета Сергеевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета (e-mail: lizagolousova@gmail.com).

© Оленева П. Н., Голоусова Е. С., 2019

уровень труднодостижим, но способность человека менять психологическую ориентацию делает возможным достижение хотя бы нескольких аспектов IV уровня. Этому поможет особое свойство человеческой личности — способность увидеть себя на месте другого человека» [4, 70].

Применительно к работе журналиста мы считаем возможным введение в научный оборот термина «кросскультурная стратегия», под кросскультурной стратегией мы предлагаем понимать определенный тип поведения, который используют отечественные и зарубежные корреспонденты во время общения с иностранными коллегами. Кросскультурная стратегия включает в себя ряд элементов: навыки эмпатического слушания и невербальной коммуникации, лингвистическую компетенцию, культурную грамотность (т. е. знание специфики других культур). От того, насколько эффективно журналист будет использовать данные элементы, зависит результат его работы.

Работа корреспондентов разных стран связана с общением с носителями других культур. Умение адаптироваться к стилю речи собеседника, его манере изложения позволяет журналисту создать успешный информационный продукт.

В своем исследовании мы обратились к творческой деятельности журналистов-международников Кристианы Аманпур, Фариды Закария, Софико Шеварднадзе. Цель нашей работы — проанализировать особенности применения ими кросскультурных стратегий. Нами были рассмотрены 10 репортажей и 20 интервью, подготовленных упомянутыми корреспондентами. В качестве критерия анализа мы выбрали упомянутые выше компоненты, входящие в состав кросскультурных стратегий.

Все эти компоненты отчетливо просматриваются в серии репортажей и интервью международного корреспондента канала CNN **Кристианы Аманпур** [5, 13]. Хочется отметить, что благодаря наличию эмпатии и высокому уровню кросскультурной компетенции Кристиана Аманпур может разговаривать даже самого неприступного собеседника. Например, ей удается установить контакт с одной из самых сложных групп собеседниц — с женщинами Афганистана, которые мало с кем готовы откровенничать. В центре репортажа идея о том, что судьба большинства женщин Афганистана уже предопределена с самого детства — никакое образование, к сожалению, в общепринятые нормы афганской жизни не вписывается. Автор, обсуждая гендерные роли и положение женщин в стране, говорит о том, что «многие семьи предпочитают выдавать девочек замуж, чтобы не было лишних ртов в семье, либо заставляют их работать с раннего возраста» [4]. Кристиана поочередно берет интервью у местных девушек и женщин, при этом она активно задействует язык жестов (кивки, открытый взгляд), всем своим видом демонстрируя симпатию к девушкам. Так, разговаривая с одной из героинь своего репортажа — девушкой по имени Хакима, Кристиана просит ее рассказать свою историю. По поведению девушки видно, что изначально она была слегка закрыта и неохотно пошла на контакт. Но затем ситуация изменилась. Журналистка, проявив искреннюю заинтересованность в судьбе девушке и чувство такта, смогла ее разговаривать, узнать подробности ее личной жизни, историю ее попадания в тюрьму.

Хотелось бы обратить внимание на то, что Кристиана мастерски работает с голосом, периодически меняя темп и тон своей речи. Если в начале программы она говорит четко, громко, словно «чеканя» каждый слог, то самые откровенные вопросы, касающиеся личной жизни афганских девушек, она задает слегка приглушенным голосом, как бы давая понять своим героиням, что она с ними заодно, что она понимает всю тяжесть из положения и сочувствует им.

Важно отметить, что Кристиана в силу своего воспитания (отец — выходец из Ирана) обладает лингвистической компетенцией — бегло говорит на фарси, что, на наш взгляд, также способствовало эффективному общению с представительницами Афганистана. Слыша родную речь или даже отдельные фразы на своем родном языке, они невольно проникаются доверием к собеседнице.

Таким образом, мы убедились, что в ходе своей работы Кристиана Аманпур продемонстрировала присутствие всех элементов кросскультурной стратегии: и навыки эмпатического слушания (умение сочувствовать своим героиням), и лингвистическую компетенцию, и культурную грамотность, также она активно использовала невербальное общение (кивки, открытый взгляд).

Интересными для анализа представляются хроники передач **«GPS» Фарид Закарии** [6, 7]. Закария — один из самых влиятельных и популярных американских политических комментаторов и эксперт в области международных отношений. Именно он брал интервью у королевы Иордании Рании и задавал острые вопросы о сущности ислама. Закария родом из Индии, поэтому американская культура не является для него родной. Но при этом он сумел интегрироваться в западную среду и даже завоевал авторитет в медийных и политических кругах. Журналист превосходно владеет английским языком, знаком с культурной спецификой страны, в которой проживает, ориентируется в мировых событиях, что и позволяет ему быть успешным ведущим собственной аналитической программы на телеканале CNN.

Заметим также, что практически во всех своих сюжетах Фарид демонстрирует высокий уровень кросскультурной компетенции. Так, он обращается за экспертными комментариями к представителям других стран и успешно ведет с ними диалог во время прямого включения. Когда носители других культур приходят к нему в студию, журналист ведет себя тактично, толерантно, не допуская неуместного юмора, грубых комментариев, но при этом он задает самые разные, порой очень откровенные и острые вопросы. Например, обращаясь к королеве Рании, представительнице мусульманской культуры, Фарид спросил: *«Как Вы реагируете на то, что, по мнению многих людей, мусульманские женщины подвергаются угнетению, их роль сводится к выполнению ряда функций и подчинению?»*¹ [9]. Это довольно смелый ход, который можно даже трактовать как скрытое обвинение в нарушении прав женщин, но Фарид не боится сделать такой шаг. Более того, он как будто слегка провоцирует собеседницу и в ответ получает подробное мнение королевы Рании о мусульманской культуре, о роли религии, о консервативном

¹ Перевод авторов статьи. Далее текст, переведенный авторами, маркируется звездочкой (*).

мышлении и стереотипном сознании некоторых представителей исламского мира с конкретными примерами и ссылками на реальную жизнь.

Еще один интересный материал — это интервью с премьер-министром России Дмитрием Медведевым, которое Фарид взял в 2013 г. [7]. В самом начале интервью Закария задал премьер-министру довольно простой вопрос: *«В свое время Барак Обама, общаясь с Вами один на один, сказал, что во время второго срока он охотнее пойдет на компромиссы, станет придерживаться более гибкого подхода. О какой гибкости шла речь? Что он имел в виду?»** Дмитрий Медведев сначала в шутку ответил, что лучше этот вопрос задать непосредственно Бараку Обаме, и продолжил: *«Если серьезно, то, конечно, предполагается, что второй срок президентства — это последний, и от лидера страны ожидается, что он будет действовать более решительно, но вместе с тем более осмотрительно [Там же]. И здесь необходимо сказать о реакции Закарии, а именно об активном использовании языка тела. У Фариды очень яркая мимика, он внимательно следит за собеседником. В данном случае он не отводил взгляд от Дмитрия Медведева, но и не «напирал», улыбался, хотя, скорее, делал это из вежливости, а не потому что был согласен с позицией собеседника. А позже, затрагивая болезненную для России тему Сирии и ситуацию с режимом Башара Асада, Закария весьма деликатно намекнул, что «мягко говоря, удивлен политикой России». Но он не переходил границ дозволенного. И в этом, на наш взгляд, его основная заслуга. Да, он выражает определенную позицию, он придерживается конкретных политических взглядов. Более того, он даже открыто осуждает внешнеполитический курс отдельной страны (что мы не раз наблюдали), но он не нарушает этических норм, будучи толерантным с кросскультурной точки зрения.*

Таким образом, можно заключить, что репортер Фарид Закария использует такие элементы кросскультурной стратегии, как навыки эмпатического слушания, мимика (в больше степени, чем жесты). Безусловно, нельзя не сказать о высоком уровне культурной грамотности, о безупречном владении английским языком и чувстве такта, позволяющих журналисту в своих программах не переходить на личности, мягко обходить опасные места, но при этом получать ответы на заданные вопросы.

Обращаясь к творческой деятельности **Софико Шеварднадзе**, мы решили остановиться на интервью с самыми разными гостями, включая и политических деятелей мирового масштаба [10–12]. Прежде всего, необходимо подчеркнуть высокий уровень лингвистической компетенции журналистки, а именно безупречное владение английским и французским языками. Журналистка имеет богатый кросскультурный опыт, она училась во Франции, в 2001 г. окончила Бостонский университет, а в 2005 г. — Нью-Йоркский. Поэтому ей не понаслышке знакомы западные реалии, в своих интервью она всегда может найти достойные аргументы.

В эфире Софико ведет себя непринужденно, выдерживает заданный темп, вставляя по ходу интервью реплики и шутки, которые гармонично вписываются в общую канву беседы. Полагаем также, что именно наличие кросскультурного опыта помогает Софико легко адаптироваться и подстроиться под любого из своих

героев, при необходимости она может тактично остановить своего собеседника и задать интересующий вопрос.

Также хотелось бы сказать и еще об одном важном профессиональном качестве Софики — она старается фокусировать большую часть своих интервью исключительно на личности интервьюируемого. Шеварднадзе не пытается рассказать о себе, своем опыте работы, она очень внимательно слушает своих гостей на протяжении всего интервью, что позволяет ей полностью раскрыть характер героя.

Например, в интервью с Ларри Кингом [10] Софики начала беседу с гостем с вопроса о том, что же подтолкнуло вернуться Ларри на телеэкраны, да и еще с двумя ток-шоу «Politics with Larry King» («Политика с Ларри Кингом»*) и «Larry King Now» («Здесь и сейчас с Ларри Кингом»*), выходящими на телеканале RT (Russia Today). Журналистка демонстрирует неподдельный интерес к теме беседы, она активно задействует мимику, жесты. При этом Софики не переигрывает. Она действительно эмоционально включается в беседу и не считает нужным это скрывать. То же самое можно сказать и о характере беседы с Павлом Палажченко [11], одним из лучших переводчиков-синхронистов, работавших еще с М. Горбачевым.

В целом большая часть интервью Софики достаточно динамична. Во многом это объясняется концепцией программы (сложно представить обсуждение острых политических и общественных тем в медленном, вялом темпе), но не последнюю роль играет темперамент самой ведущей. В беседе с французской политической активисткой Мари Ле Пен (которую, кстати, Софики вела на французском) журналистка проявляет искреннюю заинтересованность и в какой-то степени слегка провоцирует собеседницу: *«Я сама выросла в Париже и что-то не припомню, чтобы правые партии были столь популярны раньше. Что же произошло?»** [12]. И госпожа Ле Пен дает подробный ответ, с актуальными и яркими ремарками. Здесь важно отметить и еще один нюанс, который характеризует профессиональный уровень Софики. Ле Пен — представительница французской культуры. А практически все франкоговорящие, даже если владеют иностранным языком, предпочитают изъясняться на своем родном. Софики, прекрасно зная об этой особенности, изначально стала говорить с Мари Ле Пен на ее родном языке, тем самым расположив к себе собеседницу и позволив ей максимально раскрыться в ходе интервью.

Еще один яркий пример профессиональной деятельности Софики — ее интервью с американским кинорежиссером, писателем и сценаристом Оливером Стоуном. Беседа была приурочена к выходу документального фильма Стоуна про Путина — «The Putin Interviews» («Интервью с Путиным»*). Речь здесь шла не о самом Оливере Стоуне, и не столько о его фильме, а скорее конкретно о личности Владимира Путина и о том, каким его увидел Стоун [8]. Примечательно, что Софики начинает общение со Стоуном, упомянув его же ироничное высказывание об опыте работе над фильмом (режиссер назвал фильм о Путине кульминацией своего жизненного пути). *«Вы считаете этот фильм своей лучшей работой?»* — слегка недоумевает Софики, чем провоцирует гостя на открытый и детальный ответ. И она его получает. Причем в какой-то момент даже может

возникнуть ощущение, что гость в студии Софики — это студент на экзамене, который, вероятно, ждет, чтобы его поскорее прервали, но этого не происходит. И потому он вынужден говорить и говорить. Софика обладает потрясающей интуицией, она знает, где можно сделать паузу и прервать героя программы, задав новое направление беседе. Но если гость заговорил, начал раскрываться, то она ни в коем случае не будет его останавливать (пример тому — беседы со Стоуном, Палажченко, Кингом).

Высокий уровень кросскультурной компетенции позволяет Софику оценивать проблемы с разных позиций. Так, например, во время беседы с известной американской журналисткой Меган Келли Софика, помимо вопросов мировой политики и взаимоотношений Путина и Трампа, поднимала тему харассмента (от англ. *harassment* — домогательство, раздражение) [1]. Отметим, что многие отечественные журналисты, начиная рассуждать о подобных проблемах, рискуют попасть (и довольно часто попадают) впросак. Происходит это потому, что тема домогательства, сексуального насилия и сексуального поведения в русской и американской культурах имеет различные толкования. Софика же, выросшая и получившая образование на Западе, прекрасно ориентируется в системе отечественных и зарубежных культурных кодов и может без труда беседовать о скандалах по поводу харассмента в сфере медиа и кинематографа.

В целом, характеризуя кросскультурную стратегию, используемую Софику, мы можем сделать следующие выводы. В своих интервью журналистка активно использует мимику и жесты, часто она занимает доминирующую позицию, т. е. всем своим видом демонстрирует, кто здесь истинный «хозяин положения». Иногда Софика с помощью жестов, поворотов корпуса позволяет себе вторгаться в личное пространство героя. Журналистка демонстрирует высокий уровень культурной грамотности, проявляя уважение к особенностям жизненного восприятия собеседника, его системе ценностей. И, безусловно, лингвистическая компетенция является дополнительным козырем в профессиональном арсенале Софики Шеварднадзе.

Таким образом, в завершение анализа особенностей использования журналистами кросскультурных стратегий мы можем сделать следующие выводы:

- Журналисты-международники, творчество которых мы проанализировали, — прежде всего, мастера слова, причем «иностранныго» (*лингвистическая компетенция*). Как правило, они способны бегло изъясняться как минимум на одном, а то и двух-трех иностранных языках (помимо своего родного). И делают это эмоционально, грамотно, с применением сложных грамматических конструкций и идиоматических выражений.

- В качестве средств *невербального общения* все журналисты, к творчеству которых мы обращались, активно используют мимику и жесты. Причем кто-то больше сосредотачивается на первом, а кто-то на втором компоненте. Например, если Фарид Закария и Кристиана Аманпур в большей степени задействуют мимику, то Софика Шеварднадзе — жесты. Более того, говоря о стиле Кристианы Аманпур, можно отметить роль вокалики (журналистка отлично управляет своим голосом, время от времени меняя громкость и тон речи).

• Все до одного корреспонденты в своих работах демонстрируют *навыки эмпатического слушания*. Каждый из них по-своему дает понять своим героям, что он искренне заинтересован в обсуждаемой проблеме.

• И, наконец, немаловажную роль в общении зарубежных корреспондентов играет *высокий уровень культурной грамотности*.

Здесь мы бы хотели выделить два основных компонента. Первый — умение журналиста поддерживать диалог и понимать шутки, идиомы, владеть культурными кодами, касающимися истории и современного состояния конкретной страны. А второй компонент (и, на наш взгляд, он не менее важен в работе журналиста) — это наличие аналитического мышления, умения сопоставлять различные события, взгляды и делать выводы, обобщать полученную информацию. От того, насколько грамотно репортер ориентируется в мировых событиях, насколько он осведомлен о ключевых датах в истории разных стран, зависит успех его беседы.

Журналисты, творчество которых мы проанализировали, активно используют все элементы кросскультурных стратегий общения. Каждый их авторов, в зависимости от своей цели, больше сосредотачивается на каких-то отдельных элементах стратегии (будь то эмпатическое слушание, невербалика), но именно использование всех элементов кросскультурных стратегий в комплексе способствует решению основных творческих задач — созданию уникального информационного продукта и оказанию влияния на мнение аудитории.

1. Знаменитая американская телеведущая Меган Келли дала эксклюзивное интервью Софице Шеварднадзе [Электронный ресурс] // Новости на Первом канале. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pPkFIMTVjFA> (дата обращения: 31.05.2018).

2. Межкультурная коммуникация: понятие и формы [Электронный ресурс] // Grandars. URL: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/mezhkulturnaya-kommunikaciya.html> (дата обращения: 15.03.2018).

3. Фрик Т. Б. Основы теории межкультурной коммуникации. Томск, 2013.

4. Хенви Р. Достижимая глобальная перспектива. Рязань, 1994.

5. Exclusive Moammar Gadhafi Tells Christiane Amanpour that Libya's People Love Him [Electronic resource] // CNN. URL: https://www.youtube.com/watch?v=__1rqFMmdCY (accessed: 26.05.2018)

6. Fareed: Trump's Iran rhetoric an immediate challenge [Electronic resource] // CNN. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=E89JxS8QD-I> (accessed: 27.05.2018).

7. Fareed Zakaria GPS — Medvedev & Obama's Private Conversation [Electronic resource] // CNN. URL: https://www.youtube.com/watch?v=bo_KO0-TIYM (accessed: 27.05.2018).

8. Putin is ready to negotiate on everything but Russia's national interests — Oliver Stone [Electronic resource] // Russia Today. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Db1Zw0dFOvs> (accessed: 29.05.2018).

9. Queen Raniua interview with CNN. Part 1 of 2. [Electronic resource] // CNN. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TEC8p5VN1-I> (accessed: 01.02.2019).

10. SophieCo: Ларри Кинг [Electronic resource] // Russia Today. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=apyFnPEOW2Y> (accessed: 28.05. 2018).

11. SophiCo: За закрытыми дверями первые лица сбрасывают маски — переводчик Горбачева [Electronic resource] // Russia Today. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SLMDGhtbL18> (accessed: 28.05. 2018).

12. SophiCo: Marine Le Pen: France plagued by bankruptcy and mass immigration [Electronic resource] // Russia Today. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nm9rbDCz3vc> (accessed: 28.05.2018).

13. The Women of Afghanistan [Electronic resource] // CNN. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=v0uoZQM6Jpw> (accessed: 24.05.2018)

14. Vladimir Putin destroys Zakaria on Trump. [Electronic resource] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8XPFUYRQsUI> (accessed: 01.02.2019).

15. *Weaver G.* Intercultural relations: Communication, Identity, and Conflict. Pearson Learning Solutions; 1st ed. UK, 2013.

Статья поступила в редакцию 18.02.2019 г.

УДК 070.11:004.77 + 004.774.6BLOG + 303.425.3

А. С. Юферева
Ю. С. Кухаренко

**КОММУНИКАТИВНАЯ КОНВЕРГЕНЦИЯ:
К ВОПРОСУ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СМИ
В УСЛОВИЯХ ИНТЕРНЕТА
(по итогам социологического исследования)**

В статье рассматривается конвергенция как важнейший этап трансформации института средств массовой информации. Особое внимание уделяется коммуникативной конвергенции, которая отражает особенности взаимоотношений между профессиональными журналистами и другими авторами (внештатные сотрудники, блогеры). В целях более детального изучения коммуникативной конвергенции анализируются результаты социологического исследования, в рамках которого журналисты дают оценку данному процессу.

К л ю ч е в ы е с л о в а: средства массовой информации; конвергенция; коммуникативная конвергенция; блогеры; гражданские журналисты; Интернет; веб 2.0.

Понятие «конвергенция» (от лат. *convergo* — приближаюсь, схожусь) означает процесс глубоких трансформаций всех элементов института СМИ, связанных с появлением внутри редакций новых отделов, изменениями профессиональных компетенций журналистов, применением новых технологий коммуникации в системе общественно-политических отношений. В конвергенции заложен тот стратегический ресурс, использование которого поможет обеспечить адаптацию СМИ к условиям информационно-коммуникационной среды, отличающейся непредсказуемым развитием в связи с влиянием разнообразных факторов (высокая конкуренция на рынке, информационные войны и т. п.).

ЮФЕРЕВА Анастасия Сергеевна — ассистент кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Уральского федерального университета (e-mail: yufereva001@mail.ru).
КУХАРЕНКО Юлия Сергеевна — студент Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: kuharenko0151@gmail.com).

© Юферева А. С., Кухаренко Ю. С., 2019

Конвергенция — комплексный процесс, охватывающий различные уровни организации современных средств массовой информации. Помимо использования изданиями новых технологий коммуникаций (официальный сайт, мобильные приложения, социальные медиа), также отмечаются другие тенденции, в основе которых лежат конвергентные процессы: установление взаимоотношений между разными типами изданий [6, 10, 12, 19–22]; «перестройка» организационной структуры редакции [1, 14]; изменение профессиональных компетенций журналистов [2, 5, 18]. Дополнительно анализу подвергаются аспекты, связанные как с умением готовить материал в разных форматах [9, 11, 17], жанрах [4, 7, 8, 16], так и навыками, которые касаются smm-продвижения контента [3, 13, 15].

Обобщая содержание вышеизложенных исследований, конвергенцию следует определять как совокупность процессов сближения, слияния и взаимопроникновения технологических и социальных элементов в рамках института средств массовой информации.

Виды конвергенции, согласно авторской точке зрения, характеризуются следующим образом:

— технологическая конвергенция означает вовлечение средствами массовой информации новых технологий коммуникаций (официальные сайты, социальные медиа), используемых для создания и распространения информации;

— организационная конвергенция предполагает слияние в рамках одного медиахолдинга нескольких одноформатных и (или) разноформатных средств массовой информации (газеты, журналы, радиостанции, телекомпании и т. п.); «перестройку» редакции в связи с появлением новых отделов (digital-отдел, smm-отдел, технический отдел и т. п.);

— профессиональная конвергенция предполагает овладение профессиональными журналистами новыми знаниями, умениями, навыками;

— коммуникативная конвергенция отличается появлением новых типов взаимодействий между профессиональными журналистами и другими социальными субъектами (актерами).

Конвергенция включает процессуальные, институциональные и другие компоненты, которые в совокупности составляют содержание института средств массовой информации. Считаю целесообразным остановиться на анализе коммуникативного уровня конвергенции, поскольку он позволяет зафиксировать особенности взаимодействий между профессиональными журналистами и другими социальными субъектами (внештатными авторами, блогерами и т. д.).

С целью обеспечения целостного понимания коммуникативной конвергенции авторами в ноябре — декабре 2016 г. было проведено социологическое исследование конвергентных СМИ (г. Екатеринбург) в форме глубинного полуструктурированного интервью.

В интервью приняли участие 20 человек: 5 сотрудников печатных СМИ (2 респондента из газетных изданий, 3 — из журнальных); 3 сотрудника радиостанций, 4 — телекомпаний, 3 — информационных агентств; 2 человека работают на городских порталах, 3 — преподают на факультете журналистики (2 респондента — на кафедре периодической печати Института гуманитарных наук

и искусств Уральского федерального университета, 1 — на факультете телерадио-журналистики Гуманитарного университета).

Интервью проходили анонимно. Авторы исследования фиксировали пол, возраст, образование (направление подготовки), опыт работы в журналистике, должность.

В опросе участвовали 15 мужчин и 5 женщин различных возрастных категорий: в возрасте от 20 до 29 лет — шесть респондентов, в возрасте от 30 до 39 лет — шесть респондентов, в возрасте от 40 до 49 лет — пять респондентов, в возрасте от 50 лет и выше — три респондента.

16 респондентов имели высшее журналистское образование (двое из них — второе высшее образование по специальностям «Экономика» и «Политология»), 2 респондента — высшее экономическое образование и 2 — высшее образование по специальностям «Филология» и «Культурология» соответственно.

У двух респондентов был опыт работы в журналистике от 1 до 4 лет, еще у двух — от 5 до 9 лет, у семи — от 10 до 14 лет, у двух — от 15 до 19 лет, у четырех — от 20 до 24 лет, у двух — от 25 до 29 лет и у одного — больше 30 лет.

Результаты социологического исследования помогли нам раскрыть специфику взаимодействия конвергентных средств массовой информации с другими социальными субъектами (внештатные авторы редакций СМИ, блогеры), которые могут выступать в роли потребителя и производителя контента.

В первую очередь рассмотрим стратегии и тактики взаимодействия конвергентных средств массовой информации г. Екатеринбурга с внештатными авторами, сосредоточив особое внимание на том, насколько в целом востребованы внештатные авторы, учитывая высокие темпы распространения относительно доступной информации.

Основываясь на ответах 17 респондентов СМИ г. Екатеринбурга (вопрос не был задан преподавателям журналистики), было определено, что с внештатными авторами сотрудничает большинство редакций СМИ. В группу внештатных авторов включены: журналисты из других редакций СМИ г. Екатеринбурга; фрилансеры, которые сотрудничают с федеральными, региональными изданиями; специалисты в конкретной области знаний; студенты, которые устраиваются в редакцию на производственную практику.

В отличие от печатных средств массовой информации, информационных агентств и порталов, на радиостанциях и в телекомпаниях существует своя специфика работы с внештатными авторами, так как для данных видов СМИ удаленная работа является невозможной по причине отсутствия соответствующего оборудования, необходимого для подготовки контента для эфира.

Внештатных авторов нет. Даже когда требуется отработать на съемке в каком-нибудь городе за пределами региона, то едет штатная бригада. Причем нанять стрингера (внештатный корреспондент, ведущий телерепортажи. — Авт.) было бы дешевле, но почему-то руководство телеканала не идет на это. Почему — не могу ответить (женщина, 26 лет, опыт работы в журналистике 11 лет, корреспондент информационной программы на телеканале, образование высшее, направление подготовки — журналистика).

Большинство опрошенных специалистов отметило, что самое главное требование, выдвигаемое к внештатным авторам, касается высокого уровня грамотности, умения писать качественные тексты в короткие сроки.

Некоторые респонденты сошлись во мнении, что удаленное расстояние выступает одной из главных причин, которая препятствует эффективной коммуникации между редакцией и внештатными авторами.

Сложность взаимодействия с внештатными авторами состоит в том, что они находятся на удаленном расстоянии. Не всегда можно оперативно с ними связаться, уточнить какие-то моменты в материале (женщина, 25 лет, опыт работы в журналистике 7 лет, начальник отдела в газете, образование высшее, направление подготовки — журналистика).

Один из респондентов предположил, что незнание личных и профессиональных качеств специалиста, которому редакция заказывает материалы, может иметь непредсказуемые последствия.

Что касается работы с внештатными редакторами в принципе, то она имеет непредсказуемый результат. Если есть возможность не работать с «внештатниками», то мы стараемся с ними не работать (мужчина, 40 лет, опыт в журналистике 12 лет, директор портала, главный редактор информационного агентства, образование высшее, направление подготовки — экономика).

В целом стратегия и тактика взаимодействия между средствами массовой информации и внештатными авторами не поменялись: автор по-прежнему обращается в редакцию, готовит материалы для публикации, соблюдая при этом требования, принятые в соответствующем СМИ.

В другой редакции отметили отсутствие потребности во внештатных авторах в связи с высокой профессиональной подготовкой журналистов редакции:

В нашем штате есть журналисты, которые справляются со своей работой. Мы не можем платить дополнительные деньги за информацию, которую мы сами легко можем добыть. У нас установлены контакты с экспертами, которые предоставляют нам при необходимости комментарии. Наше СМИ — трибуна, на которой каждый может высказаться. Главное, иметь со всеми доверительные отношения. Как только что-то меняется, так сразу наши журналисты связываются со специалистами и интересуются их мнением. Такая работа кардинально отличается от деятельности блогеров, которые никогда не станут журналистами (мужчина, 56 лет, опыт работы в журналистике 34 года, шеф-редактор журнала, два высших образования, направление подготовки — журналистика и политология).

Следующий вопрос касался востребованности пользовательского контента в конвергентных средствах массовой информации г. Екатеринбурга. Под пользовательским контентом мы понимаем текст, аудио, фотографии, видео и другие материалы, создаваемые, как правило, на нерегулярной основе аудиторией. Данный контент отличается от того, который готовят внештатные авторы, имеющие более высокий статус за счет обладания определенным уровнем профессиональных компетенций.

Из 17 конвергентных редакций СМИ г. Екатеринбурга (данный вопрос не был задан преподавателям факультетов журналистики) рубрика «Сообщи новость» предусмотрена в девяти: два печатных издания, три радиостанции и четыре телеканала. При этом в восьми редакциях отметили, что рубрика пользуется популярностью среди аудитории: читатели, зрители и слушатели присылают пользовательский контент в виде фотографий, видео. В последующем данный контент используется журналистами при создании материалов в разных жанрах (статья, рецензия, видеосюжет и др.).

Пользователи нам активно присылают, потому что всем интересно посмотреть свой видеофрагмент в новостях телеканала. Мы используем видео, присланное нам пользователями, не каждый день, но минимум три раза в неделю. Чаще всего это происшествия, но иногда нечто хорошее происходит, и люди это снимают и присылают. Мы используем видео, комментарии и сообщения о том, что произошло, и дальше уже начинаем расследовать то, что нам прислали (мужчина, 26 лет, опыт работы в журналистике 8 лет, выпускающий редактор отдела новостей в телекомпании, образование высшее, направление подготовки — журналистика).

Существуют и другие варианты работы профессиональных журналистов с пользовательским контентом:

В газете и на сайте предусмотрена рубрика «Обратная связь», в которой публикуются отзывы на материалы, интересные истории. Иногда мы можем добавить комментарий от редакции или чиновника, который разбирается в теме и может ответить на вопросы читателей (женщина, 25 лет, опыт работы в журналистике 7 лет, начальник отдела в газете, образование высшее, направление подготовки — журналистика).

Только один респондент из девяти — сотрудник телеканала — отметил снижение популярности рубрики «Мобильный репортер» по сравнению с началом 2000-х гг., когда пользователи активно покупали мобильные устройства, позволяющие делать фотографии, видео.

Поскольку рубрика «Мобильный репортер» фактически не работает, то сотрудники нашей редакции вынуждены искать новости пользователей в Интернете самостоятельно. Если они сочтут, что контент является интересным, то они могут его взять и использовать в эфире со ссылкой на автора. Между тем мы до сих пор призываем пользователей присылать свой контент. В каждом выпуске новостей предусмотрена бегущая строка с просьбой прислать видео, за которое можно получить 1000 рублей (мужчина, 38 лет, опыт работы в журналистике 17 лет, ведущий информационных программ на телеканале, образование высшее, направление подготовки — журналистика).

В других средствах массовой информации отметили, что пользовательский контент они не включают в свои материалы по нескольким причинам: «низкое качество», «несоответствие сообщения формату издания».

В качестве основных способов и каналов, которые использует аудитория для доставки сообщений средствам массовой информации, выступают: мобильный

телефон (преимущественно личные звонки), электронная почта, социальные сети, мессенджеры. В некоторых средствах массовой информации — например, на телеканале — используются все перечисленные способы.

Использование пользовательского контента журналистами происходит в конвергентных СМИ г. Екатеринбурга на безвозмездной основе. Было выявлено всего несколько редакций, в которых предусмотрена система оплаты. Как правило, оплата за каждую сообщенную новость — фиксированная. Только в одной редакции — печатном издании — предусмотрена прогрессивная система вознаграждения, учитывающая количество просмотров материала автора на официальном сайте СМИ.

Коммуникативная конвергенция предполагает выстраивание специфических взаимодействий между профессиональными журналистами и внештатными авторами в информационно-коммуникационной среде. Несмотря на появление дополнительных источников информации, внештатные авторы до сих пор являются востребованными в СМИ.

Следует выделить и другие важные аспекты, которые с появлением новых технологий коммуникации, таких как Интернет, остались практически неизменными. Так, в роли внештатных авторов до сих пор выступают журналисты из других редакций, специалисты в конкретной области знаний и т. д. Кроме того, модель взаимодействия средств массовой информации с внештатными авторами осталась практически неизменной: автор по-прежнему может отправлять в редакцию материал для публикации, соблюдая при этом правила и требования, принятые в СМИ. При этом появление новых технологий коммуникации не повлияло на повышение эффективности взаимодействия между редакцией и внештатными авторами, которые работают на удаленной основе. Отсутствие своевременной связи с внештатным автором в конечном итоге может повлиять на снижение качества работы, на сроки сдачи текстов и др. Данное обстоятельство свидетельствует о преопределяющей роли именно социального (личные и профессиональные качества автора), а не технологического фактора.

Следующий аспект коммуникативной конвергенции касается взаимодействий профессиональных журналистов с пользователями Сети, позиции которых в информационно-коммуникационной среде существенно изменились. Если до появления технологий веб 2.0 пользователи рассматривались в качестве пассивных потребителей информации, то в период развития социальных медиа практически каждый человек, который имеет доступ к технологиям коммуникации, может производить, распространять контент и обмениваться им с другими людьми. Зачастую сделанные человеком с помощью мобильного устройства фотографии или видео с места событий становятся важными элементами, которые в последующем используются профессиональными журналистами при написании материала, подготовке программы для эфира и т. п. Именно поэтому во многих средствах массовой информации г. Екатеринбурга предусмотрена соответствующая рубрика «Сообщить новость», которая направлена на аккумуляцию пользовательского контента, отличающегося, как правило, эксклюзивным характером. При этом поддержка взаимодействия между пользователями и профессиональными журналистами

обеспечивается за счет социальных медиа, которые позволяют оперативно наладить диалог, уточнить сведения, найти необходимые факты и многое другое.

1. *Баранова Е. А.* Конвергентная журналистика. М., 2015. 269 с.
2. *Бастрон А. А., Желудева Е. В.* Медиаконвергенция в СМИ: проблемы и перспективы их решения в журналистском // Вестн. РГГУ. 2016. № 4. С. 133–142.
3. *Бейнсенсон В. А.* Продвижение СМИ в социальных сетях: возможности и проблемы // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2016. № 5. С. 239–243.
4. *Бондаренко М. И., Витвинчук В. В.* Лонгрид как новый жанр отечественной журналистики // NOVAINFO.RU. 2016. № 46. С. 287–290.
5. *Бостонова П. З.* Технические и технологические компетенции мультимедийного журналиста // Изв. Кыргыз. гос. техн. ун-та им. И. Раззакова. 2012. Т. 26. С. 43–46.
6. *Вартанова Е. Л.* Медиаэкономика зарубежных стран : учеб. пособие. М., 2003. 335 с.
7. *Виноградский В. С.* Конвергентные жанры в современной периодике // Вопр. теории и практики журналистики. 2016. № 3. С. 370–381.
8. *Власова Е. Г.* Районные газеты и социальные сети: жанровые аспекты взаимодействия (на материале СМИ Пермского края) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3 (25). С. 120–126.
9. *Волкова И. И.* Игровые форматы мультимедийной журналистики // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. 2014. № 1. С. 105–112.
10. *Вырковский А. В.* Конвергенция в российской ежедневной прессе: экономические особенности и перспективы // Вестн. Моск. ун-та. 2012. № 5. С. 36–49
11. *Кальнова Д. И.* Формы представления контента в федеральных и региональных интернет-СМИ // Вестн. Волгоград. гос. ун-та. 2016. № 14. С. 226–227.
12. *Карпенко И. И.* Конвергенция в медиасреде: понятие и типы // Научные ведомости. 2013. № 13 (156). С. 190–194.
13. *Кузьмина М. А., Фролова Н. М.* SMM и журналистика: реалии и перспективы // Основные проблемы гуманитарных наук : сб. науч. тр. по итогам междунар. науч.-практ. конф. Саранск, 2016. С. 50–52.
14. *Макишакова А. С.* Конвергентные редакции СМИ как фактор формирования профессиональных компетенций журналиста // Мультимедийная журналистика Евразии. 2014: интегративные медиапроекты, медийная коммуникация и информационализм в условиях интеллектуализации общества Востока и Запада. Евразия молодая : сб. науч. ст. и материалов VIII Междунар. науч.-практ. конф. Казань, 2015. С. 286–290.
15. *Симакова С. И.* Современная журналистика и социальные сети // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2012. № 9. С. 16–18.
16. *Темникова Л. Б.* О многообразии медиажанров в современной российской и зарубежной журналистике // Политематический сетевой электрон. науч. журн. Кубан. гос. аграр. ун-та. 2016. № 115. С. 999–1008.
17. *Шилина М. Г.* Big data, open data как новые форматы информации: сущность, характеристики, особенности применения в журнализме // Вестн. Твер. гос. ун-та. 2015. № 3. С. 235–244.
18. *Fagerjord A.* After Convergence: YouTube and Remix Culture [Electronic resource]. URL: <http://faculty.georgetown.edu> (accessed: 22.05.2017).
19. *Jenkins H.* Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. N. Y., 2006. 308 p.
20. *Jenkins H.* Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture. N. Y., 2006. 279 p.
21. *Jenkins H.* Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition. Media in transition. Cambridge, 2003. 404 p.
22. *Jin D. Y.* De-Convergence of Global Media Industries. N. Y., 2013. 165 p.

Статья поступила в редакцию 11.12.2019 г.

УДК 81'42:004.77 + 81'282.8 + 004.032.6:008

М. Р. Бабикова**ЖАНРОВЫЕ РАЗНОВИДНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ
В СОВРЕМЕННОМ НАЦИОНАЛИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ***

В статье представлены наиболее востребованные жанровые разновидности интернет-мемов в современном националистическом дискурсе. В ходе исследования были зафиксированы классические жанры интернет-мемов: макросы, эдвайсы, комиксы, аткрытка. Все тексты объединены общим тематическим полем: бинарная оппозиция «свой — чужие». Сфера распространения текста: интернет-коммуникация, социальные сети. Отмечены и общие композиционные особенности построения текстов данной группы: цветовое оформление, повторяющиеся мем-знаки. Практическая значимость полученных результатов особенно важна в рамках лингвистической экспертизы экстремистских материалов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: националистический дискурс; интернет-мем; интернет-коммуникация; креолизованный текст; жанр; макрос; демотиватор; аткрытка; комикс; эдвайс.

Модернизация общественной жизни стала причиной трансформации системы ценностей в современном российском обществе. Эпоха глобализации, проявляющаяся во всех сферах человеческой деятельности: экономике, политике, культуре и других — все больше втягивает в миграционные потоки население планеты, это приводит к усложнению структурных связей конкретных обществ и всего сообщества в целом.

Отмеченная тенденция способна оказывать влияние на межнациональное взаимодействие, которое не всегда осуществляется со знаком плюс. Столкновения противоположных ментальных полюсов в определенной степени стимулируют напряженность в межнациональных отношениях, возникают межэтнические конфликты, а на почве этого начинают появляться различные оппозиционные группы, прибегающие к средствам национального экстремизма, чтобы добиться желаемого для них результата [2].

В связи с принятием в России комплекса законодательных актов, направленных на борьбу с экстремизмом (Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» № 114-ФЗ от 25.07.2002 г. с последующими дополнениями) [7], а также Федерального закона, известного как «закон о блогерах» (№ 97-ФЗ от 5.05.2014 г.) [6], налагающего на владельцев сайтов и учетных

* Работа выполнена в рамках гранта Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 16-29-09512 «Интернет как инструмент формирования психологической готовности молодежи к экстремистскому поведению»).

БАБИКОВА Марина Рашитовна — преподаватель кафедры иностранных языков Уральского федерального университета, аспирант кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного Уральского государственного педагогического университета, г. Екатеринбург (e-mail: marina-anvarova@yandex.ru).

© Бабикова М. Р., 2019

записей ограничения, установленные для СМИ, возникает необходимость в проведении лингвистической экспертизы экстремистских материалов, размещаемых в Интернете. Поэтому считаем настоящее исследование, посвященное жанровой разновидности интернет-мемов в националистическом дискурсе, практико-ориентированным, ибо полученные результаты могут применяться для решения задач борьбы с экстремизмом.

Современный националистический дискурс перенасыщен вербально-визуальными (в иной терминологии — креолизованными, поликодовыми) текстами, которые, с одной стороны, полностью соответствуют требованиям современной молодежи — представляют информацию в «упрощенном» варианте, с другой стороны, являются серьезным пропагандистским орудием. Шаблоны популярных интернет-мемов стали уже специфическим языком националистически настроенных интернет-сообществ.

Интернет-мемы [3], шире — поликодовые тексты, данного типа основаны на явлении прецедентности как на уровне знаков, так и на уровне формы. Они широко известны преобладающему большинству представителей социокультурного сообщества благодаря регулярной воспроизводимости. Адресаты имеют представление о них и их вариантах, часто используют шаблоны для создания своих интернет-шедевров, выражающих информацию, не оставляющую равнодушными пользователей интернет-сообществ.

В рамках настоящего исследования мы представили жанровую классификацию интернет-мемов, наиболее популярных в современном националистическом дискурсе, отметив как общие жанровые признаки, так и черты, свойственные данному типу текстов в анализируемом дискурсе.

О жанровом разнообразии интернет-мемов писали Д. С. Мичурин, Е. Н. Нежура, Т. В. Савицкая, Ю. В. Щурина, Л. В. Ухова, Н. В. Часовский и др.

Так, в диссертационном исследовании Д.С. Мичурина представлены виды именно поликодовых текстов интернет-коммуникации, среди которых аски-арт (буквопись), эмодзи (смайлы), макросы, демотиваторы, веб-комиксы и инфографика [4].

Е. Н. Нежура описывает «новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве Интернета», выделяя такие разновидности, как демотиваторы, мемы (эдвайсы), интернет-комиксы, комикс-стрипы [5].

Проблемы типологии интернет-мемов отражены в исследовании Ю. В. Щуриной. Ее классификация мемов основана на следующих критериях: 1) способ выражения мема (вербальный, невербальный или гибридный); 2) источник возникновения мема; 3) структура мема. Предложенная Щуриной классификация позволяет выделить разновидности интернет-мемов: *текстовые мемы*, например: а) Медвед, Упячка; б) Аффтар жжот, Йа криветко!; в) Это неловкое чувство, когда..., Мне одному кажется, что...; *мемы-изображения*: а) Ктулху, Faceralm и др.; б) «фотожабы»: Свидетель из Фрязино, Гном (или Гнум) и др.; в) Котэ, Собака и др.; *медиа мемы*: Мг. Trololo, ролик с китайцем (Очки надо?) и др.; *гифы*: анимированные картинки; *креолизованные мемы*: комиксы, эдвайсы, демотиваторы и др. [11].

Жанровому своеобразию интернет-мемов посвящено исследование Л. В. Уховой. Она выделяет следующие наиболее популярные разновидности мемов: карикатуры, адвайсы (эдвайсы), стрип-комиксы, аткрытки, макросы и демотиваторы [8]. Исследователь также характеризует жанроопределяющие и жанрообразующие параметры мемов, описывает особенности их функционирования в интернет-пространстве.

Материалом для настоящего исследования послужили примеры интернет-мемов, популярные в современном националистическом дискурсе. Под дискурсом мы понимаем взаимосвязанную совокупность участников, классифицируемых нами в соответствии с бинарной оппозицией «свои — чужие», с их целями и ценностями, отвечающими дискурсивной модели национализма, с характерными для данного вида дискурса коммуникативными стратегиями и тактиками, ключевыми жанрами, прецедентными текстами и дискурсивными формулами, обеспечивающими успешную реализацию коммуникации между участниками дискурса, осуществляемой в пределах характерных пространственно-временных взаимоотношений [1]. Тексты собраны методом сплошной выборки. Всего было проанализировано 238 единиц.

Анализ практического материала позволил выделить следующие разновидности националистических интернет-мемов, по структуре относящихся к креолизованным мемам, т. е. имеющих в составе вербальные и невербальные знаковые системы (см. таблицу).

Жанровая структура интернет-мемов

Интернет-мем	%
Демотиватор	73
Макрос	0,9
Эдвайс	6,3
Интернет-комикс	16
Аткрытка	2,5

Из приведенной таблицы видно, что самым частотным и востребованным жанром интернет-мемов в националистическом дискурсе является демотиватор. Жанр неоднократно был описан многими исследователями, мы же представим четыре новых жанра, фигурирующих в анализируемом дискурсе.

Макрос (или макро) — тексты, содержащие визуальный компонент, главная цель которого — передача эмоций по отношению к предмету. Визуальный компонент может быть представлен удачной или, напротив, курьезной фотографией или же кадром из фильма. Поза, жесты, выражение лица, взгляд отражают определенную эмоцию, состояние. Таким образом, макрос имеет двухчастную структуру, где текстовый компонент транслирует конкретное событие, а изображение — сопутствующий эмоциональный настрой.

Частотным мем-образом в современном националистическом дискурсе является популярный в интернет-коммуникации образ Роберта Дауни, закатившего

глаза и произносящего: «мое лицо, когда...». Данный мем используется с целью демонстрации раздражения или недовольства конкретной ситуацией. В националистических объединениях продолжение фразы связано с актуальной тематикой. Например, с провокативными высказываниями, оскорбляющими память трагедии Холокоста. Тексты этих высказываний, к сожалению, достаточно распространенных в Сети, мы не можем привести по причине их несоответствия требованиям законодательства РФ.

Эдвайсы (от англ. *advice* — совет) — категория мемов-картинок с разными животными или персонажами на цветном фоне. Сверху и снизу размещены остроумные фразы, которые произносит персонаж, находящийся в центре.

Структурной особенностью данного жанра является его трехчастная композиция:

- фон — цветовая подложка (служащая определенным жанровым знаком);
- визуальный знак — прецедентное изображение, визуальный мем, задающий тематику или определяющий дискурс;
- вербальный компонент — представляющий собой двухчастное высказывание (неоспоримое или представляющее собой совет).

К наиболее распространенным визуальным «героям», характерным для данного типа мемов, относят «Филологическую деву, Скучающего Ботана, Улыбчивого кавказца, Котэ и др.» [9]; «филосораптора, голубя-религиоведа, медведя-педофила и др.» [4].

В националистическом дискурсе также встречаются макросы с общеизвестными персонажами, такими как «Филосораптор», «Улыбчивый кавказец», но зачастую заимствуется именно форма эдвайса, а остальные компоненты, например, цветовая наполняемость и образы, продиктованы семантикой дискурса.

К наиболее популярным цветовым комбинациям следует отнести те, которые способны актуализировать в сознании реципиента нацистскую символику: черный, красный, белый, коричневый цвета. Актуальна «переключка» черного и белого цветов как визуальное выражение оппозиции «свой — чужой».

Среди наиболее популярных образов, встраиваемых в канву националистического эдвайса, отмечены: «представитель сообщества Ку-клукс-клан», «Улыбчивый кавказец 2», «Типичный иммигрант», «Baby win», «Мультиплицированный африканец» и др. Приведем пример.

Креолизованный текст представляет собой шаблон эдвайса, выполненный в черно-белой цветовой гамме. Содержательная часть текста отражает националистический дискурс: центральный образ — представитель ультраправой организации США Ку-клукс-клан. Подчеркнем, что идеологическим стержнем организации является идея превосходства белой расы. Мем содержит определения, унижающие человеческое достоинство по расовому признаку, текст зарифмован, что делает его запоминающимся, визуальный элемент выполнен в стилистике Ку-клукс-клана. Мы не приводим текст мема и его визуальный компонент из этических соображений.

Следующий тип интернет-мемов, применяемый молодежными националистическими объединениями, обозначен исследователями как **интернет-комикс**

(в иной терминологии — стрип-комикс [5]). Е. А. Нежура определяет данную разновидность интернет-мема как «...лаконичные креолизованные тексты, включающие обычно 2–4 изображения, иллюстрирующие веселую историю. От обычных комиксов они отличаются минимализмом оформления и наличием шаблонных элементов. Полученный результат может выглядеть неаккуратно, но вызывает у пользователей неизменно положительные эмоции благодаря забавному и незамысловатому сюжету» [5].

Итак, интернет-комикс имеет двухчастную структуру, где вербальный компонент обычно представлен в виде традиционных для жанра комикса реплик, а визуальный компонент — сюжетной зарисовкой, но упрощенной до «визуальной примитивности». В современном националистическом дискурсе в качестве наиболее востребованного визуального образа используются образы фюрера, представителей Ку-клукс-клана, героев российских (советских) мультфильмов и сказок, а также собирательные образы различных национальностей (русских, африканцев, кавказцев, евреев).

Характерной чертой интернет-комиксов националистического дискурса является тематическая обусловленность. Используя интернет-комикс, националисты обычно проигрывают какую-либо ситуацию, направленную на оскорбление, высмеивание, унижение «чужого».

Для выражения эмоций авторы националистических комиксов активно используют популярные в интернет-пространстве так называемые «Rage faces» — «мемо-рожицы», представляющие собой зарисованное лицо, выражающее определенную эмоцию, линию поведения. Среди актуализируемых в националистическом дискурсе «Rage faces» нами были отмечены: «Trollface», «Me gusta», «Forever alone», «Ffuuu», «Cuteness overload», «LOL guy», «Яо Мин», «True story», «Agog» и др. В силу постоянного возникновения новых интернет-мемов нельзя считать этот список исчерпывающим.

Одним из примеров комиксов, встретившихся нам в одной из групп социальной сети «ВКонтакте», был комикс с классическим для современного националистического дискурса сюжетом — «стеб над чужим». В классе новый ученик, цвет кожи которого имеет темный оттенок, в отличие от остальных, у которых кожа светлая. Именно через данное цветовое противопоставление и обозначен конфликт текста. Учитель приглашает «новенького» к доске словами: «Давай посмотрим, что ты умеешь... *Двига́й* (в оригинале используется обценная лексема. — М. Б.) к доске». Использование обценной лексемы по отношению к новому ученику сразу демонстрирует негативное отношение к нему. По сюжету комикса «новенький» у доски решает алгебраические задачи. В ходе решения выясняется, что результаты вычисления образуют комбинацию цифр, обладающую знаковым смыслом в националистическом дискурсе.

Для выражения эмоций и отношения к происходящему в тексте используются следующие типы «Rage-faces»:

— «*Forever Alone*» — в переводе означающий «всегда один», мем одиночества, непонимания окружающими, разочарования жизнью и собственным существованием. Именно таким образом и представлена реакция «ученика-изгоя»;

— реакция учителя: «*LOL guys*» — выражение реакции на что-то очень смешное, громкий смех от «*Laughing out loud*»;

— «*Agog*» — выражающий чрезмерное возбуждение как реакцию на происходящее — эмоции одноклассников.

В анализируемом дискурсе нами были также отмечены случаи метафорического использования «*Rage-faces*»: например, креолизованный текст, представляющий собой комикс, основанный на прецедентном образе, связанном с трагедией Холокоста. Сюжет разворачивается в сауне. Представлен фрагмент, на котором изображены отец с сыном, изнывающие от жара. Мем содержит выраженную антисемитскую направленность. В финальном кадре комикса присутствует метафорический образ, построенный на сочетании рожицы «*Me gusta*» (персонаж с выпученными глазами и хитрой улыбкой) с образом фюрера (пририсованные усы и узнаваемая прическа). Мы не приводим ни вербальные, ни визуальные компоненты текста, соблюдая требования законодательства России.

Отметим, что в националистическом дискурсе для обозначения «чужих» частотны «*Rage faces*» с пририсованными густыми бровями, бородой и усами, узнаваемыми стереотипными образцами «лиц кавказской национальности».

Мем «*Аткрытка*», востребованный в современной интернет-коммуникации, широко используется в националистическом дискурсе. Структура данного текста также носит двухчастный характер:

Вербальный компонент, как правило, представлен ироничным выражением. Визуальный компонент представлен рисунком, стилизованным «под старину» на однотонном фоне пастельных оттенков. В рамках националистического дискурса не было зафиксировано отличий в выборе фонового цвета.

Тематика текстов данного типа «аткрыток» также определена анализируемым дискурсом.

Вопросы жанровой разновидности интернет-мемов являются весьма актуальными в научном дискурсе, что обусловлено в первую очередь постоянной обновляемостью данного вида единиц, своеобразно передающих культурный фон современного общества. Интересна в данном контексте интеграция мемов во многие социальные сферы. Так, распространение националистических идей с помощью ставших прецедентными формами интернет-мемов обусловлено рядом факторов: во-первых, их популярностью и развлекательно-юмористическим характером (оперативное распространение по Всемирной сети благодаря лайкам, репостам и добавлениям в избранное); во-вторых, их формой, идеальной для меткого, метафорического, короткого, но при этом предельного ясного и емкого выражения ценностных ориентиров, политических предпочтений и мировоззрений националистов (что является мощным орудием воздействия на мировосприятие и сознание как отдельных личностей, так и целых групп).

1. *Бабикова М. Р.* Националистический дискурс: социолингвистический подход [Электронный ресурс] // Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия : материалы VII Всерос.

науч.-практ. интернет-конф. URL: <http://www.ling-expert.ru/conference/langlaw7/babikova.html#more-3329> (дата обращения: 25.09.2018).

2. *Ворошилова М. Б.* Реконструкция культурных смыслов визуальных символов в современном националистическом дискурсе // Региональная картина мира в языковой концептуализации: динамика культурных смыслов : сб. ст. / под ред. Л. А. Мардиевой, Т. Ю. Щуклиной. Казань, 2016. С. 22–25.

3. *Докинз Р.* Эгоистичный ген. М., 1993. 318 с.

4. *Мичурин Д. С.* Прецедентный поликодовый текст в вербально-изобразительной коммуникации интернет-сообществ (на материале русскоязычных имидж-форумов) : дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2014. 162 с.

5. *Нежура Е. А.* Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве Интернета [Электронный ресурс]. URL: <http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/012-007.pdf> (дата обращения: 25.09.2018).

6. О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей : Федер. закон № 97-ФЗ от 5.05.2014 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2014/05/07/informtech-dok.html> (дата обращения: 04.05. 2019).

7. О противодействии экстремистской деятельности : Федеральный закон от 25.07.2002 г. № 114-ФЗ (с изм. и доп.) [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/12127578/> (дата обращения: 31.03.2017).

8. *Ухова Л. В.* Жанровое своеобразие коммуникативного пространства социальных сетей // Человек в информационном пространстве : сб. науч. тр. / под общ. ред. Н. В. Аниськиной. Ярославль, 2014. С. 72–80.

9. *Щурина Ю. В.* Интернет-мем как прецедентный феномен // Язык в различных сферах коммуникации : материалы междунар. науч. конф. / под ред. Т. Ю. Игнатовича. Чита, 2014. С. 102–108.

10. *Щурина Ю. В.* Интернет-мемы в структуре комических речевых жанров [Электронный ресурс] // Жанры речи. 2014. № 1–2 (9–10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-v-strukture-komicheskikh-rechevyh-zhanrov-1> (дата обращения: 29.10.2018).

11. *Щурина Ю. В.* Интернет-мемы: проблема типологии // Вестн. Череповец. гос. ун-та. 2014. № 6. С. 85–89.

Статья поступила в редакцию 10.01.2019 г.

ФУНКЦИИ МЕТАФОРЫ ПРИ ОСВЕЩЕНИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ СОБЫТИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ИСПАНСКОЙ ПРЕССЫ)

Метафоры представляют собой эффективный и наиболее популярный среди политиков способ воздействия на публику. Для носителей языка, особенно для тех, кто интересуется политикой и обладает достаточными фоновыми знаниями, их интерпретация не вызывает никаких сложностей. К метафорам прибегают с различными целями: они являются инструментом пропаганды политических идей и воззрений, способом формирования общественного сознания и создания благоприятного политического имиджа, а также индикатором идеологических взглядов и установок, которых придерживается политик или журналист. В настоящей статье рассматриваются особенности функционирования метафоры, ее значение и роль при освещении политических событий в испанской качественной прессе. Анализ материалов позволил определить, что политики и журналисты употребляют метафоры из различных семантических полей, однако наиболее часто встречаются военная, спортивная и театральная метафоры. Их использование обусловлено желанием не только привлечь внимание публики, но и донести информацию в максимально доступной форме. Кроме того, с помощью метафоры возможно повлиять на восприятие происходящих событий и поведение адресата. Изучение ее функционирования поможет раскрыть механизмы манипулирования общественным сознанием и определить закономерности создания публицистических текстов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: метафоры; политика; политический дискурс; язык СМИ; испанский язык; испанская пресса.

Со второй половины XX в. метафора становится объектом пристального изучения специалистов из различных областей (философов, культурологов, этнологов, политологов, лингвистов и литературоведов), что связано с установлением антропоцентрической научной парадигмы, которая предполагает изучение языка в тесной связи с его «создателем» и «пользователем». Если изначально она рассматривалась как элемент языковой системы, то сегодня ее признали когнитивно значимой единицей. Еще несколько десятилетий назад изучение этого феномена относили к периферии лингвистики, а в настоящее время наблюдается так называемый «метафорологический бум», который свидетельствует о переходе метафорологии на «качественно новый уровень, обусловленный актуализацией исследований в области взаимодействия языковых и ментальных феноменов» [1, 6].

Современные лингвисты (А. П. Чудинов [4], Э. В. Будаев [1], М. В. Ларионова [2], Н. Г. Скляревская [3], Ф. Х. Санчес Гарсия [9] и др.) убеждены в том, что метафора представляет собой одно из важнейших средств конструирования

языковой картины мира, дает возможность познать глубины человеческого разума и особенности взаимоотношений между людьми. А ее правильная интерпретация является необходимым условием успешной внутрикультурной и межкультурной коммуникации.

Изучением механизмов и языковых средств манипуляции в прессе занимались многие отечественные и зарубежные исследователи (М. В. Ларионова [2], А. П. Чудинов [4], М. Касадо Веларде [5], А. Грихельмо Гарсия [6], Ф. Родригес Гонсалес [8], С. Смит [10]). Анализ литературы позволяет утверждать, что в политическом дискурсе разных языков встречаются универсальные метафорические модели, употребление которых обусловлено закономерностями мышления и желанием упростить процесс восприятия явлений окружающей действительности. В частности, метафорическая модель «Политика — это театр» стала уже традиционной в средствах массовой информации и приобрела интернациональный характер. Подобную тенденцию можно объяснить тем, что театр является знакомым всем видом развлечения, поэтому заимствованные из этой сферы понятия доступны для понимания основной массе населения, а театральная метафора, употребляемая в основном в негативном контексте, обладает высокой способностью воздействовать на мысли и чувства адресата.

Среди других наиболее часто используемых метафорических моделей в политическом дискурсе можно отметить следующие: политика воспринимается как *поле битвы*, как *строящееся здание*, как *торговля*, как *игра*; проблемы сравниваются с *болезнями* или *метеорологическими явлениями*; правительство ассоциируется с *лодкой* или *поездом*; развитие государства воспринимается как *строительство общего дома*. Изобилие метафор в речи политиков объясняется тем, что, во-первых, они позволяют им ясно и доступно изложить свои взгляды, а во-вторых, с их помощью возможно манипулировать общественным сознанием и направлять настроение «публики» в нужное русло.

Примечательно, что метафоры чаще использует лидер оппозиции, чем представители правящей партии правительства [9, 1004]. В частности, когда премьер-министром Испании был Фелипе Гонсалес (1982–1996), в речи Хосе Луиса Сапато, лидера оппозиции, они встречались почти в два раза чаще. Однако ситуация кардинально изменилась, как только последний занял пост премьер-министра (2004–2011). Лидером оппозиции стал Мариано Рахой, который в своих выступлениях намного чаще, чем его предшественник, прибегал к использованию метафор. Это позволяет заключить, что политики используют данный троп в большинстве случаев с целью завоевания, а не удержания власти.

Метафоры призваны «обслуживать» мир непредметных сущностей (идей, процессов, абстрактных понятий). По Н. В. Арутюновой, они порождают «ассоциации между разными системами понятий» и обеспечивают «концептуализацию какого-либо фрагмента действительности по аналогии с уже сложившейся системой понятий и ценностей» [цит. по: 2, 128]. В политический дискурс метафоры могут попасть практически из любой сферы жизни общества. Анализ статей из качественной испанской прессы позволил выделить наиболее популярные сферы-источники:

1. Военные метафоры:

- *¿Quién defiende hoy el bienestar de los españoles?* (El mundo, 31.05.2018). Кто сегодня **защищает** благополучие испанцев?
- *Mariano Rajoy ha experimentado en la emergencia del 21-D la mayor derrota de su carrera política* (El País, 22.12.2017). На выборах в Каталонии 21 декабря Мариано Рахой потерпел самое большое **поражение** за всю свою политическую карьеру.

2. Метафоры, заимствованные из театральной сферы:

- *El nieto de Isabel II se defiende de las críticas y asegura que ha estado trabajando durante meses entre bastidores para lograr un pacto para poner fin al tráfico de marfil* (El País, 17.03.2016). Внук Елизаветы II отбивается от критики и уверяет, что в течение нескольких месяцев он работал **за кулисами**, чтобы заключить договор о прекращении торговли слоновой костью.
- *Rosario Murillo montó un espectáculo perfectamente organizado, cuidando todos los detalles, lo que demostró que fue planificado con tiempo* (El País, 06.03.2013). Росарио Мурильо **устроила отличный спектакль**, не упуская из виду деталей, что говорит о том, что все было запланировано заранее.
- *No hay que confiar en que los españoles vayan a seguir más tiempo aguantando recortes sin inmutarse y asistiendo impasibles al espectáculo de la corrupción y su impunidad* (El País, 11.06.2016). Не стоит полагать, что испанцы будут и дальше молча терпеть сокращения бюджета и спокойно наблюдать за **спектаклем**, в котором царят коррупция и безнаказанность.
- *El diario The New York Times publicó en octubre una doble página con todos los insultos de Trump en Twitter durante la campaña electoral. Trump, un tuitero compulsivo, faltón y polémico, no dejaba titerer con cabeza* (El mundo, 29.12.2016). Ежедневник «The New York Times» в октябре напечатал две страницы с оскорблениями, опубликованными Трампом в Твиттере во время предвыборной кампании. Резкий и беспощадный в своих комментариях пользователь соцсети **разнес всех в пух и прах**.

3. Спортивные метафоры:

- *El líder republicano del Congreso [Paul Ryan] abandona la carrera electoral* (El País, 12.04.2018). Член республиканской партии, председатель Палаты представителей [Пол Райан] отказывается от участия в предстоящей **предвыборной гонке**.
- *La llegada de inmigrantes bate su récord en España* (El País, 04.10.2018). Число иммигрантов в Испании **бьет рекорды**.

4. Метафоры, заимствованные из музыкальной сферы:

- *La OPEP reorienta su estrategia bajo la batuta saudí* (El País, 04.06.2015). ОПЕК переосмысливает свою стратегию **под руководством** Саудовской Аравии.
- *<...> Carmen Riobobos dijo ayer que el secretario general del PSOE en Castilla-La Mancha... "parece un disco rayado"* (ABC, 23.12.2013). *<...> Кармен Риолобос сказала вчера, что у генерального секретаря партии PSOE... «заело пластинку».*

5. Метафоры, основанные на библейских или мифологических сюжетах:

- *Sociedad no son solo los que brillan en las pantallas de televisión. <...> Lo son los millones de mujeres y varones, de madres y padres de familia que en el silencio, con honradez, sin*

dejarse vender por un plato de lentejas, van construyendo... un presente y un futuro mejor para sus hijos (El País, 15.04.2014). Общество составляют не только те, кто появляется на экранах телевизоров. Его составляют миллионы женщин и мужчин, матерей и отцов, которые тихо и с достоинством, **не предавая своих интересов**, строят настоящее и будущее для своих детей.

• *Paulino Rivero... contestó tajante: “Los canarios no nos vendemos por un plato de lentejas”* (El País, 14.11.2013). Паулино Риверо твердо ответил: «Жители Канарских островов не **продадутся за чечевичную похлебку**».

6. Метафоры, связанные с религиозными верованиями и практиками:

• *Rajoy tiene más paciencia que el Santo Job* (El mundo, 25.01.2015). Рахой обладает **ангельским терпением**.

• *Los cambios en profundidad no se consiguen en un santiamén* (El País, 27.08.2016). Серьезные изменения не происходят **в мновение ока**.

7. Метафоры, содержащие название частей тела:

• *Los Gobiernos pasan, pero la sociedad permanece y la sociedad somos todos, incluidos los políticos, aunque a veces ellos se olviden y crean vivir en otra galaxia, latiendo con un corazón privilegiado distinto al de la gente* (El País, 15.04.2014). Правительства сменяются, но общество остается. И все мы являемся его частью, включая политиков, которые, однако, иногда забывают об этом и думают, что живут в другой галактике и **имеют особое сердце**, отличное от народа.

• *Porque hace tiempo que Cataluña ha dado la espalda a la fiesta de los toros* (El País, 21.10.2016). Потому что Каталония уже **отказалась** от проведения корриды.

8. Метафоры, относящиеся к области медицины и здоровья:

• *Somos muchos y diferentes y somos uno porque nos mantiene vivos un mismo corazón. Si falla el corazón de la sociedad infartamos todos* (El País, 15.04.2014). Нас много, и мы разные. Но при этом мы — единое целое, потому что у нас одно **сердце**. Если оно подведет, то **инфаркт** получит каждый из нас.

• *La salud financiera de California es la mejor en una década* (El País, 21.11.2013). **Экономическое благосостояние** Калифорнии заметно улучшилось за последнее десятилетие.

9. Морские метафоры:

• *Derecha e izquierda son actitudes frente al mundo, dos formas de navegar. Si los atributos de un barco se aplicaran a la ideología, la derecha podría ser asimilada al amarre y la izquierda a la vela o al motor* (El País, 03.03.2008). Правые и левые — это две формы восприятия мира. Если употреблять морские термины, то правые олицетворяют собой **швартовку корабля**, а левые — **парус** или **мотор судна**.

10. Культурно-специфичные метафоры (например, к ним можно отнести метафоры из тавромахии):

• *...las decisiones hay que tomarlas no a toro pasado, sino cuando está el toro sobre el terreno, y es ahí cuando hay que torear* (El País, 25.02.2007). ...решения следует принимать

не тогда, когда бой уже закончился, а тогда, когда бык еще на арене; именно в этот момент и нужно наносить удар.

В испанском политическом дискурсе метафоры выполняют целый ряд языковых, прагматических и дискурсивных функций. В частности, они предстают в качестве **средства передачи прагматических установок**. Иными словами, метафоры способны повлиять на восприятие действительности, искажая реальное состояние дел и создавая образы, обладающие особой устойчивостью. Адресант сообщения использует их, чтобы объяснить обывателю значение сложных для восприятия концептов и феноменов политической жизни с помощью семантически более понятных выражений. Например, журналисты и политические деятели часто прибегают к так называемым бытовым метафорам, которые позволяют донести свою мысль широкой читательской аудитории через аналогии с предметами из повседневной жизни:

• La gran mayoría de los países del mundo, que no pertenecen a este club privilegiado, tienen planteado un formidable desafío a resolver a no muy largo plazo: ...disponer de energías alternativas que los hagan menos vulnerables y dependientes de los que tienen la sartén por el mango (ABC, 15.07.2008). Большинство стран, которые не являются членами привилегированного клуба, вынуждены решать проблему в кратчайшие сроки: ...им предстоит искать альтернативные источники энергии, чтобы стать менее уязвимыми и зависимыми от сильных мира сего.

В газетно-политическом дискурсе метафора «служит удобным **средством создания эвфемизмов**», которые используются в языке прессы с различными целями. С одной стороны, они помогают избежать определенных выражений, вызывающих негативные ассоциации, не создавать у собеседника ощущение дискомфорта [2, 124]: *deficientes visuales* (букв. «люди с недостатками по зрению» вместо «незрячие» или «слабовидящие»), *siesta política* (букв. «политическая сиеста» вместо «политическое бездействие»), *establecimiento penitenciario* (букв. «исправительное учреждение» вместо «тюрьма»). А с другой стороны, эвфемизмы, в основе которых лежит метафора, обладают серьезным манипулятивным потенциалом, так как скрывают прямую сущность явления за счет создания нейтральной или положительной коннотации. Они представляют собой яркий пример «языкового лицемерия», поэтому их можно назвать незаменимым «орудием труда» для политиков и журналистов. Эвфемизмы позволяют им скрывать свои истинные намерения, искажать факты, избегать прямолинейности, способной негативно сказаться на их репутации, приукрасить неблагоприятную реальность и отвлечь внимание от уродливых социальных явлений или непопулярных мер:

• En casi 14 años de chavismo, los económicamente débiles han aumentado su poder adquisitivo y su consumo de bienes... (El País, 07.10.2012). В течение почти 14-летнего правления Чавеса возросла покупательная способность, а также увеличилось потребление товаров среди нуждающихся слоев населения.

• [Juan Rosell] ha señalado que cree que el objetivo final de la reforma es facilitar la flexibilización y reestructuración de plantillas (El País, 27.02.2012). [Хуан Росель]

*считает, что конечная цель реформы — обеспечить **реструктуризацию штата сотрудников**.*

Желание политиков замаскировать суть явления особенно ясно проявляется при анализе эвфемистических формул из области экономики, финансов, бизнеса и делового администрирования [2, 156]. Например, существительное «растрата» превращается в словосочетания *malversación de fondos* или *mala gestión* (букв. «неправильное вложение средств», «неправильное управление финансами», «нецелевое использование средств»):

• *Detenido un funcionario de Ibi acusado de **malversación de fondos municipales*** (El País, 24.04.2012). *В Иби (Аликанте) был задержан чиновник за «**нецелевое использование**» **муниципального бюджета**.*

• *El Gobierno prepara una ley para exigir responsabilidades penales a **los malos gestores públicos*** (El País, 09.02.2012). *Правительство готовит закон, чтобы привлечь к уголовной ответственности **тех, кто растрачивает бюджетные средства**.*

Метафора часто служит **средством языковой компрессии**, позволяя «достичь максимальной выразительности при минимальных затратах языковых средств» [2, 126]. Она помогает четко и ясно определить феномены политической жизни и дать оценку политическим игрокам, создавая запоминающиеся образы. В частности, чтобы описать слабого и безвольного политика, следующего указаниям сильных мира сего, прибегают к образу марионетки:

• *Giuseppe Conte, cuaje o no cuaje, parece encarnar la época de los **títeres*** (El País, 23.05.2018). *Джузеппе Конте, нравится вам это или нет, является олицетворением **эпохи марионеток**.*

• [Rodrigo] *Duterte reitera su distanciamiento de EEUU: “No soy la marioneta de ningún país”* (El mundo, 25.11.2016). [Родриго] *Дутерте напоминает о независимости своей страны от США: «Ни одна страна не может считать меня своей **марионеткой**».*

Метафора может выступать **как способ формирования субъективных ассоциаций**. Если адресант собирается передать негативную оценку, он старается с помощью средств языка принизить или высмеять оппонента, вызвать настороженное отношение к определенным политическим реалиям, внушить опасение или беспокойство адресату. Если же оценка позитивная, тогда метафора функционирует как средство поддержки идей автора или той политической группы, интересы которой он выражает. Часто в газетно-политическом дискурсе одни и те же лексические единицы могут служить для создания как положительных, так и отрицательных коннотаций. В частности, лексема *personaje* (букв. «персонаж») может обозначать, с одной стороны, экстравагантного или странного человека, который выделяется своим поведением или образом мысли, а с другой стороны, речь может идти о выдающейся личности. В отношении бывшего председателя правительства Испании подобная метафора, очевидно, употребляется с отрицательной коннотацией:

• *Hoy en España gobierna un **personaje**, Mariano Rajoy, cuya fortaleza resulta tan evidente como difícil de clasificar y explicar* (El País, 19.10.2016). *Сегодня в Испании правит*

персонаж по имени Мариано Рахой, однако объяснить, в чем заключается его сила, достаточно сложно.

• *El presidente ha creado un **personaje** con todos los ingredientes para sobrevivir en cualquier ficción...* (El País, 05.05.2016). *Председатель правительства создал **персонажа**, который бы выжил в мире фантастики...*

Евросоюз, например, описывается в прессе как *coloso europeo* (букв. «европейский колосс») или *gigante económico* (букв. «экономический гигант»). Указанные метафорические модели, отсылающие нас к греческой мифологии, придают ощущение уверенности и стабильности. Однако в отношении США подобные ассоциации внушают страх перед могущественным государством, которое заботится лишь о своих геополитических интересах. Президент предстает в роли вождя, обладающего неограниченной властью (*el todopoderoso presidente de Estados Unidos* — букв. «всемогущий президент США»).

Таким образом, способствуя реализации основных прагматических и коммуникативных установок, метафора является «удобным когнитивно-языковым механизмом, отражающим существующую в сознании языкового коллектива модель действительности и транслирующим определенный взгляд на мир» [2, 133]. Как отмечал Б. Мартинес Эрнандо [7, 173], она представляет собой «самый захватывающий аспект жизни языка, его изменений, его интерференций, его постоянного и бурного развития», поэтому неудивительно, что она так широко представлена в прессе и в речи политиков. Метафора апеллирует к воображению и интуиции, побуждает к размышлениям, позволяет преподнести информацию в нужном свете, дать оценку происходящим событиям и убедить адресата в своей правоте.

В испанском политическом дискурсе встречаются разнообразные метафорические модели, которые лежат в основе ряда фразеологизмов, эвфемизмов, неологизмов, эллиптических и образных номинаций. Среди них наиболее часто встречаются военные, театральные и спортивные метафоры. Это не случайно, ведь политика — это гонка, каждый участник которой стремится обогнать противника; это спектакль, в котором актеры пытаются произвести благоприятное впечатление и повлиять на публику; это борьба, поражение в которой может играть решающее значение.

1. Будаев Э. В. Когнитивная теория метафоры: новые горизонты // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 1(110). С. 6–13.

2. Ларионова М. В. Испанский газетно-публицистический дискурс: искусство информации или мастерство манипуляции? М., 2015.

3. Скляревская Г. Н. Метафора в системе языка. СПб., 1993.

4. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в политической коммуникации. Екатеринбург, 2003.

5. Casado Velarde M. Lenguaje, valores y manipulación. Pamplona, 2010.

6. Grijelmo García A. La información del silencio: Cómo se miente contando hechos verdaderos. Madrid, 2012.

7. Martínez Hernando B. Lenguaje de la prensa. Madrid, 1990.

8. *Rodríguez González F.* Prensa y lenguaje político. Madrid, 1991.
9. *Sánchez García F. J.* Usos metafóricos del lenguaje político español la metáfora estructural en los debates sobre el estado de la nación // A survey of corpus-based research. 2009. P. 989–1007.
10. *Smith C.* El español en el periodismo de hoy // Donaire. 1995. № 4. P. 76–84.

Статья поступила в редакцию 23.01.2019 г.

УДК 070.1:654.197 + 81'42:004.032.6

О. А. Дмитриев

**ПОНЯТИЯ «КОНЦЕПТОСФЕРА», «КОНЦЕПТ»
И «КАРТИНА МИРА» В АЛЬТЕРНАТИВНЫХ МЕДИА
(на примере освещения ближневосточных конфликтов
на телеканале «Аль-Джазира»)**

В последнее время различные информационные ресурсы стараются внедрить технологии подачи контента, которые оказывают влияние на изменение в концептах и в формировании картины мира у определенной целевой аудитории. Поэтому крайне важно уточнить представления о концептосферах и о картине мира в лингвистических, психологических и культурологических исследованиях. Данный теоретический опыт оказывается весьма полезным при анализе освещения острых общественно-политических проблем в альтернативных медиа. В статье на примере телеканала «Аль-Джазира» уточняются термины когнитивной лингвистики, которые могут быть применены к анализу современного журналистского контента.

К л ю ч е в ы е с л о в а: альтернативные медиа; концептосфера; картина мира; боевики; терроризм; телеканал «Аль-Джазира» (Al Jazeera International).

В настоящее время нами проводится многокомпонентное исследование интерпретации происходящих в мире событий с помощью альтернативных медиа, которые, в отличие от признанных в мире мейнстримовских источников информации, представляют события под иным углом.

В описании мейнстримовских медиа мы придерживаемся определения Н. Хомского, который обозначает как мейнстримовские различные средства массовой информации, оказывающие влияние на большое количество людей и отражающие преобладающую в обществе точку зрения по тому или иному вопросу [10, 30]. Среди наиболее влиятельных мейнстримовских медиа мы выделяем издания, телеканалы и порталы, которые завоевали популярность во всем мире. Среди них: The New York Times, The Washington Post, BBC, CNN, The Times и т. п.

Альтернативные медиа, по мнению Криса Эттона, — это СМИ, освещающие социальные, экономические и политические процессы с точки зрения обычного

потребителя, которая не находит отражения в мейнстримовской информации [9, 55]. Если рассматривать освещение международных новостей, то к альтернативным медиа можно причислить СМИ, осуществляющие международное всемирное вещание на английском языке не из англоговорящих стран, редакционная политика которых отличается от мейнстримовских всемирных каналов. Среди них: RT (Россия), TRT International (Турция), NHK (Япония), Press TV (Иран). Кроме этого к альтернативным медиа причисляются онлайн-платформы в США и Великобритании, позиция которых также идет вразрез с мейнстримом. По этой же причине мы считаем альтернативным в международном плане телеканал «Аль-Джазира» (Al Jazeera International): при освещении мировых событий он учитывает точку зрения арабского мира и транслирует ее на английском языке для аудитории международных мейнстримовских новостей.

По нашему мнению, для исследования данных средств массовой информации, особенно альтернативных медиа, необходимо осмысление работ не только по теории медиа, но и по лингвистике и культурологии, причем как зарубежных, так и отечественных ученых. Чтобы более точно определить процессы, происходящие в международных круглосуточных альтернативных медиа, необходимо сконцентрировать свое внимание на терминологии, принятой в такого рода исследованиях. Это, прежде всего, термины «концептосфера», «концепт» и «картина мира». Именно с помощью этих понятий мы попытаемся описать механизм воздействия СМИ на современную целевую аудиторию.

Понятия «концептосфера» и «картина мира» в трудах отечественных лингвистов, психологов и культурологов

Термин «концептосфера» был введен в науку академиком Д. С. Лихачевым для обозначения совокупности концептов нации. Концептосфера народа шире семантической сферы, представленной языковыми значениями слов. Чем богаче культура нации, ее фольклор, литература, наука, изобразительное искусство, исторический опыт, религия, тем богаче концептосфера народа [5, 5]. Д. С. Лихачев также использовал понятие «концепт» для обозначения обобщенной мыслительной единицы. Она отражает и интерпретирует явления действительности в зависимости от образования, личного опыта, профессионального и социального опыта носителя языка и, являясь своего рода обобщением различных значений слова в индивидуальных сознаниях носителей языка, позволяет общающимся преодолевать существующие между ними индивидуальные различия в понимании слов [5, 7].

Концепт — это набор характеристик, объединенных в сознании человека для оценки определенных реалий, которые окружают его в повседневной жизни. Языковая концептуализация как совокупность приемов семантического представления плана содержания лексических единиц различна в разных культурах [1, 238]. Однако одной лишь специфики способа семантического представления для выделения концепта как лингвокультурологической категории, по мнению некоторых исследователей, недостаточно. Языковые и культурные особенности

здесь в значительной мере случайны: они не отражают национально-культурного, этнического своеобразия семантики, и поэтому не все различия во внутренней форме отдельных лексических единиц составляют совокупность концептов [2, 37–42].

З. Д. Попова и И. А. Стернин отмечают, что граница, разделяющая ментальность и менталитет, концепты в широком понимании и концепты в узком понимании, выглядит не вполне четкой. Поэтому, по их мнению, формальных средств для описания современного менталитета той или иной лингвокультурной общности в настоящий момент не существует [6, 23]. Единственным критерием здесь могут служить познавательные (когнитивные) стереотипы, отраженные в лексической семантике языка [2, 42].

В. В. Красных при исследовании концептосферы использует термин «когнитивное пространство». Он разграничивает индивидуальное когнитивное пространство — структурированную совокупность знаний и представлений, которыми обладает любая языковая личность, каждый говорящий, и коллективное когнитивное пространство — определенным образом структурированную совокупность знаний и представлений, которыми обладают все личности, входящие в тот или иной социум [4, 61]. В данной концепции остается неясным различие между этими двумя видами когнитивных пространств: если индивидуальное когнитивное пространство — это пространство, которым обладает каждый говорящий, а коллективное — пространство, которым обладают все, то это одно и то же: то, чем обладает каждый, и есть то, чем обладают все. Вместе с тем необходимость разграничения индивидуальной и национальной концептосфер не вызывает сомнений.

Кроме идеи когнитивного пространства В. В. Красных предлагает понятие «когнитивная база», обозначающее определенным образом структурированную совокупность обязательных знаний и минимизированных представлений того или иного национально-лингвокультурного сообщества, которыми обладают все носители того или иного национально-культурного менталитета [Там же, 11]. Принадлежность к определенной культуре определяется наличием базового стереотипного ядра знаний, повторяющегося в процессах социализации индивидумов в данном обществе, и достаточно стереотипного (на уровне этнической культуры, а не личности) выбора элементов периферии.

З. Д. Попова и И. А. Стернин допускают возможность существования групповых концептосфер (профессиональная, возрастная, гендерная и т. д.) [6, 98]. Широко практикуется в когнитивной лингвистике и сопоставление различных национальных концептосфер между собой. Это позволяет выявить национальную специфику концептуализации сходных явлений в сознании разных народов.

По нашему мнению, концептосфера человека является информационной базой когнитивной картины мира, обеспечивает ее упорядоченность, структурированность и системность. Но вместе с тем это не исчерпывает когнитивную картину мира, которая предполагает, кроме системы ментальных «единиц-опор», еще и динамические механизмы познания, когнитивные стереотипы восприятия и др. И поэтому роль концептосферы в когнитивной картине личности и общества трудно переоценить.

В нашем понимании кросскультурный анализ картины мира является инструментом выявления культурных предпочтений этноса и специфических черт ментальности путем сопоставления традиционных культур, осуществляемого на уровне вербализованных концептов и концептосфер.

Идея картины мира тесно связана с ментальностью. Под этим термином К. Ясперс понимает синтетическое панорамное представление о конкретной действительности и о месте каждого конкретного человека в ней, «совокупность предметного содержания, которым обладает человек» [8, 172]. Картина мира — это исходный, глобальный образ мира, лежащий в основе мировидения этноса, репрезентирующий сущностные свойства мира в понимании носителей данного языка и являющийся результатом всей духовной активности народа. Картина мира — это не зеркальное отражение действительности, а ее интерпретация, отсюда вариативность форм ее существования [3, 15].

Ментальность и картину мира разграничивают по степени осознанности: картина мира — осознанное представление. При этом о своеобразии менталитета судят по специфике картины мира. Через картину мира ментальность связана с культурой. Картина мира носителей данного языка отражается структурой смыслов и определяется культурой и ментальностью эпохи, местом человека в социальном пространстве, его самоидентификацией в качестве «я» и в качестве «мы» [7, 8].

Каждый естественный язык отражает определенный способ восприятия и организации («концептуализации») мира. Выражаемые в нем значения складываются в некую единую систему взглядов, своего рода коллективную философию, которая навязывается всем носителям языка. Способы концептуализации действительности (взгляд на мир) отчасти универсальны, отчасти национально специфичны. Утверждается, что языковые картины мира являются производными национальных менталитетов.

Под языковой картиной мира понимается выработанное многовековым опытом народа и осуществляемое средствами языковых номинаций изображение всего существующего мира. Тем самым языковая картина мира формируется в зависимости от устоев общества. Восприятие людей осуществляется сквозь призму сложившихся стереотипов, которые являются неотъемлемым элементом любой культуры: они влияют на психологию и поведение людей, а также на их сознание и межнациональные отношения [3, 221].

Кроме этого чрезвычайно важно учитывать роль концептов в механизме познания мира, об этом мы подробно говорили при анализе теорий, затрагивающих процессы коммуникации и принципы порождения медиатекстов. Именно поэтому нам представляется чрезвычайно важным обозначить критерии исследования концептов, которые являются частью различных концептосфер и вовлечены в описание картины мира. Это оказывается особенно важным при описании деятельности круглосуточных альтернативных каналов, которые набрали популярность за последние 20 лет. Одним из таких международных альтернативных медиа является телеканал «Аль-Джазира», который актуализирует в своем вещании концептосферу «арабский мир».

Формирование картины мира при освещении ближневосточных событий порталом «Аль-Джазира»

В качестве одного из примеров репрезентации концептов и функционирования понятия «концептосфера» в современной медиасреде мы считаем освещение телеканалом «Аль-Джазира» деятельности запрещенной в России террористической организации «Исламское государство» (ИГ). В отличие от мейнстримовских медиа, телеканал базируется в Катаре — государстве, основной религией которого является ислам. Это обстоятельство накладывает отпечаток на формирование политики телеканала по осуществлению воздействия на целевую аудиторию. Редакция телеканала находится в Дохе, одной из наиболее богатых столиц арабского мира, поэтому политика телеканала «Аль-Джазира» в отношении событий региона иногда отличается от концептосферы «арабский мир» — совокупности представлений об этой части света, адресованных международной аудитории, которую в большинстве своем составляют потребители мейнстримовских новостей.

Мы проанализировали более 50 мультимедийных материалов портала «Аль-Джазира», опубликованных за период с 2014 по 2016 г. на английском языке. Такая выборка способствует наиболее полному и глубокому пониманию тенденций в описании вооруженных конфликтов, происходящих на Ближнем Востоке. Сам анализ нам представляется крайне актуальным, так как в адрес «Аль-Джазира» нередко звучат обвинения в поддержке терроризма.

Здесь необходимо оговориться, что концепт «ислам» используется для представления террористической организации, которая незаконно оккупировала ряд ближневосточных территорий. Носившая название «Аль-Каида в землях Двуречья» группировка исламистов в 2006 г., объединившись с другими группировками, образовала организацию «Исламское государство в Ираке» (ИГИ, запрещена на территории РФ). В первичный состав криминальной формации входило месопотамское крыло террористической организации «Аль-Каида», которая взяла на себя ответственность за теракты в США 11 сентября 2001 г.

Ряды ИГ (организация запрещена на территории РФ) продолжали пополняться не только местными мужчинами, но и рекрутами из западных стран: Франции, Великобритании, Бельгии, Германии, Австрии, Австралии, Индии, Индонезии, США. Практически все эти страны жестко реагируют на действия своих граждан, примкнувших к исламистам, считая их преступниками. Это — еще одно противоречие в репрезентации концепта «ислам».

Нам также было интересно рассмотреть взаимосвязь между концептами «ислам» и «терроризм» на примере материалов «Аль-Джазира». Мы выявили коренное отличие «Аль-Джазира» от мейнстримовских СМИ, которые часто позволяют себе употреблять в адрес террористов такие определения, как «исламские радикалы», «джихадисты», «боевики» и т. д.

Согласно Уставу о регулировании спутникового вещания арабских стран, СМИ должны «соответствовать религиозным и этическим ценностям арабского общества, поддерживать его семейные узы и социальную целостность», а также «воздерживаться от нанесения оскорблений Богу, религиям откровения, пророкам

и религиозным символам». Такое требование юридически, культурологически и концептуально обосновывает отсутствие в исследуемых материалах «Аль-Джазира» религиозно окрашенной лексики. Кроме того, нужно понимать, что концепт «джихад» трактуется в исламе как «усердие на пути Аллаха» и не подразумевает совершение тех преступлений, к которым призывают боевики террористической группировки.

Однако в одном из сюжетов определение «джихадист» все-таки применяется по отношению к людям, вовлеченным в боевые действия на Ближнем Востоке. В сюжете от 4 марта 2015 г. повествуется не о запрещенном Исламском государстве, а о группировке «Джабхат аль-Нусра», которая является подразделением «Аль-Каиды» и противостоит ИГ (организация запрещена на территории РФ) в борьбе за власть в районах Ирака и Сирии (<https://www.aljazeera.com/programmes/peopleandpower/2015/03/western-jihadis-syria-150304102807466.html>). Анализируя этот материал, можно прийти к выводу, что его целью было показать еще одну сторону конфликта на Ближнем Востоке. При этом видно, что телеканал с состраданием относится к погибшим от рук ИГ (организация запрещена на территории РФ) членам «Джабхат аль-Нусра», хотя те тоже по определению являются террористами и имеют свои интересы в регионе. В материалах нашей выборки определение «джихадист» впервые используется именно в этом сюжете. Применено оно в отношении бойца «Джабхат аль-Нусры», завербованного в Европе.

Следующий концепт, который является ключевым в концептосфере «арабский мир» применительно к запрещенной в РФ группировке «Исламское государство», — это «достоверность». Телеканал примерно в половине проанализированных случаев использует в своих сюжетах видео очевидцев событий. Такие материалы чаще всего демонстрируют доказательства якобы тех или иных проявлений жестокости и насилия со стороны как Исламского государства (организация запрещена на территории РФ), так и Сирийской национальной армии. Здесь следует отметить, что боевые действия против сирийского правительства начались не без поддержки Катара, как на дипломатическом, так и на военном уровне. Действия сирийского правительства на телеканале в основном оцениваются как негативные и вредящие народу страны не меньше, чем действия террористов запрещенной в России и в ряде стран мира группировки «Исламское государство» (<https://www.aljazeera.com/programmes/peopleandpower/2015/03/western-jihadis-syria-150304102807466.html>).

Практически в каждом материале выборки можно увидеть прямые включения корреспондентов «Аль-Джазира». Как правило, они делаются из столицы Ирака Багдада, реже — из Эрбиля, города на севере страны, вокруг которого в 2014–2015 гг. шли развернутые боевые действия.

Частые прямые включения, а также «работа корреспондента в поле» сопровождаются большим количеством коротких интервью (так называемых «синхрон»). Эти мини-интервью не всегда проясняют ситуацию: из них сложно понять, кто в данной ситуации друг, а кто — враг.

Наш анализ показал, что в 2014–2015 гг. «Аль-Джазира» в основном фокусировалась на событиях, происходящих в Ираке. Фактически 80 % исследованных

нами сюжетов так или иначе касаются действий иракской армии по уничтожению радикальной группировки.

Еще одной типичной чертой реализации концепта «достоверность» на телеканале «Аль-Джазира» является часто используемый прием «мнение со стороны». Причем речь идет не только о мнениях экспертов, как западных, так и арабских, но и позициях, высказываемых целыми организациями. Мы отмечали и сюжеты, выражающие мнение ЦРУ и ООН, и материалы, показывающие отношение обычных жителей к ИГ (организация запрещена на территории РФ).

Довольно часто упоминается концепт «территория конфликта». В эфир постоянно выходит инфографика с обозначением территорий, оккупированных боевиками. Кроме этого «Аль-Джазира» уделяет огромное внимание боям, происходящим именно на территории Ирака, меньше — на территории Сирии.

Следующие значимые концепты — «жертва» и «беженец». Нами выявлено несколько сюжетов, посвященных проблемам беженцев. Отличительной особенностью канала можно назвать то, что «Аль-Джазира» показывает зрителю личные истории людей, лишившихся крова из-за действий террористов.

Не менее важными являются истории о притеснении и расправах ИГ над представителями других религий. Как арабский телеканал, который подчиняется уставу вещания Лиги арабских государств, «Аль-Джазира» уделяет внимание проблемам общин на территории Ирака и Сирии, а также рассказывает, например, о жизни езидов, проживающих в Ираке.

Значимый концепт, который мы выявили в освещении деятельности ИГ (организация запрещена на территории РФ), — «казнь». Террористы одевают своих жертв в оранжевые робы на манер узников тюрем США. Палач из видеороликов называет себя Джихади Джон (ИГ официально подтвердило его гибель при бомбардировке города Ракка в конце 2015 г.). Ролики смонтированы таким образом, что невозможно доподлинно установить, был ли убит пленный или нет.

Ключевым моментом в концепте «казнь» является достоверность информации и исходного материала. Мейнстримовские западные СМИ все чаще пишут о том, что ролики исламистов являются продуктом видеомонтажа. В частности, телеканал Фох выпустил сюжет, в котором специалисты отметили, что казнь египетских христианских священников была снята на «зеленом фоне», чтобы потом наложить видео другой местности.

Одной из основных тем, представленных в нашей выборке, является тема, в которой актуализируется концепт «имидж». Аспект медиаприсутствия запрещенного на территории РФ «Исламского государства» разбирается крайне подробно. В спецвыпуске программы о работе СМИ «Listening Post — ISIS in Iraq: The image of an insurgency» от 5 июля 2014 г. (<https://www.aljazeera.com/programmes/listeningpost/2014/06/isis-iraq-image-an-insurgency-201462114513599512.html>) на примере социальной сети Twitter тщательно разбираются методы популяризации «Исламского государства» (организация запрещена на территории РФ). В их числе твиты под именем ИГ (организация запрещена на территории РФ), которые никак не связаны с террористами. Например, использование хештегов ИГ (организация запрещена на территории РФ) в записях о спортивных соревнованиях

или музыкальных концертах. Более того, «Аль-Джазира» приводит анализ мнений об «Исламском государстве» (организация запрещена на территории РФ), представленных на других медиаплатформах и СМИ. «Аль-Джазира» заявляет о том, что страх и паника, вызванные публикациями других медиа, оказываются беспочвенными. Корреспондент «Аль-Джазира» берет интервью у террористов, принадлежащих к подразделению группировки «Аль-Каида» в Сирии — «Джабхат аль-Нусра». Интервью берется открыто, лица террористов, в том числе и лицо одного из руководителей группировки, не скрываются. Сюжет сфокусирован на судьбе британских рекрутов группировки, имеющих мусульманское происхождение. В ходе разговора рассказывается об уже павших от рук ИГ (организация запрещена на территории РФ) западных бойцах «Джабхат аль-Нусры» и о том, что выжившие будут мстить за своих «братьев».

Вред, причиненный запрещенной в России ИГ, подробно описан и в сюжетах, которые посвящены разрушению памятников культуры на завоеванных террористами территориях (<https://www.aljazeera.com/news/2015/05/syria-palmyra-unesco-isil-150522060557151.html>). Освещение этой темы начинается с момента подхода армии ИГ (организация запрещена на территории РФ) к древнему городу-музею Пальмире. По мере продвижения армии к Пальмире все чаще в эфире появляются записи о разрушениях христианских и дохристианских памятников региона.

В рамках нашего исследования мы приходим к выводу, что все перечисленные нами концепты, а именно «ислам», «беженцы», «достоверность», «казнь», выражены в репортажах «Аль-Джазира» с помощью более нейтральных лексических средств, которые сводят до минимума негативную коннотацию при описании концептосферы «арабский мир».

Концепты, которые были проанализированы, являются актуальными для формирования более сбалансированной картины мира у целевой аудитории применительно к событиям на Ближнем Востоке. Ядром этой целевой аудитории являются зрители в разных странах мира, которым интересен особый, альтернативный взгляд канала на текущие события. Кроме этого зрители подвергают сомнению взгляды мейнстримовских медиа.

Таким образом, мы выявили следующие особенности влияния телеканала «Аль-Джазира» на аудиторию:

— влияние на общественное мнение как внутри концептосферы «арабский мир», так и за ее пределами. Находясь под постоянной угрозой «стереотипизации» в мейнстримовских медиа, панарабское сообщество и медиа стремятся представить происходящие события глазами журналистов, которые работают в арабском мире, в данном случае, в Катаре, в одной из наиболее экономически развитых стран Персидского залива;

— взвешенное представление реалий арабского мира, в котором, как правило, отсутствуют сильные негативные коннотации, привычные для мейнстримовских медиа. Рассмотренные нами концепты актуализируются таким образом, чтобы не допустить негативной реакции и внутри арабского сообщества, поэтому все негативные и резкие формулировки о событиях, касающихся непосредственно внутренних локальных конфликтов, опускаются;

— использование «визитных карточек»: командировки журналистов в горячие точки, эксклюзивные интервью и максимальное новостное географическое покрытие канала помогает убедить аудиторию в объективности и непредвзятости в освещении событий.

Мы можем утверждать, что «Аль-Джазира» при актуализации концептов в освещении данной темы использует уникальный контент, который не предоставляет ни один другой канал Восточного полушария. Именно это и делает процесс формирования картины мира среди пользователей международных альтернативных медиа крайне эффективным. Часть концептосферы, которая актуализируется на телеканале, является средством привлечения к альтернативному в международном плане контенту аудитории мейнстримовских каналов. Это может привести к изменению картины мира потребителей общественно значимой информации.

-
1. *Вежбицкая А.* Язык. Культура, Познание. М., 1997. 686 с.
 2. *Добровольский Д. О.* Национально-культурная специфика во фразеологии // *Вопр. языкознания.* 1997. № 6. С. 37–48.
 3. *Колшанский Г. В.* Объективная природа мира в познании и языке. М., 2005. 103 с.
 4. *Красных В. В.* Коды и эталоны культуры // *Язык, культура, коммуникация.* 2001. № 16. С. 5–12
 5. *Лихачев Д. С.* Концептосфера русского языка // *Изв. РАН. Сер. лит. и яз.* М., 1993. Т. 52, № 1. С. 3–9.
 6. *Попова З. Д., Стернин И. А.* Язык и национальная картина мира. Воронеж, 2003. 60 с.
 7. *Фрумкина Р. М.* Концепт, категория, прототип // *Лингвистическая и экстралингвистическая семантика : сб. обзоров.* М., 1992. 224 с.
 8. *Ясперс К.* Смысл и назначение истории : пер с нем. М., 1991. 527 с.
 9. *Atton C.* A Reassessment of the Alternative Press // *Media, Culture & Society.* 1999. Vol. 21. P. 51–76.
 10. *Chomsky N.* What makes mainstream media mainstream // *Z Magazine (Boston, MA).* 1997. October.

Статья поступила в редакцию 29.12.2019 г.

ЧЕРТЫ ЛИТЕРАТУРЫ «ПОТЕРЯННОГО ПОКОЛЕНИЯ» В ТВОРЧЕСТВЕ «НЕВОЕВАВШИХ» ПИСАТЕЛЕЙ

В соответствии с концепцией, сформулированной в статье, феномен «потерянного поколения» в литературе XX в. правомерно рассматривать как масштабное направление, не сводимое к нескольким классическим текстам Э.-М. Ремарка, Р. Олдингтона и Э. Хемингуэя. Оно включает в себя значительный массив текстов, созданных «невоевавшими» авторами. Это произведения с самой разной сюжетной организацией, объединенные общим смыслом тотального ценностного кризиса, порожденного Первой мировой войной. В рамках такого подхода в качестве «периферийных» явлений литературы «потерянного поколения» по разным основаниям могут рассматриваться роман В. Вулф «Миссис Дэллоуэй», роман Д.-Г. Лоуренса «Любовник леди Чаттерлей», в целом творчество О. Хаксли 1920-х гг., а также повесть русского писателя Л. Андреева «Иго войны» (1916).

К л ю ч е в ы е с л о в а: литература «потерянного поколения»; Первая мировая война; ценностный кризис; В. Вулф; Д.-Г. Лоуренс; О. Хаксли; Л. Андреев.

Принадлежность к тому или иному культурному, и в том числе литературному, направлению зачастую определяется сложным комплексом признаков с разной степенью их выраженности, с возможностью «неявных», «промежуточных» случаев. Например, феномен «шестидесятничества» в отечественной культуре XX в. в общем характеризуется сочетанием определенных биографических реалий (молодость «шестидесятников», как правило, совпадала по времени с годами хрущевской «оттепели») с соответствующим смысловым полем, сформировавшимся в рамках этого направления. В то же время есть немало писателей и иных деятелей искусства, чья молодость календарно совпала с хрущевской «оттепелью», но которых сложно причислить к «шестидесятникам» в силу абсолютной

чуждости их художественно воплощенных взглядов идеалам и ценностям «шестидесятничества». С другой стороны, например, Булат Окуджава намного старше большинства других «шестидесятников» и по времени своего рождения относится, скорее, к военному поколению, однако содержание его творчества очень органично вписано именно в рамки «шестидесятничества» — как, впрочем, очень во многом и творчество писателя-фронтовика Юлия Даниэля и поэта-фронтовика Александра Межирова.

Литература «потерянного поколения» — это также достаточно масштабный феномен, в той или иной степени включающий в себя творчество многих писателей и множество литературных текстов. В качестве своеобразной сердцевины этого феномена принято рассматривать классическую писательскую триаду, в которую входят Э.-М. Ремарк, Р. Олдингтон и Э. Хемингуэй, — и отдельные произведения этих писателей, написанные, как правило, на рубеже 1920–1930-х гг. Включенность писателей и их текстов в эту «сердцевину» «потерянного поколения» определяется сочетанием ряда разноуровневых факторов — биографических (личное участие автора в Первой мировой войне; совпадение военного времени с его юностью или ранней молодостью), сюжетных (главный герой — непременно сам участник войны, и при этом его военная судьба в большей или меньшей степени коррелирует с судьбой автора; в центре повествования, как правило, — события военного времени) и, наконец, смысловых. В самом деле, литература «потерянного поколения» создала смысловое поле, заданное ощущением порожденного войной тотального ценностного кризиса и вытекающей из этого «потерянности» тех, чья личность сформирована войной. В полной мере на основе совпадения этих факторов к «сердцевине» литературы «потерянного поколения» можно отнести роман Ремарка «На Западном фронте без перемен», роман Олдингтона «Смерть героя» и роман Хемингуэя «Прощай, оружие».

Впрочем, у этих же авторов есть и произведения, в которых основное действие разворачивается спустя годы после окончания Первой мировой войны, но которые содержательно вполне вписываются в рамки литературы «потерянного поколения». Наиболее представителен здесь роман Хемингуэя «И восходит солнце», сюжетно практически не связанный с событиями Первой мировой войны — военное прошлое очень редко всплывает в мимолетных воспоминаниях героев, а основное действие происходит в мирной Испании середины 1920-х гг. Весьма символично тем не менее, что именно этому роману, а не значительно более «военному» по сюжету роману «Прощай, оружие» Хемингуэй предпослал в качестве эпиграфа известные слова журналистки Гертруды Стайн «Все вы — потерянное поколение». Из этого хемингуэевского романа явно «вычитывается» детерминированность мирного настоящего большинства героев, с их пьяными приключениями, мимолетными любовными романами и постоянным стремлением *забыться*, их очень бегло вербализованным в романе военным прошлым.

Другой родственный случай — ремарковский роман «Три товарища», сюжет которого относится к мирному времени: романное действие разворачивается в Германии конца 1920-х гг., а военное прошлое также относительно бегло вербализовано в эпизоде, когда герой-рассказчик в день своего тридцатилетия пытается

вспомнить оставшиеся в его эмоциональной памяти события разных лет жизни. В результате оказывается, что по-настоящему запомнились ему — причем в эмоционально окрашенных деталях — только травматичные эпизоды военных лет: мучительная смерть друга от отравления газом; сосед по госпитальной койке, чувствующий ампутированную ногу как будто живую. И мирное настоящее героев ремарковского романа, совпадающее со временем романного действия, оказывается напрямую детерминированным их военным прошлым — так же, как и смерть Патриции Хольман, любовь к которой на время дала герою-рассказчику Роберту Локампу надежду на преодоление военного прошлого: как оказалось, эта смерть десятилетие спустя после войны была обусловлена детским голодом военных лет. И получается, что по своему содержанию этот ремарковский роман вполне вписывается в рамки литературы «потерянного поколения», несмотря на в основном не «военный» сюжет.

Далее, даже в «сердцевинных» произведениях литературы «потерянного поколения» смыслы, напрямую связанные с войной, занимают разное место: например, если в романе Ремарка «На Западном фронте без перемен» иных смыслов практически нет — это роман *только о войне*, то в романе Р. Олдингтона «Смерть героя» важное место занимает уже авторская рефлексия по поводу обусловленности войны всем прежним укладом жизни (в то время как в романе Ремарка война предстает как *автономное зло*). А в романе Хемингуэя «Прощай, оружие», наряду с собственно «военными» смыслами, отчетливо акцентирован также сквозной «хемингуэевский» смысл самоценности личного сопротивления судьбе независимо от его обреченности.

Таким образом, даже в творчестве писателей, которых принято относить к «сердцевине» литературы «потерянного поколения», и даже в тех их произведениях, принадлежность которых к литературе «потерянного поколения» безусловна и неоспорима, базовые признаки этой принадлежности проявляются по-разному — и не обязательно присутствуют в полном объеме. Но литература «потерянного поколения» как весьма масштабный литературный феномен имеет и обширную «периферию», включающую в себя множество неявных случаев.

Безусловно, определяющий фактор принадлежности к литературе «потерянного поколения» — все же смысловой, заданный основными содержательными доминантами, но присутствие таких содержательных доминант может сочетаться и с полным или частичным отсутствием биографических или сюжетных признаков, на основании которых авторов или их произведения принято включать в литературу «потерянного поколения». Так или иначе, но черты литературы «потерянного поколения» содержат в себе многие тексты — в том числе написанные «невоевавшими» авторами, — описывающие в основном не военное время и даже содержащие многие смыслы, не связанные с Первой мировой войной, разумеется, при условии, что «военное» смысловое поле там тоже присутствует.

Весьма представителен в этом плане роман Вирджинии Вулф «Миссис Дэллоуэй» (1925). И автор, и главная героиня романа — женщины и, соответственно, непосредственного участия в Первой мировой войне они принимать не могли. Далее, действие романа происходит в мирном 1923 г. и включает в себя

в основном лишь беглые реминисценции, относящиеся к военному времени. Наконец, основные смыслы романа в большинстве своем находятся за пределами «военной» проблематики. Здесь, в рамках «блумсберийской» творческой традиции, акцентировано «соприсутствие» разных потоков сознания, которым никогда не соединиться в каком-то взаимопонимании: успешную и относительно счастливую женщину миссис Дэллоуэй ее «позитивный» поток сознания ведет к званому вечеру; несчастного Септимуса Смита его «депрессивный» поток сознания ведет к самоубийству, а «раздраженный» поток сознания жены Септимуса Смита, искренне не понимающей, чем не доволен ее любимый муж, — это своеобразный контрастный фон, оттеняющий близкое самоубийство в общем любимого ею, но фатально не понимаемого человека. То есть большинства признаков, отличающих произведения литературы «потерянного поколения», роман В. Вулф «Миссис Дэллоуэй» не содержит.

И тем не менее один из потоков сознания в этом романе — «депрессивный», ведущий своего носителя к самоубийству, — имеет именно «военные» истоки. И содержание этого потока сознания предвосхитило сущностные смыслы таких «сердцевинных» произведений литературы «потерянного поколения», написанных несколькими годами позже, соответственно в 1929 и 1930 гг., как «На Западном фронте без перемен» Э.-М. Ремарка и «Смерть героя» Р. Олдингтона. Объединяет эти произведения гибель главных героев в самом конце войны, накануне мира, их смерть представлена как закономерный итог утраты ими собственной идентичности, «потери себя» на войне. Ремарковский Пауль Боймер осознал, что собой прежним он уже не станет, и как будто ждал своей смерти: «Он упал лицом вперед и лежал в позе спящего. Когда его перевернули, стало видно, что он, должно быть, недолго мучился. На лице у него было такое спокойное выражение, словно бы он был даже доволен тем, что все кончилось именно так» [8, 178]. Об успешном походе Джордже Уинтерборне из романа Р. Олдингтона «Смерть героя» близкий ему человек говорит: «Все, что было в нем необыкновенно и прекрасно, умерло. Душой он так же мертв, как если бы его уже схоронили на французской земле» [6, 243], и эта внешняя оценка вполне коррелирует с его самоощущением, не случайно во время своего отпуска он уничтожает свой довоенный автопортрет, теперь ставший портретом совершенно другого, забытого человека. Соответственно гибель олдингтоновского героя в самом конце войны, в случайной перестрелке, в которой кроме него никто не погиб, предстает в романе как возможное замаскированное самоубийство.

Септимус Смит из романа Вирджинии Вулф покончил с собой уже в мирное время, немногим менее пяти лет спустя после окончания войны, однако самоубийство, к которому героя ведет его личный поток сознания, обусловлено, прежде всего, утратой им на войне собственной идентичности, той самой потерей себя прежнего, которая предшествовала гибели ремарковского и олдингтоновского героев. Его поток сознания сопровождается назойливыми рефренами: «Он не способен чувствовать», «Он ничего не чувствовал», «Он ничего не чувствует» [3, 87–91]. Душой он остался на войне, вместе с погибшим другом, и какое-то время он мог только имитировать обыденную жизнь, чтобы однажды

ее покинуть. Определенная смысловая близость с еще не написанным романом Ремарка «На Западном фронте без перемен» «вычитывается» в романе В. Вулф из описания послевоенного возвращения Септимуса Смита к своему любимому Шекспиру. В романе Ремарка присутствует сцена, в которой приехавший в отпуск Пауль Боймер смотрит на книги своего детства и понимает, что мир этих книг для него закрыт. В романе же В. Вулф Септимус «снова раскрыл Шекспира», однако «обморочное опьянение словами — “Антоний и Клеопатра” — безвозвратно прошло» [3, 89], и вновь обретенный Шекспир стал для Септимуса своеобразным союзником в проклятии человеческой природы и в конечном счете — в отречении от жизни. И в той мере, в какой поток сознания Септимуса Смита определяется его военным прошлым, и сам роман Вирджинии Вулф можно рассматривать как явление литературы «потерянного поколения».

Другой английский писатель, Д.-Г. Лоуренс (1885–1930), также по большинству параметров не вписывается в рамки «потерянного поколения». В силу тяжелой болезни легких он не принимал личного участия в военных действиях, к моменту начала войны он был существенно старше и Ремарка, и Олдингтона, и Хемингуэя, соответственно успел сформироваться как личность и как писатель до начала войны, и, что самое главное, основные смыслы его произведений непосредственно с Первой мировой войной практически не связаны. Сюжеты большинства произведений писателя иллюстрируют его излюбленную идею пагубного влияния цивилизации на сохранение человеком своей природной идентичности (прямолинейность и многократная повторяемость противопоставления «природного» и «цивилизационного» придает творчеству Лоуренса даже некоторый дидактизм). Тем не менее в его романе «Любовник леди Чаттерлей» (1928) герой, символически воплощающий «внеприродную культуру», Клиффорд Чаттерлей, носитель всех возможных достоинств «человека цивилизации» — блестящий аристократ, успешный предприниматель, тонкий интеллектuala, хороший писатель, остроумный светский собеседник, порядочный человек, наконец, герой недавно закончившейся Первой мировой войны — свою природную, в данном случае мужскую, идентичность потерял именно вследствие фронтового ранения. Таким образом, именно война оказалась тем атрибутом цивилизации, который лишил Клиффорда его природной идентичности, т. е., в глазах Лоуренса, подлинной сущности, и превратил его в человека, которого «герой-резонер» Мэллерс — явно носитель авторской системы ценностей — готов убить «с меньшими угрызениями совести, чем если б убивал хорька» [5, 352], в том числе для его же блага, поскольку ему «смерть должна быть... сладка» [Там же]. Таким образом, обесмысливающая жизнь утрата связана в романе «Любовник леди Чаттерлей» именно с войной, и этот смысл также отчасти вводит роман Лоуренса в рамки литературы «потерянного поколения».

Если в творчестве Лоуренса смыслы, связанные с Первой мировой войной, занимают в общем периферийное положение и присутствуют, скорее, в подтексте, то в творчестве другого «невоевавшего» английского писателя, друга Лоуренса Олдоса Хаксли (1894–1963), эти смыслы хотя и не являются доминирующими, но вербализованы более отчетливо (примечательно, что черты литературы

«потерянного поколения» в творчестве Хаксли наиболее акцентированы в российском литературоведении советского и постсоветского времени). Хаксли — ровесник «сердцевинных» писателей «потерянного поколения»; на годы Первой мировой войны пришлось его ранняя молодость, однако в силу своей полуслепоты в военных действиях он не участвовал. Тем не менее, как вполне справедливо отметил Г. А. Анджапаридзе, «как ни парадоксально, не воевавший Хаксли был первым среди писателей Англии, кто уловил и отразил это чувство “потерянности” целого поколения» [1, 6]. Как писала Н. Я. Дьяконова, «хотя полуслепой Хаксли не сражался на кровавых полях Первой мировой войны, именно она и еще более — ее последствия определили характер его раннего творчества» [4, 3]. Еще один отечественный исследователь, А. И. Петрушкин, в своей статье непосредственно сопоставил роман Хаксли «Шутовской хоровод» с одним из «сердцевинных» текстов литературы «потерянного поколения» — романом Э. Хемингуэя «И восходит солнце» и в связи с этим соотнес содержание «Шутовского хоровода» с опытом пережитой войны: «...Хаксли рассказывает об интеллигентах нового послевоенного поколения. По сути дела, Хаксли пишет о “потерянном поколении”... О былых годах войны английский романист нигде не пишет прямо... Лишь иногда мелькнет полузабытый, почти стершийся эпизод страшных лет... Но поведение, сумбурный образ жизни персонажей полностью обусловлены переживаниями прошлых лет» [7, 98]

В статьях и письмах Хаксли 1920-х гг. в разных контекстах присутствует рефлексия по поводу принципиального влияния недавно закончившейся войны на мирознание его поколения. Так, Р. В. Кларк, описывая работу Хаксли в первые послевоенные годы в качестве обозревателя журнала «Атеней», упоминает его статью о писателе, «который вступил в войну полный военного энтузиазма, а вышел из нее пацифистом»: «Это, как отметил Олдос в своем обзоре, совместно... Такими и были те, кто верил в идеалы, под знаком которых началась война и которые так скоро потускнели и испарились» [12, 212]. В письме своему отцу, Леонарду Хаксли, от 26 ноября 1923 г., писатель откликается на отчасти негативное восприятие его отцом содержания недавно опубликованного романа «Шутовской хоровод» и выводит это восприятие из принципиального различия мирознаний двух поколений, разделенных войной: одно поколение — «отцов» — наблюдало войну со стороны, в то время как другое — «детей» — стало поколением непосредственных участников войны. Олдос Хаксли, хотя и не принимал личного участия в войне в силу индивидуальных причин, по мировосприятию относит себя именно к «поколению войны»: «Эта книга («Шутовской хоровод». — В. Р.) написана для того поколения, которое я могу назвать поколением войны — для подобных ему; и то, что я хотел выразить <...>, — это жизнь и образ мыслей тех, кто увидел насильственное разрушение почти всех стандартов, принципов и ценностей предшествующей эпохи» [14, 224].

Как уже было отмечено выше, в произведениях Хаксли непосредственно о военных событиях не повествуется, однако как беглые «военные» реминисценции, так и рефлексия по поводу влияния недавно закончившейся войны на последующее мироустройство и, главное, на мирознание тех, кто войну

пережил (не обязательно находясь непосредственно на фронте), в произведениях Хаксли, особенно относительно ранних, встречаются нередко. Так, один из героев самого раннего романа Хаксли «Желтый Кром» (1921), мистер Скоуген, замечает: «После войны мы уже ничему не удивляемся... В начале войны мне казалось, что я, обладая воображением и способностью испытывать симпатию, действительно страдал вместе с теми, кто страдал непосредственно. Но через месяц или два я вынужден был признать, что это не так. А ведь у меня воображение более богатое, чем у большинства» [13, 134]. Тот же мистер Скоуген из «Желтого Крома» в другой связи замечает: «У современной жизни слишком тонкое устройство. Еще несколько катастроф вроде Великой Войны — и все разлетится» [Там же, 181].

«Автобиографические герои» произведений Хаксли, как и сам писатель, не были на фронтах Первой мировой войны, и это отчасти определило их рефлексию как по поводу мира, допустившего войну, так и по поводу собственной идентичности в пережившем войну мире. Так, «автобиографический герой» романа Хаксли «Контрапункт» Филип Куорлз еще оценивает свое неучастие в военных действиях по причине полученного в детстве увечья в категориях «патриотично — непатриотично»: «...В том, что он непригоден к военной службе, нет ничего непатриотического... И все-таки вопрос военного почему-то расстроил его...» [10, 289]. Однако это чувство некоторой неловкости сочетается уже и с несколько ироническим «проигрыванием» альтернативы: «Я со своей стороны, — сказал Филип, — могу быть благодарен Августину или кому там еще за мою искусственную ногу. Она помешала мне стать героем, но зато не дала мне стать трупом» [Там же, 355]. «Автобиографический герой» более позднего романа Хаксли «Слепец Газе» (1936), Энтони Бивис, не участвовал в войне по причине увечья, полученного в лагере для новобранцев, однако «куорлзовская» ирония по поводу спасительного для его жизни увечья («В каком убогом обличии нас подчас посещает Господь! Блаженный идиот с ручной гранатой... Я обязан ему жизнью» [11, 268]) сочетается уже в его рефлексии с «дегероизацией» и деромантизацией самой войны: «В больнице у меня было много времени, чтобы подумать о расширении империи на всю планету. Глупость сошла на землю... Мысль об этом отрезвила меня. Я почувствовал себя более здоровым и более свободным, чем был...» [Там же, 269].

Наиболее отчетливые корреляции с сформировавшейся несколько позже литературой «потерянного поколения» просматриваются в рассказе Хаксли «И зажили они счастливо», впервые опубликованном в сборнике рассказов «Лимб» (1920). Хаксли, как и другие рассматриваемые в данной статье «невоевавшие», по тем не менее в той или иной степени относящиеся к «потерянному поколению» писатели, принципиально воздерживается от изображения собственно военных реалий, о которых ему могло быть что-либо известно только из вторичных источников: действие рассказа происходит в военные годы в мирном университетском Оксфорде, где молодой ученый с мировым именем Питер Якобсен гостит у своего старого учителя, профессора Петертонна. Соответственно и сюжет рассказа организован в основном рефлексией «высоколобого» Питера по поводу слов и действий окружающих его «обычных» людей с их порой смешными для него

интеллектуальными амбициями (вообще его «раздражало стремление других людей незаконно нарушать границу и вторгаться в царство мышления — людей, которым дано обитать лишь на примитивнейшем уровне простого существования» [9, 222]). И тем не менее мир войны незримо господствует в подтексте. Так, среди окружающих Питера Якобсена молодых людей один, Гай Лэмборн, о котором Питер однажды высокомерно отозвался: «Думать вредно для него; он недостаточно силен» [Там же], — в отпуске с фронта, а другому, Джорджу Уайту, еще предстоит туда отправиться. Для большинства героев рассказа война — это нечто величественно-далекое, например, брат профессора, учитель частной школы преподобный Роджер Петертон, как и представители «старшего поколения» в романе Ремарка «На Западном фронте без перемен», рассуждает о величии и нужности войны: «Лучшее, что дала нам война, — это дисциплина. Народ разболтался, и нужно было подкрутить гайки» [9, 226]. Но внезапное вторжение войны в ее подлинной сущности в мирный разговор за столом происходит, когда совет все того же Роджера Петертон юному Джорджу Уайту по поводу бережного отношения к своему пищеварению как «секрета счастливой старости» прерывается замечанием «пришельца с фронта» Гая Лэмборна: «Не беспокойтесь о его старости, — сказал он странным, резким голосом, сильно отличавшимся от его обычных мягких и красивых модуляций. — У него не будет старости. Если война продлится еще год, то его шансы выжить — три против четырнадцати» [Там же, 228]. И в итоге война предстает в рассказе Хаксли непреодолимой силой, разрушающей человеческую идентичность. По ходу действия рассказа Джордж Уайт, живое воплощение физической красоты, лишается ноги («Не будет больше этой олимпийской быстроты, силы и красоты» [Там же, 240], а иного смысла в жизни у него нет), а юный интеллектуал Гай Лэмборн, смысл жизни для которого — в мысли, гибнет вскоре после возвращения из отпуска на фронт, а значит — и «все заложенные в нем возможности погибли» [Там же, 242].

Особое место среди текстов, содержащих в себе черты литературы «потерянного поколения», занимает повесть Леонида Андреева «Иго войны» (1916) с несущим либо иронический, либо «маскирующий» смысл подзаголовком «Признания маленького человека о великих днях» (поскольку написана повесть непосредственно в разгар войны, представляется вероятным «маскирующее» дистанцирование авторской позиции от рассуждений испытывающего беспредельный ужас перед войной героя-повествователя). По большинству признаков повесть Леонида Андреева в рамки литературы «потерянного поколения» никак не вписывается. Сам автор не только не принимал непосредственного участия в военных действиях, но и по возрасту был более чем на два десятилетия старше «сердцевинных» писателей «потерянного поколения»: он родился в 1871 г. и, соответственно, в военные годы был уже немолодым человеком, которому будет суждено прожить после окончания войны лишь считанные месяцы. И если произведения, традиционно относящиеся к литературе «потерянного поколения», написаны уже после войны и отражают ретроспективный авторский взгляд на нее, «Иго войны» было написано практически в середине войны. Кроме того, феномен «потерянного поколения» традиционно принято рассматривать как явление литературы

западной, но никак не русской, поскольку по общеизвестным историческим причинам тема «потерянного поколения» в русской литературе не сложилась и сложиться не могла; повесть же Леонида Андреева в этом смысле представляет собой исключение. Наконец, в отличие от героев литературы «потерянного поколения», юных участников Первой мировой войны, герой-повествователь повести Леонида Андреева, от лица которого ведутся дневниковые записи (структура повести отчасти родственна структуре появившегося более чем десятилетие спустя романа Э.-М. Ремарка «На Западном фронте без перемен», только в повести Леонида Андреева дневниковые записи еще и календарно датированы: они охватывают временной промежуток с 15 августа 1914 г. и до 30 сентября 1915 г., т. е. фактически год с небольшим с момента начала войны), — сорокапятилетний петербургский банковский служащий Илья Петрович Дементьев, человек сугубо гражданский, немолодой и «непризывной», с давно сформировавшейся личностью. И тем не менее по своим основным смыслам повесть Леонида Андреева явно коррелирует с литературой «потерянного поколения»; более того, если бы в силу иного развития русской истории в русской литературе сформировалась бы собственная традиция «потерянного поколения», «Иго войны» Леонида Андреева могло бы войти в историю литературы как своеобразное предвестие этой традиции — а может быть, и как предвестие европейской литературы «потерянного поколения»: смысловых точек соприкосновения здесь очень много.

Дневниковое повествование героя, невоюющего «маленького человека», выявляет деструкцию самих основ всего существующего миропорядка — и во внешнем мире, и в душе и сознании самого героя (хотя, в отличие от героев «сердцевинных» произведений литературы «потерянного поколения», это человек со сложившейся системой ценностей — в основе своей абсолютно гуманистической). Итак, на момент начала повествования герой, он же автор дневниковых записей, — успешный служащий банкирского дома, живущий в добром мире, любящий муж любимой жены и отец троих детей, создающий для них некое подобие «оранжереи» — с «пианино напрокат» и прочими атрибутами материального и душевного комфорта. Сам он — тонко чувствующий и даже отчасти сентиментальный человек, способный к сопереживанию и наделенный богатым воображением. Его дневник фиксирует и его собственную трансформацию, и изменение мира вокруг, утрату им прежней души, наполнение ненавистью, которая проникла даже внутрь семьи. Дневниковая запись от 2 октября 1914 г.: «...Я всегда гордился своей гуманностью, которую считаю обязательной для интеллигентного человека, и никогда не делал различия между национальностями... А между тем и эти газеты, и вся наша контора вот уже два месяца стараются внушить мне, что я должен ненавидеть немцев, и вот сегодня то же самое в чрезвычайно грубой форме заявила Саша (жена. — В. Р.): “Если ты еще и теперь любишь немцев, то ты настоящий подлец!”... И при дальнейшем разговоре с невероятной грубостью бросила мне оскорбление, что я трус, предатель и счастлив, что могу не идти на войну по моему возрасту. И это — после всех наших разговоров о войне, которую она осуждает так же, как и я...» [2, 21–22]. Запись от 2 ноября 1914 г. — о перебранке с женой по бытовому поводу: «И так жутко посмотрела на меня, что не любовь, а ненависть, словно к врагу, прочел я

в этих родных глазах» [2, 30]. А в окружающем семью мире ненависть — зачастую уже безадресная — становится всеобщим чувством. Запись от 20 октября 1914 г.: «Я уже не говорю про низшие необразованные классы, но и профессора, ученые, адвокаты и другие деятели с высшим образованием режутся насмерть, грызутся, как звери, совершенно осатанели и потеряли всякую человечность... Прежде, бывало, смотришь на профессора и думаешь: вот человек, который не выдаст, за которым как за каменной стеной — и не убьет, и не украдет, и не оскорбит, потому что все понимает. А теперь и он стал таким же ужасным, как и все, и решительно не на кого положиться» [Там же, 29].

Более того, и себя самого герой-повествователь порой ловит на том, что, при всем своем неприятии войны, он словно бы очаровывается ее магией, и именно в этом словно бы сливается с собирательными «всеми» — сослуживцами по конторе, прохожими на улице. Запись от 27 сентября 1914 г. — о бомбардировке Антверпена: «Сегодня всю ночь, начитавшись газет, летал во сне таким манером над горящим городом, и должен со стыдом признаться: наряду со страхом и отвращением испытывал невероятную зависть к этим бесстрашным и безжалостным летающим людям. Что они — другой породы, что ли? Отчего они не боятся? Отчего им не жаль? <...> Какие у него глаза и как он смотрит, когда, склонившись через перила цеппелина (или как там), разглядывает он ночной, освещенный пожарами, дымящийся город, прицеливается, соображает?» [Там же, 19–20]. Запись от 17 октября 1914 г.: «Как это случилось, не могу взять в толк и до сих пор, но вчера я примкнул к манифестантам, носившим по поводу войны с Турцией флаги и портрет, и часа три шатался с ними по всем улицам, пел, кричал “ура” и вообще отличался... и, как это ни смешно покажется людям опытным, для меня самым интересным и необыкновенным было то, что шли мы не по панели, а по мостовой, где никогда не ходят, и что не только извозчики, но даже трамваи и автомобили давали нам дорогу... Это обстоятельство, а также флаги, наше громкое и самоуверенное пение и то, что нам козыряли городовые и военные, придавало нам большую важность и создавало такое впечатление, будто и мы так же воюем и похожи на какое-то внутреннее войско... А как хорошо пелось! И какая испытывалась уверенность в победе, в нашей несокрушимости и силе?» [Там же, 24] Если в «сердцевинных» текстах литературы «потерянного поколения» юный воюющий и при этом осознающий бессмысленность войны герой оказывается противопоставлен воодушевленным войной тыловикам, в повести Леонида Андреева герой-повествователь словно бы раздвоен: он практически одновременно и ужасается войне, и испытывает чувство воодушевления ею, что в своей практической синхронности создает ощущение безумия.

В повести Леонида Андреева «Иго войны» акцентируется присутствующий и в «сердцевинных» произведениях литературы «потерянного поколения» смысл, в рамках которого война рассматривается как жертвоприношение, а «призывное» поколение — как заранее запланированная жертва. Например, в романе Р. Олдингтона «Смерть героя» этот смысл актуализируется в выступлении высокопоставленного военного перед подчиненными: «Вы — военное поколение. Вы рождены для того, чтобы сражаться в этой войне, ее нужно выиграть — и вы ее

выиграете, это мы твердо решили. Что до каждого из вас в отдельности — не имеет ни малейшего значения, будете вы убиты или нет. Вероятнее всего, вас убьют — во всяком случае, большинство. Советую заранее с этим примириться» [6, 243]. В повести же Леонида Андреева герой-повествователь в своей дневниковой записи от 14 февраля 1915 г. пересказывает содержание статьи «одного милостивого государя, по какому-то недоразумению считающегося одним из корифеев нашей литературы», вызвавшей восхищение его сослуживцев: «В самых трескучих и пышных выражениях, виляя языком, как адвокат, этот господин уверяет нас, что война принесет необыкновенное счастье всему человечеству, конечно, будущему. А про настоящее человечество он говорит, что оно со всею покорностью должно погибать для счастья будущего. Нынешняя война — это-де что-то вроде болезни, которая убивает отдельные клеточки в теле и вместе с тем весь организм ведет к обновлению; и пусть на том клеточки и утешатся... И выходит так, что мы, клеточки, не только не должны протестовать и возмущаться и чувствовать боль, а немедленно погрузиться в самое бешеное ликование, по тому случаю, что и мы пригодились. Ну а если мы не захотим ликовать? Все равно, это дело наше, а война возьмет, сколько ей надо, пять или десять миллионов, и тогда наступит выздоровление и счастье» [2, 36–37].

Подобно тому, как повествование от лица юного ремарковского Пауля Боймера отражает деструкцию мирознания всего его поколения, дневниковое повествование немолодого героя повести Леонида Андреева отражает разрушение не просто мирознания — но всего мироустройства вокруг, которое наполняется страхом, ненавистью и безумием. Современники Леонида Андреева пытались увидеть в этой повести перерождение героя в патриотическом духе, постижение им высшей правды «своих». Действительно, в отдельных дневниковых записях героя отражаются и его страх перед возможным вступлением немецкой армии в любимый им Петроград, и попытки эмоционально слиться с теми, кто на фронте, и даже желание лично отправиться туда, и вообще «свои» для него не равны «чужим»: он безусловно сочувствует страдающим «своим», будь то раненые солдаты в петербургских лазаретах или его кроткая теща Инна Ивановна, потерявшая на фронте сына, и испытывает безотчетный страх перед «чужими», в иные моменты переходящий в ненависть к ним — не как к отдельным людям, но как к собирательной силе, которая в настоящий момент губит его мир. Но при этом из дневниковых записей андреевского героя не «вычитывается» радостного упоения войной или же воодушевления ее геополитическими задачами (лишь изредка он ловит себя на подобных чувствах и воспринимает их как нечто странное и необъяснимое). Доминирующее чувство андреевского героя — ужас перед войной. «И все плачу, все плачу, все плачу» — это последние слова последней дневниковой записи от 30 сентября 1915 г. [2, 85].

В целом же феномен «потерянного поколения» можно рассматривать как одну из культурных доминант первых десятилетий XX в.

2. *Андреев Л. Н.* Иго войны // Андреев Л. Н. Собр. соч. : в 6 т. М., 1996. Т. 6. С. 7–85.
3. *Вулф В.* Миссис Дэллоуэй // Вулф В. Миссис Дэллоуэй : романы, повесть. СПб., 1993. С. 5–192.
4. *Дьяконова Н. Я.* Олдос Хаксли — новеллист // Хаксли О. Новеллы. М., 1985. С. 3–18.
5. *Лоуренс Д.-Г.* Любовник леди Чаттерлей. М., 1991.
6. *Олдингтон Р.* Смерть героя // Олдингтон Р. Смерть героя. Рассказы. Стихотворения. М., 1988. С. 25–380.
7. *Петрушкин А. И.* Концепция мира и человека в романе О. Хаксли «Шутовской хоровод» и Э. Хемингуэя «И восходит солнце» // Поэтика реализма. Куйбышев, 1985. С. 91–111.
8. *Ремарк Э.-М.* На Западном фронте без перемен // Ремарк Э.-М. На Западном фронте без перемен. Возвращение. М., 1988. С. 11–178.
9. *Хаксли О.* И зажили они счастливо // Хаксли О. Желтый Кром. Рассказы. М., 1987. С. 209–247.
10. *Хаксли О.* Контрапункт // Хаксли О. Контрапункт. О дивный новый мир. Обезьяна и сущность. Рассказы. М., 2009. С. 30–523.
11. *Хаксли О.* Слепец в Газе // Хаксли О. О дивный новый мир. Слепец в Газе. М., 2017. С. 203–669.
12. *Clark R.W.* The Huxleys. Heineman, 1968.
13. *Huxley A.* Crome Yellow. M., 1979.
14. *Letters of Aldous Huxley.* L., 1969.

Статья поступила в редакцию 13.03.2019 г.

УДК 821.161.1-4 Арсеньев + 908(470)

А. В. Бортникова

ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ПРОЗЫ Ф. А. АРСЕНЬЕВА

В статье впервые систематизируются разножанровые тексты писателя и краеведа Ф. А. Арсеньева. Выдвигается положение о жанровой неоднородности его прозы. Выделяется два жанрово-тематических блока: 1) рассказы и очерки охотничьей, этнографической тематики с документальной основой; 2) научно-популярные статьи и книги, посвященные рассмотрению природных особенностей Пошехонского уезда, Вологодчины и Зырянского края. Особое внимание в первом блоке уделяется сборнику «Охотничьи рассказы», одному из самых известных литературных трудов автора. Подробно рассмотрен состав данного сборника (1864), а также состав его расширенного переиздания (1885). Выявляются особенности реализации жанра охотничьего рассказа в прозе Арсеньева. В частности, выделяется его авторская манера изложения, характеризующаяся установкой на достоверность, фактографичность, документальность. В рамках второго жанрово-тематического блока рассмотрена деловая проза Арсеньева, историческая монография, а также краеведческие сборники.

Ключевые слова: Ф. А. Арсеньев; литература Урала; русская литература XIX в.; очерк; охотничий нарратив; этнографическая беллетристика; малая проза; краеведение; коми-зыряне.

Флегонт Арсеньевич Арсеньев — писатель, этнограф, краевед, статистик. В начале и середине 1860-х гг. печатались его охотничьи рассказы, принесшие ему известность и закрепившие за ним репутацию знатока охотничьего дела: в журнале Ф. М. Достоевского «Время» вышел рассказ «Ляйкодж (Рассказы из охоты в зырянской стороне)» [6], в известном издании Г. Мина «Журнал охоты» напечатали рассказ «На берегах Вычегды (Отрывок из рассказа об охоте в Зырянском крае)» [36]. Обратиться в редакцию последнего Арсеньеву посоветовал лично С. Т. Аксаков (писатели состояли в переписке) [39, 802]. В неофициальной части «Вологодских губернских ведомостей» в это же время появляются еще два небольших текста: очерк «Порча» (1863) [10] и своеобразный очерк-путеводитель «Река Щугор. Картины нашего Севера» (1866) [12]. Из ранее опубликованных рассказов и очерков охотничьей тематики в 1864 г. Арсеньев составляет первый сборник «Охотничьи рассказы» [29], в котором присутствуют два цикла — «На Шексне» и «В Зырянском крае», что соответствовало географическому интересу автора. Положительные отзывы и рецензии на данное издание появились в «Книжном вестнике» [38], «Русском слове» [37] и др.

Кроме того, Арсеньев в качестве секретаря статистических комитетов различных уездов, редактора неофициальной части газеты «Вологодские губернские

БОРТНИКОВА Алена Валерьевна — кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры русской и зарубежной литературы Уральского федерального университета; научный сотрудник сектора истории литературы Института истории и археологии Уральского отделения РАН (e-mail: a.v.bortnikova@urfu.ru).

© Бортникова А. В., 2019

ведомости» писал множество статей экономического, краеведческого, статистического, природоведческого содержания: «Очерк (стат.) Кубенского края» (1863) [9], «Леса по отношению их к Вологодской губернии» (1863) [34], «О промышленных делах и торговых сношениях в Зырянском крае. Этнографический очерк» (1866) [7], «Речная область Шексны» (1866) [32] и пр. Последнюю работу С. А. Венгеров назвал «единственным обстоятельным географическо-статистическим описанием Шексинского бассейна» [39, 803] (на 1889 г.). Арсеньев также активно интересовался Зырянским краем, где жил и работал при земстве в Усть-Сысольске долгое время: «Торговые сношения в Зырянском крае» (1871) [13], «Зыряне и их охотничьи промыслы» (1873) [18], «Охотничьи и рыбные промыслы в Усть-Сысольском уезде в 1874 и 1875 гг.» (1875) [8] и др.

Таким образом, в творчестве Ф. А. Арсеньева органично сосуществуют собственно художественные рассказы и очерки (в основном охотничьей тематики), принесшие Арсеньеву всероссийскую литературную известность, и статьи о географических, этнографических особенностях различных русских губерний. Рассмотрим подробнее каждый жанрово-тематический блок.

I

Одной из первых публикаций Арсеньева считается небольшая статья «Шексна и ее окрестности в Пошехонском и Мологском уездах» (1857) [14] в неофициальной части «Ярославских губернских ведомостей». Природоведческие описания в тексте подкрепляются личным опытом автора, из чего можно сделать вывод об интересах Арсеньева, связанных с охотничьим делом: автор передает краткие истории-воспоминания знакомых охотников, со знанием дела говорит о болотной дичи на Шексне и пр.¹

Первым собственно литературным произведением Ф. А. Арсеньева становится вышедший в «Отечественных записках» рассказ «Из воспоминаний охотника» (1858) [19], который автор посвятил С. Т. Аксакову. Известно, что Аксаков поощрял молодого автора к написанию охотничьих рассказов [39, 802], а также положительно отзывался о его успехах. Рассказ «Из воспоминаний охотника» был также опубликован в «Журнале охоты» под названием «Воспоминания охотника» [4] и заслужил положительную оценку Аксакова, так как был написан «живо и драматично» [2, 69]. Данный рассказ стал своего рода введением в тему, представлением манеры письма автора, формирующейся в те годы. Именно здесь появляется пара центральных героев — сам рассказчик и его верный спутник-слуга Абрам. Образ спутника-охотника из народа присутствует во многих произведениях об охоте, созданных русскими писателями: у И. С. Тургенева («Записки охотника»), Е. Э. Дряинского («Записки мелкотравчатого»), Ю. М. Смелъницкого («Из охотничьих воспоминаний») и пр. Абрам у Арсеньева представляется именно таким персонажем. Речь его наделена диалектными чертами, он постоянно употребляет пословицы, дает ценные советы рассказчику, при этом на охоте между

¹ Арсеньев здесь же замечает: «Весь род наш страстные охотники и любители ловли, эти качества перешли и ко мне, должно быть, по наследству» [цит. по: 40, 109].

ними стираются все социальные различия, возникает сотрудничество на почве любви к общему занятию. Абрам перестает быть слугой и может даже посоревноваться в количестве убитой дичи с хозяином: «– Что, батюшка? Скажете, и теперь не сравнялся с вами? Ваншлеп-то не дергачу чета: я вас обстрелял» [30, 33]. В предисловии к сборнику «Охотничьи рассказы» (1885) Арсеньев пишет: «Абрам, выведенный в рассказах моих, есть личность действительно существующая и действующая на охотничьем поприще до сих пор неутомимо» [Там же, 3]. Неудачная охота в плохую погоду, описанная в рассказе «Из воспоминаний охотника», компенсируется историями Абрама о его прошлых злоключениях: о загадочном «оживлении» убитого журавля, обернувшегося лешим, о подвигах на охоте за хорьками и пр. Не забывает автор и о ценных сведениях, которые могут пригодиться в охотничьей практике, например, относительно качества охотничьей собаки: «Повиновение собаки в поле — одно из самых важных ее достоинств. Чтоб собака при хорошем чутье не отрыскивала, не мяла дичь, твердо стояла — вот главные условия доброй охотничьей собаки» [19, 149]. В дальнейшем Арсеньев усилит именно практическую, прикладную составляющую своего нарратива. Как пишет М. М. Одесская, «...в книге “Охотничьи рассказы” Ф. Арсеньева — писателя и этнографа — отчетливо проявилась практическая направленность охотничьего повествования» [46, 247]. В рассказе «Из воспоминаний охотника» имеются также не совсем привычные для автора отступления, соотносящиеся с личным опытом говорящего: «Простое воспоминание Абрама навело на меня воспоминания довольно запутанные и сложные. Как хороши беззаботные детские годы! <...> А потом, когда вступишь в жизнь, сколько чувств и мыслей будешь тратить там понапрасну! Сколько обид и оскорблений переносишь ни за что! <...> И почему так неловко живется? Немного дал нам времени Творец для жизни на земле, и это-то небольшое мы не сумеем прожить удобно и покойно» [19, 140]. Финал рассказа вполне согласуется с заголовком: представленный рассказ оказывается лишь частью более обширной истории.

Наряду с практическим и прикладным характером нарратива немаловажным становится также краеведческий, этнографический фактор, который особенно сильно проявился в рассказах, очерках и статьях Арсеньева, посвященных охоте у зырян. Именно во второй половине XIX в. появляется особый тип охотничьей литературы, которая будет ориентироваться на достоверность, на «проникновение научной методологии в работу художника, когда вымысел и полет фантазии уступают первенство наблюдению, сбору материала, его анализу, классификации» [44, 7]. Подобный рассказ Арсеньева заслужил положительный отзыв Аксакова: «*Охота в окрестностях Усть-Сысольска* г. Арсеньева, на берегах рек Вычегды и Сысолы, в громадных лесах Северной России, в этой сказочной стороне (как говорит сочинитель), любопытна для каждого охотника по своей новости, свежести картин и особенностям. По этому прекрасному образчику читатель вправе надеяться встретить то же достоинство в последующих его статьях» [2, 69]. Общую положительную оценку охотничьим рассказам с этнографической составляющей дал также В. И. Немирович-Данченко в книге «Страна холода»: «Нынче особенно заслуживают внимания промыслы зырянского населения Архангельской

и Вологодской губернии. Что касается до первой из них, то занятия этих инородцев в ее пределах достаточно мне знакомы. Положение же зырян в Вологодской губернии прекрасно разработано Ф. Арсеньевым, исследования которого по этому предмету представляют богатый материал для этнографа» [45, 436].

По мнению М. Одесской, «фактическая точность в повествовательной манере писателя <Ф. А. Арсеньева> преобладает над художественностью» [46, 247]. Однако это справедливо не во всех случаях. В рассказах и очерках Арсеньеву удается сочетать фактическую точность с художественностью, не прибегая при этом (как, например, это сделал С. Т. Аксаков в «Записках об уженье») к энциклопедичной форме изложения (наглядность, структурированность).

Практически все рассказы и очерки охотничьей тематики были объединены писателем в сборник «Охотничьи рассказы», вышедший дважды (1864, 1885). Издание 1864 г. открыло общественности нового автора охотничьих произведений, а сборник 1885 г. (с заметными дополнениями) стал для Арсеньева «итоговой» охотничьей книгой². Сборники Арсеньева вполне соответствовали характеру массовой документально-литературной продукции, расширяющей представление об этнографических и географических особенностях отдельных регионов. Как провинциальный литератор, Арсеньев имел непосредственную возможность представить наиболее адекватное описание региональных особенностей охоты, а также быта и образа жизни коренных народов Усть-Сысоля (коми-зырян).

В известном «Словаре ружейной охоты», отзываясь о первом сборнике «Охотничьих рассказов» Арсеньева (1864), С. И. Романов обращает читательское внимание именно на гармоничность этой книги, которая сочетает беллетристическую и практически полезную составляющую: «В своих чисто беллетристических очерках он умеет, насколько позволяет интерес последовательного изложения, дать полное и ясное понятие о тех местностях, где ему случалось охотиться, равно как о быте жителей и о характере охоты <...> Всякий молодой охотник найдет в рассказах А. много практических описаний, которые могут принести ему несомненную пользу» [48, 11–12]. Во втором издании «Охотничьих рассказов» Арсеньева появляется раздел «От автора», где сам Арсеньев призывает читателей воспринимать книгу именно как охотничью беллетристику, в которой моделирование реальности опирается на непосредственное наблюдение и отражение подлинной действительности: «Мои охотничьи рассказы не есть руководство для молодых начинающих охотников. Я в них не говорю о технической части охоты, не даю советов выбирать ружья, натаскивать собаку, отыскивать дичь и т. п.» [30, 3]. Такое замечание во многом вызвано желанием предостеречь читателя от неверного отнесения книги к прикладной охотничьей литературе, которой в современное писателю время было достаточно [43, 47, 50]³. Возможно, автором был учтен отзыв рецензента на первое издание «Охотничьих рассказов»: «...есть

² Сборник 1885 г. был переработан автором (особенно первая часть). В издании 1864 г. «На Шексне» — самостоятельное произведение, состоящее из семи частей, в издании 1885 г. такое название носит первый раздел, а бывший ранее под этим заголовком рассказ меняет название на «Охота пуще неволи».

³ С книгой А. Черкасова [50], например, Арсеньев был знаком наверняка, так как ссылается на некоторые материалы из нее [30, 285].

пластические картины природы, много интересных охотничьих подробностей, но именно по этой последней причине книга его <Арсеньева> найдет себе мало читателей между неохотниками, тем более что этот специально охотничий ее характер решительно преобладает...» [38, 199].

Во многом скрепляющим началом в книге выступает биографическая канва самого Арсеньева: юность на Шексне, вынужденный переезд в Усть-Сысольск и Вологду, продолжительная жизнь и служба на новом месте. Очевидно, что рассказы, помещенные в первой части издания «Охотничьих рассказов» 1885 г. («На Шексне»), написаны в основном по воспоминаниям автора, впоследствии переработанным, поэтому часто появляется указание на время действия (1850-е гг.), когда Арсеньев еще не уехал на Север. Вторая часть («В Зырянском крае») соответствует впечатлениям автора от пребывания в названной местности. Автобиографический фактор занимает важное место в произведениях Арсеньева, что подтверждается автором: «Я описываю в них <охотничьих рассказах> с полной искренностью разные случаи на охоте и со мною, и с моими товарищами по профессии, стараясь передавать их именно так, как они происходили, ничего не присочиняя и не приукрашивая» [30, 3]. Такое утверждение во многом схоже с характеристикой С. Т. Аксаковым своего цикла «Записки ружейного охотника Оренбургской губернии» (1852): «...книжка моя не трактат о ружейной охоте, не натуральная история всех родов дичи. Моя книжка ни больше ни меньше, как простые записки страстного охотника и наблюдателя: иногда довольно подробные и полные, иногда поверхностные и односторонние, но всегда добросовестные» [3, 149]. И у того и у другого автора, по сути, одна цель, но добиваются они ее по-разному. У Арсеньева в книге «Охотничьи рассказы» мы видим связные тексты с сюжетом и героями, вся техническая часть охоты также представлена, но не в энциклопедическом виде, а в форме рассказа о личном опыте. У Аксакова же можно выделить в качестве главной, скорее, практическую часть, вот почему С. И. Романов называл аксаковские «Записки...» «прекрасным руководством» [48, 3].

Как и Аксаков, Арсеньев обращается не только к ружейному виду охоты, но и к ужению рыбы. Строго говоря, до выхода «Записок об ужении рыбы» (1847) Аксакова русскому читателю были известны некоторые статьи, посвященные вопросам рыболовного дела, в основном переводные. Отношение Аксакова к перечисленным изданиям выражено во вступлении к «Запискам об ужении рыбы»: «На русском языке, сколько мне известно, до сих пор не напечатано ни одной строчки о рыболовстве вообще или об ужении в особенности, написанной грамотным охотником, знающим коротко свое дело» [1, 13]. Арсеньев считал Аксакова своим учителем по части охотничьей литературы, поэтому также попытался создать литературное толковое рыболовное руководство «Ужение рыбы на Шексне», вошедшее в книгу «Охотничьи рассказы», с ценными советами для рыбаков: «Вот пошевелилась леса, потом удилице дрогнуло раз, потом еще раз, наконец несколько раз вдруг, быстро один за другим и затем дугою наклонилось к воде: рыба потянула. Привычною, смелою рукой схватывает рыбак удилице и быстро, решительно делает подсечку. Тяжело, добыча велика, теперь следует действовать осторожнее, то есть не тянуть рыбу, а водить ее на кругах, поднимая гнущееся

в дугу удилице кверху» [30, 61]. Повествователь здесь изредка включает в нарратив истории из своей охотничьей жизни, но основной его задачей является рассказ об особенностях охоты и ужения в выбранной местности: «В описываемом виде Шекснинских поденок ясно различаются два пола: самка несколько крупнее самца, имеет белые крылья, очень пухлое слабое тело. Пришекснинские жители самку называют — белокрылкою, а самца — чернокрылкою» [Там же, 67–68]. В этот же очерк-статью попали сведения о шекснинской метлице, ужение на которую уже было описано автором ранее [35]. Подобную практическую направленность имеет и очерк из второй части сборника «Охотничьи рассказы» — «Рыбные ловли зырян», в котором не случайна авторская отсылка к своему знаменитому предшественнику: «Как речное ужение, так и озерное совершается обыкновенными способами и приемами, много раз описанными и с величайшей подробностью объясненными даровитейшим патриархом наших рыболовов и охотников — Серг. Тим. Аксаковым...» [30, 382].

Вторая часть сборника «Охотничьих рассказов» (1885) — «В Зырянском крае» — открывается во многом автобиографическим рассказом «Переселенцы», где Арсеньев с грустью констатирует: «В зырянскую сторону, в Усть-Сысольск, в этот глухой отдаленный городок... тянулся в этом возке ваш покорнейший слуга. Переселение это я совершал по воле различных враждебных обстоятельств, преследующих меня в жизни с удивительным упорством» [Там же, 125]. При этом автор рад, что в новых местах он найдет «много любопытного в жизни и нравах чуждого... народа» [30, 125], кроме того, получит возможность познакомиться с зырянской охотой. Последующие рассказы «Белый бор» (частично переработанный ранний рассказ «Охота в окрестностях Усть-Сысольска»), «Черные утки», «Ляйкодж», «Лем-ю», «Щугор», «Попадья-охотница», «Рыбная ловля у зырян» во многом сориентированы именно на представление нового материала: речь идет о технических средствах охоты зырян (петли для птиц, шалаш под тетеревов, лампы (зырянские лыжи), сырц, плавательная мережа и пр.), об особенностях зырянского народа (суеверия, приговоры), о зырянском фольклоре (язык, предание о Яг-Морте, Морт-юре, слезная песня невесты), зырянском городе (Усть-Сысольск), зырянских реках (Лем-ю, Щугор, Вычегда) и местах (мыс Ляйкодж, Белый бор). В этих произведениях Арсеньев открывает неизвестный русской литературе мир народа коми, мастерски передает колорит северного быта, красоту зырянских лесных уголков, своеобразную поэзию охотничьего промысла. По мнению В. А. Лимеровой, в очерках Арсеньева («Зыряне и их охотничьи промыслы», 1873) «впервые воссоздается образ коми охотника, а коми народ получает свой литературный статус “лесных людей”» [42, 6]. Стоит уточнить, что впервые образ коми охотника писателем создается именно в «Охотничьих рассказах» (1864), а в названном исследовательницей труде тема раскрывается с опорой в основном на этнографическую составляющую. Е. К. Созина пишет по поводу сборника «Охотничьи рассказы»: «...книга впервые так панорамно познакомила широкого русского читателя с зырянским краем и народом, его образом жизни, обычаями, легендами и проч.» [49, 27]. И далее: «Иная жизнь, иной народ познается рассказчиком через общий интерес — охоту» [Там же, 30].

В рассматриваемом нами сборнике Арсеньев намеренно чередует этнографический, краеведческий материал и собственно повествование об охотничьем походе: «Однако же, рассуждая об охоте на тетеревиных токах, я отдалился от рассказа. Возвращаюсь к нему» [30, 172] и др. Во всей книге обнаруживается достаточное количество таких внутритекстовых отсылок; кроме того, автор часто ссылается на произведения охотничьей тематики своих современников (С. Т. Аксаков, А. Черкасов и пр.), статьи по интересующей тематике (С. Е. Мельников, П. Минорский, Н. Я. Данилевский и пр.), поясняет незнакомые читателю слова, приводит статистические данные⁴, что поддерживает просветительскую и в то же время практически-прагматическую направленность его труда.

Как бывалый охотник, Арсеньев имеет возможность сравнивать природные особенности своих родных мест (Ярославская губерния, окрестности Шексны) с Зырянским краем: «В наших пришекснинских местах черные утки не появляются. В первый раз я познакомился с ними в зырянском крае... <...> Зыряне заявляют, что эти утки исключительно питаются рыбою...» [Там же, 176]. Чтобы не загромождать текст подробностями обитания тех или иных животных, автор дает такой справочный материал в подробных сносках [Там же, 285–286]. Не только природные особенности региона попадают в поле зрения Арсеньева, но и разнообразные жанры фольклора: «Прожил я несколько времени в Олонецкой губернии, тоже в лесной стороне, между промышленниками: там куда больше басен про разные чудесные приключения; и из них есть весьма интересные легенды, хоть баллады пиши» [Там же, 344].

Сравнение состояния охотничьего промысла в различных регионах проводится автором не только в синхронном, но и в диахронном аспекте. Часто встречаются мотивы оскудения природы: «Лесные ли пожары, которые часто бывали в северных лесах в последние два десятилетия, тому виною, настойчивое ли преследование промышленников или изменения природы в климатическом отношении, к чему вообще звери весьма чувствительны, только лось и лань упорно стремятся к югу... где прежде никогда их не видывали» [Там же, 286]. Автор является не только знающим охотником с большим опытом, но и ученым-экологом, прекрасно понимающим, что «чувство природы», которое включает в себя умеренность, очень важно в охотничьем деле (тем более промысловом). В этом смысле образцом становятся именно охотники из народа, близкие к природе, чувствующие ее, оберегающие от разорения «чужаками»: «Абрам одарен был сильной восприимчивостью, любовью к природе, которая отражалась в нем необыкновенно натурально и цельно. Поэтому из него вышел охотник не шкурятник, но наблюдатель, ценящий впечатления, любитель наслаждений охоты, а не выгод от нее» [Там же, 357].

Сборник «Охотничьих рассказов» (1885) является не просто перепечаткой уже изданного по выбранной тематике, автор во многом дополняет выходявшие

⁴ «Коромольник — большой хвойный лес со множеством моховых болот» [30, 30]; «В 1854 году свинец был 25 коп. фунт...» [Там же, 43]; «Сухменек — сухое, несколько возвышенное место болот» [Там же, 154] и т. д.

ранее тексты. Так, например, в переработанном и расширенном виде небольшая заметка из «Вологодских губернских ведомостей» «Река Щугор» (1866) [12] появляется в «Картинах Дальнего Севера» [20], а затем уже в сборнике «Охотничьих рассказов» под названием «Щугор».

II

Отдельным жанровым блоком в творчестве Ф. А. Арсеньева выступают статьи и книги этнографического характера, краеведческие сборники.

На шекснинском материале «вырастает» очерк «Пролетные» (1859) [11], где Арсеньев предпринимает попытку систематизации в научном ключе своих знаний о дичи, обитающей на берегах реки Шексны. Жанр «Пролетных» следует определить как природоведческую статью-очерк, где Арсеньев актуализирует фактографический материал: автор сообщает о скорости полета птиц, ссылается на другие работы по теме, подробно описывает отличительные признаки уток, лебедей, гусей и пр., оценивает трудности охоты на каждый из рассмотренных видов птиц. «Разбавляют» достаточно сдержанное повествование живописные зарисовки, например, время прилета той или иной птицы. Особое внимание к местности согласуется с существовавшей традицией в практически-прикладной охотничьей литературе. Указание на место охоты было важной чертой документального письма, так как в каждой отдельной местности охота может быть разной.

Одним из первых сборников краеведческой тематики стала работа «Речная область Шексны» [32]. Книга состоит из девяти разделов. Автор поставил перед собой задачу полноценного представления шекснинских окрестностей во многих аспектах: характеристика бассейна р. Шексны и прилегающих рек, характеристика лесопромышленности и описание сплава леса, характеристика судоходства на р. Шексне, описание рыбной ловли, описание близлежащей Уломской волости, а также г. Рыбинска. Кроме того, в приложении к изданию была помещена генеральная карта р. Шексны. Однако Арсеньев включил в это обширное исследование и свой более ранний художественный очерк «Весна на Шексне в 1857 году» (1863) [33] практически в неизменном виде. Таким образом, очевидно, что писатель компоновал свои этнографические и краеведческие сборники скорее по близости описываемого географического материала, чем по характеру изложения. Таблицы, статистические сводки, карты, расчеты соседствуют здесь с воспоминаниями автора об «удивительной весне 1857 года», занимательными случаями, произошедшими с крестьянами родного села писателя — села Красного, и др.

Этнографическим сборником можно назвать известный сборник Арсеньева «Зыряне и их охотничьи промыслы» [18], где автор подробно останавливается на происхождении данной народности, языке, разбирает самоназвание народа, детально рассматривает устройство зырянской охоты, а также экономическую сторону этого промысла. Книга хорошо иллюстрирована: зырянская винтовка и собаки зырян, нарта, пывзань (охотничья избушка в лесу), ловушка на росомаху, беличья западня и пр. Арсеньев много говорит о технической части промышленной охоты зырянина, приводя примеры из прецедентных художественных произведений, связанных с охотой: «Летом, когда зыряне не имеют в собаке никакой

надобности, они совсем ее не кормят, рассуждая на счет этой статьи подобно тургеневскому Ермолаю: “зачем пса кормить; пес — животное умное, сам себе найдет пищу”» [18, 21]. Современники высоко оценивали краеведческо-этнографические работы писателя, который, по их мнению, составил «несколько серьезных книг по этнографии» [41, 657].

В 1879 г. под редакцией Арсеньева начинает выходить серия краеведческих изданий — «Вологодский сборник». В предисловии к первому тому (1879) он пишет: «Делая выбор статей для Сборника, мы... обращали внимание на то, чтобы эти статьи имели чисто местный характер», посвящались «материалам, касающимся всестороннего изучения губернии и того или другого положения... народной жизни» [27]. Таким образом, издание в большей степени было ориентировано на свободную организацию с упором на исследовательскую составляющую. В сборник попадали не только статьи местного значения. В первом томе сам издатель поместил три свои статьи («Крестьянские игры и свадьбы в Янгосоре, Вологодского уезда (Бытовой этюд)» [5]; «Молочное дело в Вологодской губернии» [23]; «Водная система герцога Александра Виртембергского. Промышленно-статистический очерк» [15]). Во втором том «Вологодского сборника» (1881) попали и статьи Арсеньева с демографическими сводками («Движение населения Вологодской губернии за десятилетний период (с 1867 по 1877 г.)» [17]), и «Отчет о занятиях Вологодского губернского статистического комитета за 1879 год» [28], и беллетризованные воспоминания охотника («Картины Дальнего Севера. Щугор. Из охотничьих рассказов» [21]).

Особого внимания из названных произведений заслуживает статья «Молочное дело в Вологодской губернии» [24], изданная отдельно в 1879 г. Это яркий пример деловой прозы с биографическим началом. Арсеньев начинает обзор с обрисовки нынешнего состояния молочного дела в губернии, называет основных производителей сливочного масла, а также повествует о своем заводе сырного и сливочно-масленного дела в Пошехонском уезде, на Водоге. Автор рассказывает об устройстве производства буквально «с нуля», что придает повествованию колорит инструктажа. Он использует риторические средства, делится действенными способами того, как улучшить производство: «Как же усилить количество корма? Завести травосеяние. Что и было сделано нами на другой же год по открытии завода...» [24, 7]. Не обходит писатель и экономическую сторону производства: всевозможные цены на разные виды масла, способы ценообразования стоимости продукта и прочее приводятся в больших количествах и в обязательном порядке соотносятся с личным опытом: «Осенью и вообще когда коровы на издое, выходы масла лучше, но я принимаю 1½ фун. с пуда по общей сложности за год» [24, 15]. Арсеньев трезво оценивает все плюсы и минусы налаженного производства в губернии (по его собственным словам, «темные и светлые стороны»), в конце статьи помещает обширный вывод, рисует будущность молочного дела в Вологодской губернии. Само по себе молочное дело и все сопутствующее вызывало у Арсеньева живой интерес: в «Вологодских губернских ведомостях» он освещает выставку молочных продуктов и рогатого скота в г. Вологде [16], помещает заметку «Об истреблении скота хищными зверями в Вологодской губернии в 1878 году»

[26] и пр. Хозяйственный интерес писателя не ограничивался только молочным делом, что подтверждается статьями и книгами о кустарных промыслах Вологодчины [25, 22].

Среди сочинений писателя находим также историческую монографию «Петр Великий в Вологде и на Севере России» [31], где автор подробно комментирует исторические документы, сводит воедино все сведения о пребывании Петра I на Севере. У книги достаточно богатый справочный аппарат, автор ссылается на исследовательские работы, систематизирует данные, собранные его предшественниками — С. Ф. Огородниковым, В. Н. Майновым, Н. В. Тишиным и др. Арсеньев обращается также к памятным книжкам, приходорасходным книгам Вологодского епархиального дома и пр., чтобы уточнить имеющиеся фактические ошибки и неточности. Монография состоит из четырех глав, каждая снабжена кратким пояснительным обзором-содержанием. Помимо подробного описания пребывания Петра на Вологодчине, автор выходит и на более глобальные темы: к примеру, комментирует документы, которые могли бы пополнить «...сумму наших сведений о сношениях России с Китаем в Петровское время» [31, 35]. Такая тщательная систематизация сведений о деятельности Петра на Севере России логично требует основательного закрепления, что автор и предлагает сделать с помощью создания краеведческого музея, где будут представлены памятники Петровской эпохи и предметы вологодской старины.

Таким образом, творчество Ф. А. Арсеньева — самобытного писателя и краеведа — представляет собой уникальный феномен региональной литературы, демонстрирующий возможность тесного переплетения художественного и беллетристического, краеведческого и этнографического, документального и статистического начал. Арсеньеву принадлежит значительный вклад как в охотничью тему русской литературы, так и в коми-тему — именно благодаря работам Ф. А. Арсеньева читатель узнал многое о быте, культурно-исторической специфике существования данной народности. При разработке обеих тем для Арсеньева-писателя и для Арсеньева-краеведа наиболее значимым являлся детальный подход к описываемому, позволявший писателю органично сочетать разностилевым и разножанровым материал.

-
1. Аксаков С. Т. Собрание сочинений : в 4 т. М., 1955. Т. 4. 664 с.
 2. Аксаков С. Т. Отзыв о «Журнале охоты» // Рус. вестн. 1858. Т. 18 (ноябрь), кн. 1 : Современная летопись. С. 66–69.
 3. Аксаков С. Т. Охота пуще неволи. Киев, 1991. 592 с.
 4. Арсеньев Ф. Воспоминания охотника // Журнал охоты. 1858. Т. 1, № 4 (апрель). С. 233–258; 1859. Т. 3, № 17 (май). С. 267–289.
 5. Арсеньев Ф. Крестьянские игры и свадьбы в Янгосоре, Вологодского уезда (Бытовой этюд) // Вологодский сборник, издаваемый Вологодским губернским статистическим комитетом / под ред. Ф. А. Арсеньева. Вологда, 1879. Т. 1, ч. 4. С. 1–50.
 6. Арсеньев Ф. Ляйкодж (Рассказы из охоты в зырянской стороне) // Время. 1862. № 8. С. 43–102.
 7. Арсеньев Ф. О промышленных делах и торговых сношениях в Зырянском крае. Этнографический очерк // Памятная книжка Вологодской губернии на 1865–1866 гг. Вологда, 1866. С. 1–62.

8. *Арсеньев Ф.* Охотничьи и рыбные промыслы в Устьсысольском уезде в 1874 и 1875 гг. // Журнал Московского общества охоты. 1875. № 6. С. 63–66.
9. *Арсеньев Ф.* Очерк (стат.) Кубенского края // Памятная книжка Вологодской губернии на 1862–1863 гг. Вологда, 1863. Вып. 2. С. 143–156.
10. *Арсеньев Ф.* Порча. Очерк // Вологодские губернские ведомости. 1863. № 19. С. 61–62.
11. *Арсеньев Ф.* Пролетные // Вологодские губернские ведомости. 1859. № 50. С. 424–427; № 52. С. 439–441; 1860. № 2. С. 13–15; № 3. С. 24–27. То же см.: Вестник естественных наук. 1860. № 18 (7 мая). Ст. 566–580.
12. *Арсеньев Ф.* Река Щугор. Картины нашего Севера // Вологодские губернские ведомости. 1866. № 47. С. 468–469.
13. *Арсеньев Ф.* Торговые сношения в Зырянском крае // Знание. 1871. № 7 (июль). С. 22–30.
14. *Арсеньев Ф.* Шексна и ее окрестности в Пошехонском и Мологском уездах // Ярославские губернские ведомости. 1857. 23 марта. С. 84–85; 25 мая. С. 157–159.
15. *Арсеньев Ф. А.* Водная система герцога Александра Виртембергского. Промышленно-статистический очерк // Вологодский сборник, издаваемый Вологодским губернским статистическим комитетом / под ред. Ф. А. Арсеньева. Вологда, 1879. Т. 1, ч. 2. С. 1–53.
16. *Арсеньев Ф. А.* Выставка молочных продуктов и рогатого скота в г. Вологде // Вологодские губернские ведомости. 1881. № 81. С. 1.
17. *Арсеньев Ф. А.* Движение населения Вологодской губернии за десятилетний период (с 1867 по 1877 г.) // Вологодский сборник, издаваемый Вологодским губернским статистическим комитетом / под ред. Ф. А. Арсеньева. Вологда, 1881. Т. 2, ч. 2. С. 125–153.
18. *Арсеньев Ф. А.* Зыряне и их охотничьи промыслы. М., 1873. 65 с.
19. *Арсеньев Ф. А.* Из воспоминаний охотника // Отеч. зап. 1858. Т. 117, № 4 (апрель). С. 137–149.
20. *Арсеньев Ф. А.* Картины Дальнего Севера. Из охотничьих рассказов. Вологда, 1881. 66 с.
21. *Арсеньев Ф. А.* Картины Дальнего Севера. Щугор. Из охотничьих рассказов // Вологодский сборник, издаваемый Вологодским губернским статистическим комитетом / под ред. Ф. А. Арсеньева. Вологда, 1881. Т. 2, ч. 4. С. 154–208.
22. *Арсеньев Ф. А.* Кустарный промысел лесотехнических продуктов. Смола, деготь, лек, сажа, скипидар, канифоль // Вологодские губернские ведомости. 1886. № 34. С. 6–7; № 35. С. 7; № 36. С. 8; № 37. С. 6; № 38. С. 6; № 40. С. 9; № 42. С. 8; № 43. С. 6; № 44. С. 10; № 45. С. 9; № 46. С. 9; № 47. С. 9–10; № 48. С. 12; № 50. С. 12–13.
23. *Арсеньев Ф. А.* Молочное дело в Вологодской губернии // Вологодский сборник, издаваемый Вологодским губернским статистическим комитетом / под ред. Ф. А. Арсеньева. Вологда, 1879. Т. 1, ч. 5. С. 1–38.
24. *Арсеньев Ф. А.* Молочное дело в Вологодской губернии. Вологда. 1879. 38 с.
25. *Арсеньев Ф. А.* Московская промышленно-художественная выставка. Вологодская губерния. Очерк кустарных промыслов по изделиям, собранным Вологодским губернским земством. Вологда, 1882. 52 с.
26. *Арсеньев Ф. А.* Об истреблении скота хищными зверями в Вологодской губернии в 1878 году // Вологодские губернские ведомости. 1879. № 101. С. 1–2.
27. *Арсеньев Ф. А.* От редакции // Вологодский сборник, издаваемый Вологодским губернским статистическим комитетом / под ред. Ф. А. Арсеньева. Вологда, 1879. Т. 1. С. 7–8.
28. *Арсеньев Ф. А.* Отчет о занятиях Вологодского губернского статистического комитета за 1879 год // Вологодский сборник, издаваемый Вологодским губернским статистическим комитетом / под ред. Ф. А. Арсеньева. Вологда, 1881. Т. 2, ч. 12. С. 1–31.
29. *Арсеньев Ф. А.* Охотничьи рассказы. СПб., 1864. 213 с.
30. *Арсеньев Ф. А.* Охотничьи рассказы. 2-е изд., испр. и доп. восемью новыми рассказами. М., 1885. 386 с.
31. *Арсеньев Ф. А.* Петр Великий в Вологде и на Севере России. Вологда, 1880. 38 с.
32. *Арсеньев Ф. А.* Речная область Шексны. Ярославль, 1866. 300 с. (Тр. Ярослав. губ. стат. комитета; вып. 2).

33. *Арсеньев Ф.* Весна на Шексне в 1857 году // Промышленность. 1863. Кн. 11–12. С. 348–357.
34. *Арсеньев Ф.* Леса по отношению их к Вологодской губернии // Промышленность. 1863. Кн. 13. С. 7–19.
35. *Арсеньев Ф.* Метлица на Шексне // Вестн. естественных наук. 1860. № 28 (16 июля). Ст. 881–900.
36. *Арсеньев Ф.* На берегах Вычегды (Отрывок из рассказа об охоте в Зырянском крае) // Журнал охоты. 1862. Т. 8 (август). С. 49–72.
37. Б/п. Библиографический листок // Рус. слово. 1864. Сентябрь. С. 63.
38. Б/п. Библиография // Книж. вестн. 1864. № 10. С. 199.
39. *Венгеров С. А.* Арсеньев Флегонт Арсеньевич // Критико-биографический словарь русских писателей и ученых. СПб., 1889. Т. 1, вып. 18. С. 802–804.
40. *Егоров О. А.* Арсеньев Флегонт Арсеньевич // Русские писатели, 1800–1917 : биогр. словарь. М., 1989. Т. 1. С. 109.
41. *Круглов А. В.* Накануне (Из воспоминаний) // Исторический вестн. 1894. Т. 55 (март). С. 643–668.
42. *Лимерова В. А.* К вопросу о становлении национальной словесности: зырянская тема в литературных документах XIX века // Зыряне и Зырянский край в литературных документах XIX века. Сыктывкар, 2010. 520 с.
43. *Мачеварианов П. М.* Записки псового охотника Симбирской губернии. М., 1876. 144 с.
44. «Натуральная школа» и ее роль в становлении русского реализма : [сб. ст.] / отв. ред. И. П. Ведуэцкая. М., 1997. 256 с.
45. *Немирович-Данченко В. И.* Страна холода. Виденное и слышанное. СПб. ; М., 1877. 526 с.
46. *Одесская М.* Ружье и лира. Охотничий рассказ в русской литературе XIX в. // Вопр. лит. 1998. № 3. С. 239–252.
47. *Основский Н. А.* Замечания московского охотника на ружейную охоту с лягавою собакою. М., 1856. 228 с.
48. *Романов С. И.* Словарь ружейной охоты. М. ; СПб., 1877. 572 с.
49. *Созина Е. К.* Национальные лица России. Зырянский мир в русской литературе XIX века // Литература Урала: история и современность: Национальные образы мира в региональной проекции. Екатеринбург, 2010. Вып. 5. С. 20–39.
50. *Черкасов А.* Записки охотника Восточной Сибири. СПб., 1884. 680 с.

Статья поступила в редакцию 04.03.2019 г.

УДК 81:1 + 801.82 + 81'255.2 + 821.134.3-13

И. Н. Фещенко

«РУБАЙЯТ» ФЕРНАНДО ПЕССОА

В статье рассматривается система философских идей в поэме Фернандо Пессоа «Рубайят». Анализ исследований португальского рубайята и рубайята Омара Хайяма в переводе Э. Фицджеральда показал, что если Хайяма Фицджеральда можно назвать «мягким эпикурейцем», то Хайям в поэме Пессоа — «печальный эпикуреец», совмещающий в себе черты эпикурейца и стоика. Сравнение философий двух рубайятов строится на базе современных переводов персидского рубайята на русский язык. Обнаружены следующие общие положения: обращение к образам и символике суфийского учения; идеи о неумолимой власти рока над людскими судьбами, о реинкарнации; рассуждения об оставленности Богом нашей Вселенной и путях освобождения человека (отречение ото всего низкого в себе и обогащение собственной жизни и Вселенной плодами своей мысли). Выявлены различия в философии, символике и поэтических композициях обоих поэтов. На основании полученных фактов подтверждена гипотеза о возможности рассмотрения «автора» и лирического героя поэмы Пессоа в качестве еще одного гетеронима «творца душ».

К л ю ч е в ы е с л о в а: синтез культур, литератур и философий; рубайят; гетероним; эпикуреизм; стоицизм; суфизм.

Объектом нашего исследования является впервые переведенная на русский язык поэма Фернандо Пессоа «Рубайят». Темой статьи, ее предметом служит система философских идей, лежащая в основе этой поэмы португальского мыслителя.

Цель исследования: выяснить главные принципы мировосприятия, лежащие в основе поэмы Ф. Пессоа «Рубайят», подтвердить или опровергнуть возможность отнесения автора «Рубайята» к гетеронимам Фернандо Пессоа.

Задачи исследования:

- выяснить, насколько изучена поднятая проблема в работах португальских филологов, какие вопросы остались спорными, не были окончательно решены ими;
- провести сравнительное исследование рубайятов О. Хайяма и Ф. Пессоа, чтобы раскрыть общие и различные черты системы взглядов этих мыслителей на Вселенную, на смысл человеческого существования в ней;
- подтвердить или опровергнуть гипотезу Ж. Пизарро о возможности рассматривать Омара Хайяма из поэмы Пессоа «Рубайят» в качестве еще одного гетеронима знаменитого «творца душ».

Актуальность работы заключается в рассмотрении философских позиций Ф. Пессоа на основе еще неизвестной большинству российских филологов поэмы «Рубайят». Научная новизна состоит в раскрытии роли, которую играет

ФЕЩЕНКО Ирина Николаевна — кандидат педагогических наук, доцент; свободный переводчик, поэт, эссеист, член Союза российских писателей, исследователь в области сравнительной литературы, г. Бенавенте (Португалия) (e-mail: irenerussian@mail.ru, irenerussian@gmail.com).

© Фещенко И. Н., 2019

в мировосприятии Ф. Пессоа философская мудрость Востока, содержащаяся в трудах суфиев, в произведениях знаменитых восточных мудрецов, одним из которых является Омар Хайям.

Фернандо Пессоа (1888–1935) создал поэму «Рубайят», будучи уже зрелым мастером. Первым, кто обнаружил в архиве поэта рубайят, был Алешандрину Северину (1931–1993) — португалец, профессор бразильского университета. О своей находке он сообщил на Первом Международном конгрессе исследователей творчества Пессоа, который проходил в Порту в 1978 г. В этом же году Мария Алиете Гальош, известная эссеистка, поэт, исследователь творчества Пессоа, Са-Карнейру и других португальских писателей, начала поиск рубайята в поэзии Фернандо Пессоа. На III Международном конгрессе в Лиссабоне, в 1985 г., она доложила о первых плодах поиска «песен о вине». В 1990 г. корпус рубайята Пессоа уже объединял 134 четверостишия. В 1996 г. Гальош продолжила свою работу, используя материалы архива Дома-музея Пессоа. Она «расшифровывала» четверостишия, написанные Фернандо от руки на его экземпляре книги Омара Хайяма (перевод на английский язык Эдварда Фицджеральда, 1928 г.). В этом ей помогала «команда Пессоа» — исследователи его творчества. Результатом поиска было расширение корпуса рубайята до 182 четверостиший и подготовка четверостиший к публикации. В 2003 г. известное издательство «Assírio & Alvim» опубликовало книгу рубаи. В 2008 г. в издательстве «Casa de Moeda» вышло наиболее полное издание «Рубайята» Пессоа [22] с приложениями, демонстрирующими длительную и кропотливую исследовательскую работу.

Тексты рубаи Пессоа из этого последнего издания были переведены впервые на русский язык автором этой статьи. Книга ждет своего издателя. До сих пор были опубликованы только отдельные четверостишия из этого перевода [4, 126–223].

Вызывает интерес история создания «Рубайята». В 1913 г. Пессоа собирался публиковать антологию зарубежной поэзии, куда планировал включить и перевод на португальский язык «Рубайята» Омара Хайяма (1040–1123) с предваряющим его эссе о философии персидского мудреца. Он уже перевел в общей сложности 42 четверостишия на португальский язык, написал несколько заметок, которые должны были войти в предисловие. Но затем с 1926 г. начал писать свой «Рубайят». Эта работа была закончена в октябре 1935 г., менее чем за два месяца до кончины поэта. Было написано около ста семидесяти четверостиший — рубаи. Пессоа старался воспроизвести стиль, метрику, рисунок и темы четверостиший Хайяма в соответствии с переводом английского поэта Эдварда Фицджеральда (1809–1883). Известно, что при жизни Э. Фицджеральда было четыре издания его перевода «Рубайята» (начиная с 1859 г.), в личной библиотеке Ф. Пессоа хранится экземпляр, изданный в Лейпциге в 1928 г. Почему же Пессоа оставил идею о переводе «Рубайята» Хайяма и создал свой собственный «Рубайят»?

Исследователи поэзии Хайяма считают, что переосмысление Фицджеральдом его творчества мало связано с исторической фигурой поэта и философа. Образ вина, частый в средневековой персидской поэзии, был интерпретирован Фицджеральдом буквально, что вызвало справедливую критику со стороны знатоков

мистических и эзотерических символов, использованных в «Рубайяте» Хайяма [21, 175–177]. Подвергалось сомнению и знание английским поэтом персидского языка [14, 90–98, 208]. Сам Фицджеральд признавал, что его перевод не был строгим [19], он не пытался исследовать принадлежность Хайяма к философским школам, в его версии Хайям предстает как скептический поэт и мыслитель, эпикурейский гедонист. Но некоторые мистические и эзотерические идеи в переводе были сохранены, что и привлекло внимание Пессоа.

Португальский мыслитель чрезвычайно строго относился к переводам, и вряд ли бы он взялся переводить Хайяма с перевода Фицджеральда, который не считал точным. Сохранились записи Пессоа о том, что в переводах Фицджеральда более виден он сам, поэт Викторианской эпохи, чем средневековый персидский поэт и философ Омар Хайям [22, 76]; под своими отдельными переводами Хайяма Пессоа подписал, что перевел эти стихи с тем же честным и правдивым неправдоподобием (по отношению к оригиналу), как это сделал и Фицджеральд [Там же, 137]. Из-за незнания фарси португальский писатель не мог переводить Хайяма с оригинала. Он выбрал единственно возможное в этой ситуации решение: создать свой собственный рубайят. Так, его идея перевода «Рубайята» превратилась в идею создания собственного.

Встает вопрос — какова была задача португальского мыслителя при написании этой поэмы: вывел ли он здесь на сцену еще одного гетеронима — героя его «драмы в личностях», как считает исследователь творчества Пессоа Ж. Пизарро, или он хотел изменить облик Хайяма, вошедший в мировую литературу благодаря Фицджеральду и ставший привычным, возродить в начале XX столетия новым языком, иными красками истинное мировосприятие персидского мудреца XI–XII вв.?

Пока существует очень мало сравнительных исследований идей, мотивов и образов рубайятов Омара Хайяма и Фернандо Пессоа. Впервые влияние арабо-исламской культуры на творчество Пессоа было исследовано в краткой рукописи Жозе Аугусто Сеабры, опубликованной в 1996 г. под названием «Fernando Pessoa, Al-Mutamid et le sebastianisme» и в очерке Марсии Алиете Гальош, издавшей «Рубайят» Пессоа. Вопрос о влиянии идей персидского мудреца на «Рубайят» Пессоа исследовался на протяжении десятилетий также другими учеными, среди которых А. Северино, П. Киллиер, Ж. Пизарро [24], Ф. Бошкаглия [16].

Одно из первых исследований осуществила бразильский ученый Марсия Фейтоза, в 1998 г. была опубликована ее книга «Fernando Pessoa e Omar Khayyam» [17]. В статье, посвященной той же теме [18], она сопоставляет рубайят Хайяма в переводе Э. Фицджеральда с рубайятом Пессоа, отмечая, что обоими поэтами выбран ритм ямбического десятисложника, в котором рифмуются три строки из четырех, что создает впечатление разочарованности и меланхолии. Фейтоза указывает на сходство выбираемых тем рубаи, выражающих напрасные поиски смысла жизни, безнадежность. Достаточно спорны выводы исследователя о вине: по ее мнению, у обоих поэтов вино является способом побега из реального мира, которого они не понимают. Эти выводы противоречат более поздним исследованиям (Ф. Бошкаглия, Ж. Пизарро, Н. Амаду). М. Фейтоза считает, что в обоих

рубайятах поднимаются метафизические вопросы, в частности о том, что познание мира недоступно человеческому разуму, а то, что возможно постичь, невыразимо в слове; отмечает идею о непреложной власти Судьбы над человеческой жизнью, присутствующую в обоих рубайятах. Интересна мысль исследователя о роли надежды (чаяния) в рубаи Пессоа:

День каждый в сердце чаяния множит,
Осуществить их ни один не может.
От чайний отчаянно устал,
Но с их опорой каждый день мой прожит [22, 15]¹.

Не жди обещанного, против — власть
Судьбы: пообещав, она сбылась.
Ты удовольствие, что ждешь напрасно,
Уже вкусил от ожиданья всласть [Там же].

Жизнь утомительна, поэтому лучше мечтать, а в мечтаниях — верить и надеяться. Надежда, хотя и не осуществляется, но дарит удовольствие уже от самого ожидания, она — опора человека в его жизни [18].

Заслуга М. Фейтозы состоит и в том, что она обнаружила в рубайяте Пессоа, в отличие от рубайята перса, лейтмотив большинства произведений португальского поэта: «промежуток» и противоречие между существованием личности — оно определяется португальским глаголом “*ser*” с оттенком постоянства — и ее жизнью «здесь и теперь», определяемой глаголом “*estar*” с оттенком временности данного состояния (видимо, речь идет о реинкарнациях):

Кем был я — умер. Буду вновь — не я.
Меж тем и этим — тень небытия.
Но в промежутке так сияет солнце,
И, значит, солнце есть. Мы с ним — друзья [22, 30].

Положив начало сравнительному анализу философий персидского мудреца и португальского мыслителя, М. Фейтоза подчеркнула значение поэмы «Рубайят» Пессоа, позволившей с новой стороны раскрыть мировоззрение португальского мыслителя, показав, как идеи персидского мыслителя органично вошли в пространство Пессоа — «создателя душ».

Другой исследователь творчества Пессоа — Херонимо Пизарро — считает, что португальский поэт создал своего Хайяма, с собственным литературным стилем и собственной философией, утверждает, что это еще один гетероним Пессоа, что в отрывках о Хайяме, вошедших в «Книгу непокоя» [8, 354–357], Пессоа показывает сходства и различия между собою (ортонимом) и созданным им Хайямом [24, 127–149].

Эта гипотеза интересна, но требует дополнительных доказательств.

¹ Этот и все последующие переводы «Рубайята» Пессоа выполнены автором статьи И. Фещенко-Скворцовой.

В ходе перевода поэмы выяснилось, что Пессоа в «Рубайяте» действительно отождествляет себя с Омаром Хайямом (курсив автора статьи):

В том Нишапуре, где горит восход,
Где я родился, розы дважды в год
Цветут. *И надо мною, погребенным,*
Два раза в год пылает праздник тот! [22, 37].

Вспоминается высказывание одного из суфиев о том, что цветы, отцветшие в человеческом сердце, продолжают жить, их благоухание разносится по всему миру. Именно аромат этих роз и вдохновляет Пессоа написание собственного «Рубайята». Он воскрешает Хайяма, преобразуя его стихи в собственные. Тело Хайяма преобразовалось в розы, а его дух не остался в Персии (Иране), он теперь живет в «Рубайяте» Пессоа:

Твердят: он там, где воздух напоен
Роз ароматом, где растет лимон,
Нашел Хайям могилу в Нишапуре.
Но нет, он здесь, и розы эти — он [Там же, 49].

Об отличии мироощущения Хайяма от его собственного Пессоа говорит в «Книге непокоя» (от лица Бернарду Суареша): «Омар имел определенную индивидуальность; я — к счастью или к несчастью — ее не имею... совершенно этого не желая в действительности, я несу в себе, — так, будто бы это были души — философии, которые я осудил бы; Омар мог отказаться от них всех, потому что для него они были внешними; но я не могу отказаться от них, ибо они — это я сам» [8, 354–357]. Эта мысль португальского поэта — одно из подтверждений предположения Ж. Писарро о том, что Хайям Пессоа — еще один его гетероним.

Нуну Амаду в части своей докторской диссертации, посвященной «Рубайяту», [13, 222–236], называет М. В. Фрейташа [20] первым филологом, указавшим на оды другого гетеронима Пессоа — Рикарду Рейша как на самое яркое свидетельство близости поэзии Пессоа и поэзии персидского мудреца.

Амаду подчеркивает, что Хайям Фицджеральда совсем не таков, каким он предстает в «Рубайяте» Пессоа и в отрывках из «Книги непокоя». Он цитирует найденный в архиве Пессоа короткий машинописный текст о Хайяме: «Его пессимизм — это не пессимизм скептика, но того, кто мыслил и устал от бесполезных дум. Его призыв “Пей!” — это требование самое печальное, какое только есть в мире. ...Если в материализме или обычном эпикуреизме любовная тема звучит достаточно громко, то у Омара она сведена практически к нулю: вино, а не любовь он ищет. Усталый мыслитель отрекается и от любви, и от веры, он отрекается от самой жизни» [23].

Без веры, без любви исподтишка
В жизнь отрицанье их войдет, пока
Час не приходит убирать игрушки
И спать. Все есть, нет ничего — века [22, 25].

Данное описание явно относится не к Хайяму Фицджеральда, но к Хайяму, созданному самим Пессоа, к автору и лирическому герою его «Рубайята».

В отрывках прозы Пессоа, имеющих отношение к «Рубайяту», португальский мыслитель поясняет, что Хайям устал не жить, а существовать, в этом и заключается его мрачная магия, то неугасающее влияние, какое он оказывает на людские души [22, 76].

Эта метафизическая усталость Хайяма Пессоа сравнима с экзистенциальной тоской, описанной в «Последнем Мессии» Петером Цапффе (1899–1990), — «результатом чрезмерно развитого интеллекта», который может быть преодолен через «искусственное ограничение содержания сознания» [25].

В философии Хайяма Пессоа происходит синтез бессознательной установки, типичной для доктрины эпикуреизма — «цени миг!», и отречения стоика. Именно это и является главным отличием Хайяма Пессоа от Хайяма Фицджеральда, который, по мнению Амаду, является ортодоксальным (чистым) эпикурейцем и пьет из-за того, что не находит истину. Хайям Пессоа пьет потому, что у него нет ни веры, ни безверия, а есть только метафизическая усталость [13, 224], которую он называет скукой; пить для него означает — отречься от всего [Там же, 226]:

Ах, сколько вер по собственным заветам
Создал я пьяницей, создал поэтом!
Теперь создам ли веру я из скуки,
Не веря и в безверие при этом? [22, 29].

В синтезе эпикуреизма и стоицизма заключается и главное сходство между Хайямом Пессоа и Рикарду Рейшем — гетеронимом Ф. Пессоа, «печальным эпикурейцем», как называет его сам его создатель. Пессоа — автора «Рубайята» — и Рейша объединяет также сознание, что творения, даже гениальные, не дарят их творцу бессмертия. А при жизни гений обычно остается непризнанным. Однако той метафизической усталости, какая характерна для Хайяма Пессоа, у Рейша нет, потому что у него есть, по крайней мере, вера — его язычество [13, 222–223].

Критические анализы «Рубайята» Пессоа начали появляться недавно, до этого португальские исследователи сравнивали его с «Рубайятом» Хайяма в основном в трактовке Фицджеральда. Более широкие горизонты для анализа системы философских утверждений «Рубайята» Пессоа открываются, если сравнить ее с системой идей Хайяма, выстроенной другими переводчиками. Конечно, следует помнить, что и составители сводных книг рубаи персидского мудреца, и русские переводчики имели определенную точку зрения на философию Хайяма и часто «подгоняли» под нее свои работы. Однако серьезные попытки отбора четверостиший, принадлежащих перу Хайяма, и перевода их непосредственно с языка оригинала в наше время уже сделаны. Итоговое мнение специалистов таково: «“Чемпионат” русских переводов Хайяма длится на двух параллельных дорожках, даже на трех: первые состязаются в знании языка оригинала (фарси) и выборе канонических вариантов рубаи (И. Голубев, В. Зайцев и т. д.), другие просто перелагают английскую версию Эдварда Фитцджеральда (И. И. Тхоржевский, Дмитрий Ленков), третьи, положившись на специалистов, честно работают с подстрочника. Этот последний

чемпионат, кажется, безоговорочно выиграл Герман Плисецкий» [2]. В этом отзыве несправедливо забыт переводчик О. Б. Румер (1883–1954). Версия книги переводов Хайяма И. А. Голубева со вступлением, написанным переводчиком, представляется весьма аргументированной. Вот как в той же Антологии пишется о нем: «Переводчик, специально выучивший фарси для того, чтобы переводить Хайяма. Бесплезно соотносить работу Голубева с трудами предшественников, вне зависимости от того, с оригинала они переводили или с подстрочника, ибо Голубев создал свой и только свой “образ” и “корпус” Хайяма» [3]. И. А. Голубев строит логичную систему, отражающую суть поисков истины и этапов духовного развития персидского мудреца [6]. Конечно, это всего лишь гипотеза, доказать которую не представляется возможным, но гипотеза интересная.

Основываясь на вышеназванных русских переводах, можно путем сравнения рубайята великого перса с рубайятом Пессоа определить:

- общие черты философии рубайята перса и рубайята португальца;
- характерные различия между этими системами идей;
- дополнительные подтверждения в пользу гипотезы о том, что Хайям в рубайяте Пессоа — еще один гетероним поэта.

При рассмотрении религиозных убеждений Хайяма и Пессоа, отраженных в стихах обоих авторов, обнаруживаются противоречивые утверждения. У обоих есть рубаи, в которых звучит признание Бога Творца и его благого влияния на человеческую жизнь. У Хайяма есть даже восхваления Бога (Аллаха), полные экстаза. Он утверждает, что «цель творца и вершина творения» — человечество [5] (№ 380, пер. Н. Стрижкова). У Пессоа упоминания о Боге звучат менее восторженно, но Творец все же «следит за его жизнью» [22, 15, 44]. Однако эти примеры редки в рубайятах обоих поэтов. Вот пример совершенно противоположного по смыслу четверостишия Хайяма — это горькое обвинение, брошенное Богу [6]: «Порочен я, Твой раб, так принуждаешь — Ты. // На людях нет вины! Грех порождает — Ты!» (№ 536, пер. И. Голубева). У Пессоа имеется много рубаи, в которых он говорит об отсутствии Бога, о «нежилых небесах», о «лгущем» и даже о «мертвом Боге»: «Все есть ничто, и в центре — мертвый Бог» [22, 38]. Кажется, именно в «Рубайяте», одной из последних работ поэта, Пессоа наиболее резко и определенно выражает свое отношение к Творцу, и это подтверждает предположение о том, что португальский «создатель душ» видел в Хайяме своего «Рубайята» еще одного гетеронима, позволявшего ему высказать взгляды, возможно, отличные от собственных взглядов поэта-ортонома.

Человеческая жизнь — путь человека — в рубайяте Пессоа определяется так: «...он без цели, // Без маяка, без долга, без креста» [Там же, 20]. Отдельные четверостишия звучат, как завуалированные обвинения Богу, когда он говорит, что покой не даруется человеку, он его крадет (видимо, у Бога) [Там же, 42]. Можно предположить, что в одной из рубаи Пессоа прямо обвиняет Творца в кровавых побоищах:

Когда толпа, готовая попать
Добро и честь, выходит рать на рать,

Ты можешь не желать заснуть, не видеть?
Того, кто их ведет, не презирать? [22, 36].

Некоторые мыслители [14, 135–136] видели в Омаре Хайяме поэта-суфия. И действительно часть его четверостиший (но не все) отвечают этому представлению. В стихах Хайяма порой открыто даны положения суфийского учения [6, № 64]. Можно предположить, что и португальскому мыслителю были близки идеи суфизма. Известно, что Пессоа живо интересовался оккультизмом. Этот вопрос был освещен в исследованиях отечественных филологов, например О. А. Овчаренко [7] и О. А. Сапрыкиной [9].

Создатель мифов, Пессоа называл две их разновидности: миф-история и миф-выдумка. Мифом-выдумкой и были для него боги — греческие и римские, что особенно ярко проявилось в творчестве его гетеронима Рикарду Рейша. Виктор Мануэл Адриау в статье «Герметизм и послание Фернандо Пессоа» [12] делает следующие выводы: «высшее язычество» Пессоа связано с религией мудрости, в которой, по его мысли, можно было бы объединить духовные принципы Востока (буддизм, суфизм) и христианство Запада.

Пессоа особенно подчеркивал толерантность исламской цивилизации на Иберийском полуострове Аль-Андалус, при которой мирно существовали рядом иудеи, христиане и мусульмане. Мирный культурный диалог продуцировал много идей, находивших свое воплощение в научных и философских работах и в художественных произведениях. В 1915–1916 гг. Пессоа изучает теософию, по его словам, принимающую все иные религии. Тогда ему и стал близок исламский мистицизм-эзотеризм, называемый суфизмом, близок именно своей толерантностью, выраженной в одной из поговорок суфиев: «Путей к Богу столько, сколько различных дыханий есть у детей человеческих» [15, 68–69].

По большей части суфийская литература написана так, что человек, незнакомый с ее внутренним, скрытым смыслом, может быть обескуражен. Кажется, что Хайям, например, пишет всегда об одном и том же: о вине, о возлюбленной, о кубке и уединении. Но суфийская поэтическая символика часто подразумевает под любовью тягу души неопита к Богу, а под вином — восприятие уроков наставника и суфийских религиозных обрядов, вино в мистической поэзии может означать и истинные ценности бытия, и поток живых страстей, и человеческую кровь, символизирующую жизнь.

Согласно исследованию переводчика И. А. Голубева, у персидского мудреца «вино» — то лучшее в жизни, чем можно усладить свой дух, не увлекаясь «ложными ценностями»: молодость и любовь, весна и цветение садов, музыка и песни; зрелость и творчество, научное познание мира и общение с друзьями; старость и мудрость, афористичные стихи и умный спор. Иными словами — истинные ценности бытия. Главная эмоция, сопровождающая процесс питья, — радость жизни, веселье: «Что значит “путь кутил”, что значит “зелье пить”? // Наперекор судьбе всегда веселым быть» [6, № 624].

Вино Хайям сравнивает с жизнью: «Принеси мне наполненный жизнью кувшин!» (№ 269, пер. Г. Б. Плисецкого) [5]. Вино помогает человеку стать самим

собой, убирая преграды к этому, созданные разумом (№ 432, пер. Г. Б. Плисецкого): «Ты с душой обращаешься, словно с рабой. // Стать ее заставляешь самую собой» [5].

Является ли вино «Рубайята» Пессоа так же, как у Хайяма, символом, пришедшим из суфийской религии? Это вполне вероятно, ведь португальский мыслитель в одной рубаи дает вину такое определение: «...что душу веселит, что в грудь // божественную кровь несет, как веру» [22, 37]. Рубаи Пессоа почти повторяют мысль Хайяма о том, что вино разрывает ограничивающие пути разума: «Ты в зеркале вина себя увидишь // И выпьешь с ним... сознание заодно» [Там же, 23]. Оно помогает человеку стать самим собой:

Мне вечного вина неси в кувшине,
Пусть в нем мои глаза встречают ныне
Другие — в зеркале пурпурно-ясном,
Так встречу я себя в людской пустыне [Там же, 35].

По мнению И. А. Голубева, «...ко многим печальным недоразумениям приводило переводчиков то, что “душа” и “сердце” в русской поэзии равнозначны, и они воспринимали такими же синонимами эти слова у Хайяма. Между тем у него это два принципиально разных “действующих лица”, есть и третье в их ряду: Разум (Рассудок). У каждого — своя сфера деятельности, и они находятся в сложных, порой драматических взаимоотношениях» [6]. Это утверждение переводчика не вполне справедливо: в русской поэзии душа и сердце далеко не всегда являются синонимами.

Душа бессмертна. Она пришла из Небытия в человеческое тело и вернется в Небытие после смерти. Для нее этот мир — чужбина [6, № 144]. Сердце же — земная часть человека, а значит — смертная. Через него душа общается с миром. О сердце Хайям говорит в рубаи № 145 и № 262, он призывает сердце веселить душу, помогать ей отдохнуть, чтобы затем она вспомнила свою задачу на земле [6].

Как использует эти символы Ф. Пессоа? Он также различает сердце и душу, он размышляет с помощью сердца [22, 39], сердце в его четверостишиях — символический орган мистического союза с Богом: «Мало, но больше звезд вмещает сердце, // Песчинка — беспредельности огромней» [Там же, 44].

Горечью разочарования полны некоторые его рубаи о сердце: «О, сердце, чьи сокровища бесценны. // Ты брошено в кулисах темных сцены // Реликвией среди плесени и хлама!» [Там же, 16]; «Раскрыло сердце все свои святыни, // Но чудо совершилось в день неверный, // Оазису не оживить пустыни» [Там же, 18].

Душой, говорит поэт, «укрыт никто», а может быть и «сущее ничто», которое должно быть спрятано от света [Там же, 26], души тоже могут нам лгать [Там же, 43] — эти мысли, выраженные в рубайяте, характерны для всего творчества Пессоа. И в то же время поэт трепетно относится к душе, воспринимаемой им как Муза:

В мечтах у каждого — душа своя,
Себе подобная, себя тая
Под колпаком стеклянным, неизменна
В хрустальных промежутках бытия [22, 19].

Душа, по мнению Пессоа, — то, что окрыляет его замыслы, благодаря чему он создает свои творения: «Как растворяется легко во мне // Свет замысла в сонливой глубине, — // Ну, кто из нас достоин душ дерзанья?..» [22, 16].

В отличие от традиции суфийской поэзии, в которой саки (виночерпий) символизирует Бога, у Омара Хайяма Саки — молодой человек, с интересом прислушивающийся к посещающим его кабачок ученым [6]. У Пессоа Саки — молодая девушка, которой он восхищается, в ее облике проступают черты единственной известной нам женщины в жизни поэта, с которой у него были любовные или почти любовные отношения, — Офелии Кейрош:

Когда идешь ты в шелковой мантилье,
Подобна амфоре, замрет в бессилье
Моя хандра, чей путь ведет во мрак.
Проходишь, а в движеньях дремлют крылья [22, 30].

Саки — муза поэта, она приносит ему «вечное» или «божественное» вино, но всё-таки для него главное — вино: «Вино! Вино! А ты уйдешь — не жаль» [22, 38].

Таким было отношение Пессоа к любви, хотя он сам признавался, что после встречи с Офелией стал совсем по-другому относиться к женщинам. Однако главным для него всегда было его призвание — литература, названная им в «Книге непокая» «леди Макбет» — она требовала отдать служению ей всего себя без остатка. Любовь привязывает, любовь олицетворяет собой неволю — в этом Пессоа уходит от суфийских традиций и от трактовки любви Омаром Хайямом, для которого она была (кроме лирических стихотворений, посвященных любимой женщине) символом того настроения Сердца, при котором оно способно одаривать Дух возвышенными радостями бытия.

Суфийский образ — символ сна жизни, в котором человек постоянно пребывает, стремясь догнать «убегающие облака» [11, 296] — надежды, которым не суждено осуществиться, — оживает в рубайяте как Хайяма: «Гляжу на лик Земли — лишь спящих вижу я» [6, № 248], так и Пессоа: «Зачем ты контур на земле обводишь — // Тень облака? Их в небесах — рои» [22, 25]. При этом у обоих неоднократно появляется образ опрокинутого бокала небес — чаши. У Хайяма она наполнена вином, и оно, точно кровь, стекает из чаши на землю. У Пессоа образ несколько иной, но «спящие под луной» повторяют суфийскую символику.

Бокал песчаный — небосвод ночной
С громадной крышкой — крепостной стеной
Вокруг местечка. Шепот между звезд.
Ах, все живет здесь спящим под луной [22, 49].

Сходство между системой взглядов в рубайятах Хайяма и Пессоа проявляется и в вопросе о переселении душ. У Хайяма это звучит только намеком, ведь это ересь с точки зрения ислама: «Вот коврик Бытия; зевак позабавляем, // А отплясал свое, и снова в сундучок» (курсив автора статьи) [6, № 189]. У Пессоа мысль о реинкарнации появляется во многих рубаи; он говорит, что все творенья, которых судьба создает вослед ушедшим, — стары [22, 16], т. е. они приходят на землю

вновь и вновь (сравним «снова в сундучок» у Хайяма), есть у него даже такие прозрачные слова: «И жизнь умрет, когда воскреснешь ты» [22, 32].

У обоих поэтов на протяжении всей их жизни не угасал интерес к оккультным наукам, к астрологии. Если Хайям был знаком с оккультными учениями индусов, с зароастризмом, то Пессоа читал более поздние книги (труды гностиков, работы, посвященные философии масонства, каббале, розенкрейцерам), некоторые из них переводил, например, статьи Е. П. Блаватской. По мнению И. А. Голубева, Омар Хайям предполагал множественность вселенных, не доступных для нашего наблюдения [6]. В рубайяте Пессоа можно найти несколько четверостиший, где, по всей видимости, говорится о «днях и ночах Браммы» или «периодах деятельности и периодах покоя» [1, 456–462]. Вдох Творящей силы приводит к окончанию всех жизней, растворению их в этой силе, к длительному периоду покоя. Выдох вновь вызывает на сцену бесчисленные жизни, начинается новый цикл их развития во Вселенной. Не оттого ли Пессоа выбрал названием главной книги своей жизни непокой — «Книга непокоя»? Его рубаи рассказывают нам о процессах, протекающих во Вселенной: «...дыхание сие // Бесцельной жизни нас на миг подьмлет // И возвращает вновь в небытие» [22, 39], «Вселенная с собою рвет сродство, // И суета колышется мертво // В воде небытия» [Там же, 35]. Саму Вселенную Пессоа называет «неутихающим процессом забвенья» [Там же, 31].

Восставая против Творца, высказывая догадки о «заброшенности» Богом нашей Вселенной, Хайям обращает свои взоры к земле, он утверждает, что только сам человек может себе помочь [6, № 600, 601]. Пессоа в этом согласен с персидским мудрецом (курсив автора статьи):

Под солнцем — цвета меди племена
И цвета злата, а земля — одна,
Она не цвета меди и не злата,
И это все, что под и над и на [22, 16].

Ничего, кроме земли, нет у людей, ведь небо — «нежилое»:
Отречься мне, я знаю, суждено
Под небом нежилым, и не оно —
Земля мне станет небом, Бог об этом
Все знает... или нет. Не все ль равно? [Там же, 24].

Выдумывать себя — по всем приметам
Вслепую все владеют тем секретом.
Как знать, не выдумал ли также Бог
Вселенную, не ведая об этом? [Там же, 35].

Мысль об «оставленности человечества Богом» порождает настойчивый пессимизм в рубайятах обоих поэтов. И Хайяма долгое время считали поэтом пессимизма, бессмысленности жизни. Из утверждений Пессоа следует, что «лишь в том, что не живет — нетленный свет» [Там же, 49], что его стихи останутся как нечто отчужденное от него самого — «мой труд останется как жизнь чужая тут» [Там же, 52], жизнь слишком коротка для поиска истины, поэтому всякие попытки ее найти — напрасны [Там же, 28], признание же приходит только к мертвым. Эти

горькие раздумья португальский мыслитель высказывал неоднократно на протяжении своей жизни и в стихах, и в прозе, и в письмах друзьям.

Оба мыслителя считают, что Судьба или Рок распоряжаются жизнью человека. Омар Хайям: «Шепнуло небо мне в ответ на злой упрек: // “Но в чем повинно я, коль мною движет рок?”» [6, № 1130].

В одах Рикарду Рейша — гетеронима Пессоа — Судьба ставится выше богов, боги ей подчиняются. В «Рубайяте» португальский поэт утверждает:

Не трать усилий зря. Да не сочтем
Своим мы ничего. Не обретем
Самих себя — Судьба владеет нами:
Путь не торишь, но следуешь путем [22, 17].

Официальные религии не спасают человечество от рабства, от полной зависимости от Рока. Персидский мудрец говорит об этом так: «И рабства черная печать равно лежит // На четках и кресте, на церкви и михрабе» (№ 157, пер. О. Румера) [5].

Каковы же пути освобождения и существуют ли они? Хайям утверждает: «Лишь с собой совладавши — достигнешь высот» (№ 255, пер. Г. Плисецкого) [5]. Пессоа говорит: покой в нас самих, его поможет найти вино — мистическое восприятие мира [22, 23–24]. Очень характерно для него четверостишие о самоотречении:

На площадях, где зацветают маки,
Вы ищете себя в тенях, во мраке,
Ах, отрекитесь от себя, усните,
Чтоб слышать голоса и видеть знаки [22, 42].

Именно отречение от себя и помогает стать собой: найти духовную свободу от низкого в себе, найти то, что в тебе прячется, когда ты по-земному эгоистично ищешь себя самого — свои способности, свои сильные стороны.

Таким образом, пессимизм Хайяма и Пессоа преодолевается любовью к жизни — во всех ее проявлениях. Если мир несовершенен, человек может сам досоздать его для себя — очень смелая мысль, прозвучавшая в одной рубаи Хайяма: «Каким ты видишь мир, таким и создавай, // Живым движением над смертью восставай» [6, № 1175]. И в этом творчестве своей собственной жизни важно наслаждаться каждым ее мигом, ведь все, что есть у человека — его настоящее, миг, в котором он существует: «Пока мы живы, // Пусть дом нас греет, веселит заря» [22, 23]. Пессоа создает торжествующий гимн земной жизни:

Ах, отпуск от себя, он знаменит
Тем, что тебя притянет мир-магнит,
Он — хлеб для рта, вино он — для души,
Он — те стихи, что память сохранит [Там же].

В этой рубаи Пессоа раскрывает свое убеждение: человек пришел на эту землю, чтобы искать свою истину, свой путь, осуществить свое призвание [Там же, 22].

И в этом тоже он согласен с персидским мудрецом, призывавшим: «Средь вер и ересей свою найди ж, о сердце» [6, № 247]. Выход Пессоа, путь Пессоа, как и выход и путь Хайяма, — привнесение в этот мир красоты, обогащение его живой мыслью. Программная рубаи Пессоа, в которой он весь:

Отчаяться — предать мечты, в которых
Мы создаем под звезд немолчный шорох
Творенья наши — будущему дар
В его порожних, точно вихрь, просторах [22, 51].

Вино творческой интуиции открывает поэту истину, процесс создания красоты дарит ему ту радость, без которой человек не может выжить в жестоком мире, и он сам создает праздник жизни, так было с Хайямом, говорит Пессоа: «Ах, в Нишапуре песни веселы, // Здесь праздник, счастье» [Там же, 29], то же самое происходит и в его жизни: «Торжественный бокал я поднимаю: // Всё — праздника начало иль конец» [Там же, 22]. Пусть человек смертен, но он может вкладывать всего себя в труд своей жизни. «Во всем, что б ты ни делал, будь собою, // Во всем, что б ты ни делал, будь ты весь» [Там же, 41], — говорит поэт в одной из последних своих рубаи. Так противоречит сам себе Пессоа, утверждавший, что его Хайям, полный метафизической усталости, отрекается от самой жизни.

Как обнаружил сравнительный анализ русских переводов Омара Хайяма и «Рубайята» Пессоа, в пользу гипотезы о Хайяме — гетерониме Пессоа свидетельствует и то, что рубаи Пессоа и Омара Хайяма во многом отличны по форме. Неточность, двойственность, нарочитая нелогичность, выбранные португальским поэтом в качестве специальных стилистических приемов, заставляют его прерывать мысль, перенося часть фразы на другую строку, порой вообще разбивать фразу вставкой, нарочито ее затемняя. Как и в других стихах Пессоа, в рубаи много парадоксов: «Усталость эта — хуже западни, // Забыть тебя заставит пить до вспомнить» [Там же, 53], антиномий:

Погаснет день за пеленою красной.
Напрасно знать, что знание напрасно.
В потемках величавых отреченья
Душа отвергнуть и его согласна [Там же, 26].

Пессоа не пытается примирить противоположности, но стремится прочувствовать напряженность неразрешимости, невозможность снятия существующих противоречий [10]. Он сопрягает противоречия, используя этот прием для усиления многослойности письма, мерцания различных смыслов. Идея несовершенства во всем — одна из любимых у Пессоа, она заложена в самой форме рубаи:

Четвертую я с первой и второй
Рифмую строки, и уже их строй —
Четверостишие. А как же третья?
Во все неточность внесена Судьбой [22, 43].

Выводы

По завершении нашего анализа мы можем утверждать, что Хайям «Рубайята» Пессоа значительно отличается от Хайяма Фицджеральда: если второго можно назвать «мягким эпикурейцем», то первый, несомненно, «печальный эпикуреец», совмещающий в себе, казалось бы, взаимоисключающие черты эпикурейца и стоика. Место веры или безверия, т. е. чего-то определенного, занимает в его душе скука, а вернее, метафизическая усталость человека, который проанализировал все религии и все философии и затем сказал, как Соломон: «Все — суета и томление духа». Сходство философии гетеронима Пессоа Рикарду Рейша и Хайяма из «Рубайята» Пессоа явно прослеживается и помогает выявить отличия мироощущений Хайяма Фицджеральда и Хайяма Пессоа, однако это сходство заканчивается там, где начинается метафизическая усталость, скука. У Рейша, по крайней мере, есть вера в его богов.

Пессоа гораздо ближе по своим взглядам не к персу Фицджеральда, но к тому Омару Хайяму, который предстает перед нами в современных русских переводах. В рубайятах обоих поэтов сочетаются противоречивые утверждения, свидетели трудного пути познания, поэтической и философской интуиции, идущей от божественного вина вдохновения. У обоих прослеживаются следы положений суфийского учения, суфийские образы, символика (вино, розы, сон жизни, роль души и сердца в жизни человека), в обоих рубайятах звучат идеи о неумолимой власти рока над людскими судьбами, о реинкарнации, горькие мысли об оставленности человечества и всей нашей Вселенной Богом, о том, что лишь сам человек может себе помочь. Сходны предлагаемые поэтами пути освобождения человека: отречение от всего низкого в себе и обогащение собственной жизни и жизни Вселенной плодами своей мысли. Пессоа, знакомый с теософией, привносит некоторые ее идеи в свои рубаи, в его рубайяте прослеживаются отличные от рубайята Омара Хайяма, но общие для всего творчества португальского поэта образы: «сущее Ничто» (Nada), которое кроется в глубине любой души, крылатая девушка-Муза, которая предстает в виде Саки — виночерпия, дилемма между высоким бытием и сиюминутной жизнью (*ser e estar*), принесение всего, в том числе и земной человеческой любви, в жертву вину вдохновения, чего мы не наблюдаем у персидского мудреца.

Также были обнаружены отличия не только в философии, поэтической символике, используемой в поэме, но и в форме и характере самих рубаи.

Пессоа придал автору своего рубайята черты индивидуальности, которой, по словам самого португальского поэта, «не было у него», соединявшего в себе разнообразные и часто противоположные свойства своих гетеронимов. Автор португальского рубайята отличается от автора персидского рубайята, но он отличается и от самого Пессоа-ортонима, и от его гетеронимов своеобразием философии, поэтических приемов и символов, самой формой, в которую облекается поэтическая мысль.

Сам Фернандо Пессоа — ортоним глубже и своего гетеронима Рикарду Рейша, и Хайяма его «Рубайята». Философские искания Фернандо Пессоа,

которые привели его к оккультизму, колоссальная творческая энергия писателя, казалось бы, не совместимая с метафизической усталостью и скукой Хайяма, — все это составляло многограннейшую личность португальского гения. Пессоа искал в мудрости арабо-исламской культуры возможности возрождения Португалии на основе объединения духовной силы Востока и Запада. Как утверждал Ж. Пизарро, Хайяма, от лица которого писал свой рубайят Пессоа, можно считать еще одним гетеронимом Фернандо Пессоа, создание этого гетеронима было напрямую связано с мистическим национализмом Пессоа, с его желанием претворить в действительность свои высокие мечты о будущем Португалии.

1. *Блаватская Е. П.* Тайная доктрина. Т. 1 : Космогенезис, кн. 2. М., 1993. 845 с.
2. Герман Плисецкий // Антология поэтического перевода : [сайт]. URL: <http://www.vekperevoda.com/1930/plis.htm> (дата обращения: 11.12.2018).
3. Игорь Голубев // Антология поэтического перевода : [сайт]. URL: <http://www.vekperevoda.com/1930/golubev.htm> (дата обращения: 11.12.2018).
4. Лузитанская душа: Стихи португальских поэтов XV–XX веков / сост. и пер. с португ. И. Фещенко-Скворцовой. М., 2017. 232 с.
5. *Омар Хайям.* Рубаи: (Лучшие переводы) / АН Узбекской ССР, Ин-т рукописей им. Х. С. Сулейманова. Ташкент, 1982 [Электронный ресурс]. URL: <http://lib.ru/HAJAM/hayam.txt> (дата обращения: 28.12.2018).
6. *Омар Хайям.* Рубаи. Полное собрание / пер. И. Голубева [Электронный ресурс]. URL: <http://flibusta.site/b/225130/read> (дата обращения: 28.12.2018).
7. *Овчаренко О. А.* Гетеронимия Фернанду Пессоа как способ самоинициации [Электронный ресурс]. URL: <http://20v-euro-lit.niv.ru/20v-euro-lit/articles-portugaliya/ovcharenko-geteronimiya-fernandu-pessoa.htm> (дата обращения: 11.12.2018).
8. *Пессоа Ф.* Книга непокоя / пер. И. Фещенко-Скворцовой, М., 2016. 488 с.
9. *Сапрыкина О. А.* Концепция Бога в творчестве Фернанду Пессоа [Электронный ресурс]. URL: <http://20v-euro-lit.niv.ru/20v-euro-lit/articles-portugaliya/saprykina-koncepciya-boga.htm> (дата обращения: 11.12.2018).
10. *Тейтельбаум Е. С.* Проблема взаимоотношения философии и литературы: опыт философского анализа феномена Фернандо Пессоа // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 3 : Общественные науки. 2014. № 1 (125). С. 173–182.
11. *Хан Х. И.* Учение суфиев : сб. М., 1998. 352 с.
12. *Adrião V. M.* Hermetismo e Mensagem de Fernando Pessoa. Foi apresentado no dia 16.12.2015 [Electronic resource]. URL: <https://lusophia.wordpress.com/2015/12/16/hermetismo-e-mensagem-de-fernando-pessoa-por-vitor-manuel-adriao/> (accessed: 18.11.2018).
13. *Amado N. M. P.* Ricardo Reis (1887–1936): Tese especialmente elaborada para obtenção do grau de Doutor no ramo de Estudos de Literatura e Cultura, na especialidade de Teoria da Literatura. 2016.
14. *Aminrazavi M.* The Wine of Wisdom: The Life, Poetry and Philosophy of Omar Khayyam. Oxford, 2005.
15. *Besant A.* Os Ideaes de Teosophia / Tradução de Fernando Pessoa. Lisboa, 1915 (Coleção Teosophicae Esoterica — II).
16. *Boscaglia F.* Fernando Pessoa e a cultura Árabe-Islâmica: de Al-Cossar a Omar Khayyam : II Congresso Internacional Fernando Pessoa. 28, 29 e 30 de Nov. de 2013. P. 81–94 [Electronic resource]. URL: https://www.academia.edu/11527225/Fernando_Pessoa_e_a_cultura_%C3%A1rabe-isl%C3%A2mica_de_al-Cossar_a_Omar_Khayyam (accessed: 18.11.2018).
17. *Feitosa M. M.* Fernando Pessoa e Omar Khayyam. Giordano, 1998. P. 215.

18. *Feitosa M. M.* Uma Leitura de Fernando Pessoa «ele mesmo» à Luz do Ruba'iyat de Omar Khayyam [Electronic resource]. URL: <http://www.hottopos.com/mirandum/fernkhay.htm> (accessed: 18.11.2018). (In Portuguese).

19. *Fitzgerald E.* Letters of Edward FitzGerald : in 2 vol. Reprinted. L. ; N. Y., 1901. Vol. 1 : The Project Gutenberg eBook, Letters of Edward FitzGerald in Two Volumes, by Edward FitzGerald, Edited by William Aldis Wright [Electronic resource]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/20539/20539-h/20539-h.htm> (accessed: 18.11.2018).

20. *Freitas M. V.* Um rubai de Ricardo Reis, ou apontamentos para uma biografia intellectual de Fernando Pessoa // Tabacaria: revista de poesia e artes plásticas (Lisboa). 1997. № 5. P. 39–46.

21. *Nasr S. H.* The Islamic Intellectual Tradition in Persia / ed. Mehdi Amin Razavi. Richmond, 1996.

22. *Pessoa F.* Vol. 1 : Poemas de Fernando Pessoa. Rubaiyat. Edicao critica de Maria Aliete Galhoz. Lisboa, 2008.

23. *Pessoa F.* Arquivo LDoD, Fac-similes: BNP/E3, 14C-43r.1 [Electronic resource]. URL: https://ldod.uc.pt/fragments/fragment/Fr707/inter/Fr707_WIT_MS_Fr707a_000 (accessed: 18.11.2018).

24. *Pizarro J.* «Pessoa e Khayyam», in Pessoa existe? Lisboa, 2012.

25. *Zapffe P. W.* The Last Messiah [Electronic resource] // Philosophy Now. URL: https://philosophynow.org/issues/45/The_Last_Messiah (accessed: 18.01.2019).

Статья поступила в редакцию 16.01.2019

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

УДК 782.1(437) + 782.1(470.5) + 141.32

И. Я. Мурзина

KYRIE ELEISON («ГОСПОДИ, ПОМИЛУЙ!»): ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ОПЕРЫ «ГРЕЧЕСКИЕ ПАССИОНЫ»

Статья посвящена первой постановке в России оперы «Греческие пассионы» чешского композитора Б. Мартину по роману Н. Казандзакиса «Христа распинают вновь». Сравнивая литературную основу и спектакль, автор статьи раскрывает экзистенциальные смыслы произведения, отмечает актуальность и вневременной характер поднимаемых проблем. Подчеркивается сложное сочетание повседневной и евангельской историй, символическое значение которых передает музыка. Значимым для понимания содержания спектакля становится изобразительно-пластическое решение, сочетающее лаконичность декораций, видеопроекцию, перефразирование известных живописных полотен. Отмечается, что специфика жанра оперы как синтетического произведения искусства адекватна поднимаемым экзистенциальным проблемам, позволяет говорить о смысложизненных вопросах. В заключение поднимается вопрос о востребованности музыкально-драматических произведений, созданных композиторами XX — начала XXI в., в современном мире.

Ключевые слова: опера; «Греческие пассионы»; Б. Мартину; Н. Казандзакис; Екатеринбургский театр оперы и балета; экзистенциальные смыслы.

Б. Мартину менее известен, чем его современники. Критики неоднократно отмечали, что в истории музыки XX в. его фигура стоит особняком: он не создал сложных эстетических теорий, практически не занимался «продвижением» своих произведений, почти не имел учеников — он просто писал музыку [10].

В то же время Б. Мартину (1890–1959) считают одним из наиболее значительных чешских композиторов XX в., находящимся в одном ряду с Б. Сметаной, А. Дворжаком, Л. Яначек. Творческое наследие композитора включает около 400 произведений: симфонии и оперы, множество концертов, балеты, музыку для

МУРЗИНА Ирина Яковлевна — доктор культурологии, директор Института образовательных стратегий, г. Екатеринбург (email: ekb-ural@yandex.ru).

© Мурзина И. Я., 2019

театра и кино. Его произведения, написанные в различных стилях — от импрессионизма до неоклассики, воссоздают художественные поиски времени, в котором творческая индивидуальность выкристаллизовывается через приобретение эстетического опыта, освоение многообразных практик предшественников и современников, сочетая интерес к музыке XVIII в. с вниманием к джазовым импровизациям. Исследователи неоднократно отмечали свойственные музыке Б. Мартину широту жанрового и стилистического диапазона, сочетание этнических и библейских мотивов, смелое переосмысление традиций, свободу творческого мышления [2, 4].

В перипетиях его биографии отражается весь XX в. — с трагическими изломами истории, приведшими композитора к вынужденной эмиграции; с вдохновенным творчеством, призванным прославить родную землю; с вниманием к экзистенциальной проблематике и попытками ответить на вопрос, что есть человек.

«Греческие пассионы» не случайно рассматривают как творческое завещание мастера. Опера была завершена в 1957 г. и планировалась к постановке в лондонском театре Ковент-Гарден, но была отменена. Композитор создал вторую редакцию произведения; премьера оперы состоялась в Цюрихе уже после смерти автора — в 1961 г. Первая и вторая редакции отличаются структурно (в цюрихской версии конец второго акта более краткий, множество сокращений в 3-м и 4-м действиях) и музыкально (речитативы заменены на ариозо, несколько изменился темп), но это не изменило доминирующей идеи — внимания к экзистенциальным проблемам бытия.

Российская премьера состоялась в 2018 г. на екатеринбургской сцене (дирижер-постановщик О. фон Дохнаньи; режиссер, сценограф, художник по свету Т. Штрассбергер; художник по костюмам К. Найт; хормейстер-постановщик А. Грозина). В Екатеринбурге обратились к первой редакции оперы¹, в которой, по сравнению с романом, не только уменьшено количество действующих лиц, но и снижен социально-политический пафос² с целью акцентировать этическую проблематику произведения.

Приступая к созданию своего последнего масштабного произведения, композитор писал: «В наше время художник имеет дело с очень сложной, запутанной системой ценностей, поэтому он стремится к такому искусству, в котором сохраняются и утверждаются человеческие и художественные ценности. Таким является роман Казандзакиса, и я выбрал его. Это сюжет, который я искал много лет» [цит. по: 4, 214].

Между Пасхой и Рождеством, между Небом и грешной землей, между Богом и человеческим, слишком человеческим миром разыгрывается мистерия Страстей Христовых. На этот раз по-гречески. Традиция декламировать или разыгрывать в лицах на богослужениях в Страстную неделю евангельские тексты о последних

¹ Опера в первой редакции была реконструирована А. Бржезиной (А. Březina) и представлена на сцене Брегенцского фестиваля в 1999 г. [9].

² В отличие, например, от режиссера Жюль Дассена, снявшего в 1957 г. по роману Н. Казандзакиса фильм «Тот, кто должен умереть». В фильме социальные противоречия и тема народно-освободительной борьбы выходят на первый план.

днях жизни Иисуса имеет большую историю: от псалмодии IV в. до ораторий И. С. Баха, Ф. Мартена или К. Пендерецкого. Опера «Греческие пассионы» находится в их ряду.

В романе Н. Казандзакиса «Христа распинают вновь» действие происходит в глухой греческой деревушке Ликовриси. В этом селе сохранился древний обычай — разыгрывать на Пасху мистерию Страстей Господних, пассионы. Старейшины села должны выбрать из односельчан *«самых лучших, способных воплотить трех великих апостолов: Петра, Иакова, Иоанна; а еще кто-нибудь изобразит Иуду Искариота и Магдалину-распутницу. Наконец, кто-то из смертных... должен будет, сохраняя в течение всего года свою душу чистой, изобразить Христа распятого»*³.

С этого, по сути, и начинается оперный спектакль — распределяются «роли», полшутя-полусерьезно определяется, кто из жителей деревни будет изображать героев евангельской истории. Священник, отец Григорий⁴, наставляет «актеров», объясняя, какими они должны быть в жизни, чтобы соответствовать своим «персонажам». Это почти гамлетовское наставление актерам, как сообразовать «действие с речью и речь с действием», «чтобы не переступать простоты природы», становится программным: необходимо возвыситься до уровня апостолов или пасть — до Иуды.

Отец Григорий обращается к Костандису: *«Тяжел этот божественный груз, и нужно с честью его нести, не опозорить апостола! Ты должен стать с этого дня новым человеком; ты хороший человек, но должен стать еще лучше! Будь честнее, разговорчивее, чаще ходи в церковь. Поменьше ячменя клади в кофе, не смешивай остатки вина с тем вином, которое продаешь, лукум не режь пополам, продавай его целиком. И, имей в виду, больше не бей свою жену, потому что с сегодняшнего дня ты не только Костандис, но и Иаков»*. Наставляет Яннакоса, избранного на роль апостола Петра: *«Забудь о прошлом, перекрестись, начинай новую жизнь, стань на путь Божий: не обманывай на весах своих покупателей, не продавай кукушку за соловья, не вскрывай больше чужих писем и не выписывай секретов людских. Слышишь?»* Подчеркивает, что у Михелиса, которому предназначена роль Иоанна, *«душа — невинный голубь»*, а *«сердце... исполнено любви»*, и потому Апостола он *«не опозорит»*.

Но как объяснить тому, кто избран на роль Иуды, его «предназначение»? Панайт не согласен стать тем, кто продаст и предаст Спасителя. Тогда на помощь старейшинам приходит совершенно иезуитское объяснение: *«Бестолковый ты и не по-умному рассуждаешь. ...Ты же не предашь Христа, дурень, ты будешь только притворяться Иудой, делать вид, будто предаешь Христа, чтобы мы могли распять его и потом воскресить. Какой же ты непонятливый! Ну, рассуди сам, и ты поймешь: чтобы спасти мир, нужно распять Христа, а чтобы Христа распяли, нужно, чтобы кто-то предал его... Поэтому, сам видишь, для того чтобы спасти мир, Иуда необходим. Более необходим, чем любой другой апостол! Если*

³ Здесь и далее цит. по: Казандзакис Н. Христа распинают вновь. М., 1962. [Электронный ресурс]. URL: https://royallib.com/book/kazandzakis_nikos/hrista_raspinayut_vnov.html (дата обращения: 17.06.2018).

⁴ В переводе либретто, сделанном Софьей Аверченковой, имена священников русифицированы: Григорис именуется Григорием, Фотис — Фотием.

не будет кого-нибудь из других апостолов, это не беда; но если Иуды не будет, то ничего и произойти не может... После Христа он самый необходимый... Ты понял?»

Так все и начинается: чтобы спасти мир, нужно распять Христа, а чтобы Христа распяли, нужно, чтобы кто-то предал Его. Собственно, об этом и роман, и опера. О том, как спасти мир — и человека. А еще о том, как маски прирастают к лицам, преображая самое человеческое естество.

Но прежде надо решить еще один вопрос: кто будет исполнять роль Христа. Выбор падает на пастуха Манольоса. Но как сыграть Его, как приблизиться к Нему? Как когда-то свет учения Христа воссиял в самой невежественной стране античного мира — Иудее, среди самой невежественной части ее населения — плотников и рыбаков [7], так и в Ликовриси, находящейся где-то на краю Ойкумены, люди решаются воззвать к Богу в надежде получить ответ.

Чтобы разыгрываемые страсти были достоверны, героям придется прочитать Евангелие, постараться проникнуть в суть притч, научиться жить в соответствии с заповедями. Какими они должны стать, эти новоявленные «апостолы»? Постичь мудрость или воззвать к Богу из бездонной пропасти ужаса и отчаяния, ужаснуться собственному невежеству или осознать, что «...добро не есть Бог. Нужно искать того, что выше добра. Нужно искать Бога» [8, 4]? Героям предстоит пройти через постижение горькой истины о несправедливости мира к пониманию подлинного сострадания и милосердия. Они захотят быть похожими на своих «персонажей» и должны будут сделать сложный выбор.

Внешняя сюжетная канва романа Н. Казандзакиса связана с событиями греко-турецкой войны и приходом в Ликовриси беженцев, «таких же эллинов», из разоренной турками деревни. Голодные и обессиленные, они ищут пристанища. Хранящие память о предках, они надеются на обретение нового дома. Христиане, они взывают о помощи... Но они — угроза и укор благополучию жителей Ликовриси, а потому будут отвергнуты. Формальным поводом станет умершая женщина, в которой отец Григорий «распознает» болеющую холерой. И, обратившись к пришедшим со словами: *«Отче мой, ты нам рассказал о ваших муках, и наши сердца разрываются от горя. Видишь, все мы плачем. Мы раскрыли свои объятия, чтобы принять вас, но в эту минуту Бог пожалел нас и послал страшное знамение. Смерть вы несете с собой, братья мои, — поэтому ступайте с Богом, не губите наше село!»*, изгонит их. Вместо братского единения — противостояние. Беженцы отправляются на гору Саракин, дикую, скалистую, всю в расселинах, чтобы пережить тяжелые времена.

В романе Н. Казандзакиса события разворачиваются с трагической неизбежностью: голод и страдания не могут оставить равнодушными тех, кто стремится идти «по пути Христа» (пастуха Манольоса, его односельчан, «апостолов», вдову Катерину), и ожесточают сердца других (отца Григория, сельского богача Ладаса). Противостояние завершается кровавой драмой. «Спаси, Господи, люди Твоя и благослови достояние Твое; победы на сопротивных даруй, и Твое сохраняя Крестом Твоим жительство...»

Оперное либретто, конечно, не может вместить в себя всю сложность романного повествования. Музыкальный критик Д. Морозов в рецензии на спектакль

«Греческие пассионы» отмечал, что «...превращение большого, многоуровневого романа в оперное либретто — задача, в полной мере неразрешимая... Появившиеся в результате произведения почти все в той или иной мере драматургически уязвимы. Если их воспринимать как нечто самостоятельное, то многое покажется непонятым и немотивированным. При сопоставлении же с первоисточником неизбежно замечаешь серьезные потери — как по части общей действенной логики, так и в плане поступков героев, развития характеров» [6]. Однако это верно лишь отчасти. «Нарушение» логики действия искупается драматизмом музыки, сложностью оркестровки и ритмического строя, обеспечивая психологическую достоверность сценическому действию.

Ожиданиям веризма, достоверного воссоздания социально-психологических конфликтов в контексте национальной истории, от оперы композитора XX в. не суждено оправдаться именно потому, что автор стремится быть «реалистом в высшем смысле»: в эпическом повествовании бытовые детали (как, например, сцена в таверне или любовные утехы Линьо и Никольо) не должны затмевать главное — вневременной характер и экзистенциальный смысл происходящего.

В спектакле Екатеринбургского театра оперы и балета решению этой задачи способствует сценография. Изобразительно-пластический строй спектакля, в котором лаконичность декораций сочетается с видеопроекциями (черно-белыми фотографиями, золотисто-охристым убранством храма, иконами), позволяет представить события в Ликовриси происходящими вне времени и пространства, или точнее — в мифологическом пространстве, отличительной чертой которого является соотнесенность с высшим смыслом бытия. По большому счету уже не важно, существует ли такая географическая точка на карте и что на самом деле означает ее зловещее название «волчий источник». Вечное пространство с вечной историей страдания и предательства, духовного преображения и борьбы.

Музыка оперного спектакля, в которой причудливым образом переплетаются фольклорные мотивы и духовные песнопения, классическое и модернистское начала, создает многомерность восприятия, выводя социальную драму на уровень высокой трагедии.

Критики неоднократно отмечали значимость хоровых сцен в «Греческих пассионах». На екатеринбургской сцене это получило свое зримое подтверждение: хору как будто тесна сцена, ему нужно иное пространство. Эту задачу решает сценограф, раскрывая «третью стену» сцены в глубину, усиливая условность театрального мира, символичность происходящего. Лейтмотивом звучит молитва *Kyrie eleison* («Господи, помилуй!»). Преподобный оптинский старец Варсонофий говорил о том, что молитва «наполняет душу покоем и радостью среди самых тяжелых испытаний, среди всякой тесноты и суеты житейской» [5], но нет в спектакле покоя и радости — а только тревога и ожидание грядущей катастрофы...

Два пласта — повседневной истории обычных людей, не пожелавших поступиться привычным комфортом, и евангельской — переплетаются в причудливом диалоге фольклорных мотивов и колокольных звонов, сопровождаются переходом кантиленных тем в речитативы, сочетанием дисгармоничной или классически выверенной мелодии с хоровой звучностью.

Кульминацией становится сцена свадьбы бывшей невесты Манольоса Леньо и его лучшего друга Никольо, на которой появляется Манольос, несущий крест. Метафора несения креста прочитывается буквально — этот крест неподъемно тяжел и слишком велик для маленького человека. Пространственное решение позволяет соединить обе реальности — свадьбы и сакральной истории: подиум с лесенкой, на котором стояли молодожены, принимавшие поздравления односельчан, становится основанием для креста, воздвижение которого символизирует Страсти Христовы и Его мученическую смерть.

Финал мистерии, ставшей реальностью, предreshен. Мрачным предзнаменованием была высветившаяся на занавесе надпись о пришедшем времени жатвы. Манольос исполняет свою роль в строгом соответствии с наставлениями отца Григория, данными в самом начале романа: *«Бог тебя избрал, чтобы ты воскресил своим телом, своим голосом, своими слезами святыя слова... Ты наденешь терновый венец, тебя будут бичевать, ты поднимешь святой крест и будешь распят. С сегодняшнего дня до следующего года, до Страстной недели, ты должен только одно помнить, Манольос, только одно: как быть достойным, чтобы поднять страшную тяжесть креста»*. Трагическая развязка близка. Ключевой становится сцена отлучения от церкви Манольоса и его последующая гибель от рук Иуды-Панайта.

Не совсем понятными из разворачивающегося оперного действия, но очевидными, если обратиться к роману-первоисточнику, являются действия отца Григория. Священник, который был свидетелем и участником кровавой драмы, связанной с разорением деревни беженцами, гибелью брата-учителя, угрозами ввода турецких войск, принимает, как ему кажется, единственно верное решение — отлучить от церкви «паршивую овцу» Манольоса, чтобы он не будоражил односельчан. Слепленный желанием отомстить за разрушающийся мир благополучной деревни (актуализация еще одной метафоры — «осколки» когда-то хранимой Богом Ликоврисы), он прокликает Манольоса. И, по сути, благословляет Панайта на убийство пастуха.

Пророчески звучат слова главного героя: «Вот и пришло время каждому исполнить свое предназначение». На сцене мы видим Манольоса, одетого в рубище (парафраза известных из живописи XIX в. изображений Христа). Он обращается к односельчанам с покаянной речью за обуявшую его гордыню, противопоставляя показное (внешнее) следование Христу осознанию собственной греховности и твердой уверенности в правильности избранного пути.

Перед нами раскаявшийся грешник? Пастух, прошедший по пути Христа и обретший святость? Нет. Перед нами бескомпромиссный обличитель равнодушных окружающих и самого Бога к страданиям ни в чем не повинных людей. Он осознал несправедливость мира и необходимость его социального переустройства. Так вместо смирения рождается богоборчество. Как тут не вспомнить бунт Ивана Карамазова, возвращающего «свой билет» за неотомщенную слезинку ребенка!

Пафос финального монолога Манольоса — искушение для зрителей. Хотели того авторы екатеринбургского спектакля или нет, но они заставили эмоционально пережить экзистенциальную ситуацию выбора между верой и социальным протестом.

...Последний акт пьесы. Наступает праздник Рождества. Вновь, как и сотни лет назад, Младенец приходит в мир, чтобы искупить его несправедливость и человеческие грехи. Обращаясь к своей пастве — беженцам, потерявшим надежду на лучшее будущее и вынужденным снова скитаться в поисках дома (земли обетованной?), — отец Фотий восклицает: *«Дети мои, сегодня на землю спустился новорожденный Христос. Давайте возьмем его с собой. У нас есть матери, которые покормят его... С Рождеством Христовым, братья!»*

Они отправятся в долгий путь на восток, чтобы найти место на земле, где упокоится прах их предков, где они смогут возделывать землю и растить детей: *«Наш поход начинается снова. Мужайтесь, дети мои!»*

А жители Ликоврисы вернутся к своим привычным делам.
На чистом девственном снегу — блеск имени героя,
Но солнце растопило снег и смыло все водою...

Символический смысл приобретает находящийся на заднем плане сцены столб, у которого в последнем акте появится поперечная балка, похожая и на крест и на мачту корабля. Ковчег, на котором все спасутся?

Финальная хоровая молитва должна примирить всех: симметрично на сцене стоят оба пастыря — Григорий и Фотий. Они служат одному Богу. Оба наставляют на праведный путь своих односельчан. Как понимают и как умеют. *Kurie eleison.*

Опера «Греческие страсти» Б. Мартину входит в триптих современных опер, поставленных на сцене Екатеринбургского театра оперы и балета (первой, в 2014 г., была «Сатяграха» Ф. Гласса, затем «Пассажирка» М. Вайнберга в 2016 г.). Объединяет спектакли вечная тема этического поступка.

В мире, где ценности релятивны, герои — калифы на час, а публика всеядна и жаждет развлечений, приглашать к разговору о смысложизненных вопросах, по меньшей мере, чревато. Стало привычным сложные смыслы прятать за эпатажностью, серьезный разговор приправлять иронией.

Можно рассуждать об элитарности музыки в эпоху массовой культуры, повторяя сказанные еще в первой половине XX в. слова, что «по своему стилю, существу, по своему этосу опера не имеет больше ничего общего с теми, к кому она обращается», и перестать «надеяться на то, что публика отзовется на антирационализм и антиреализм оперной стилизации» [1, 66]. А можно увидеть определенную тенденцию: на российской оперной сцене за последние несколько лет ставятся спектакли с ярко выраженной экзистенциальной проблематикой (достаточно вспомнить «Медю» в Московском академическом музыкальном театре им. К. С. Станиславского и Вл. И. Немировича-Данченко, «Фауста» в театре «Новая опера» им. Е. В. Колобова или драматическую ораторию «Жанна на костре» в Пермском театре оперы и балета им. П. И. Чайковского). Специфика жанра, в котором в синтезе существуют слово, сценическое действие, музыка и ярко выраженная художественная условность, обеспечивают опере «приподнятость» над повседневностью. И право говорить о том, что если не табуировано в массовом сознании, то находится на периферии — о законах бытия, о Боге и предназначении человека. Происходит то, что Т. Адорно называл особенностью

современной музыки, которая «даже против воли общества, говорит от его лица, от имени его потребности, объективно скрытой» [1, 69]. Вопрос о готовности публики к коммуникации переходит в плоскость воспитания слушательской культуры, развития способности к сопереживанию и до сих пор остается открытым.

1. Адорно Т. Избранное: социология музыки. М. ; СПб., 1999. 445 с.
2. Гаврилова Н. А. Богуслав Мартину : монография. М., 1974. 261 с. : ил., нот.
3. Кастандзакис Н. Христа распинают вновь. М., 1962 [Электронный ресурс]. URL: https://royallib.com/book/kazandzakis_nikos/hrista_raspinayut_vnov.html (дата обращения: 17.06.2018).
4. Мигуле Я. Богуслав Мартину. М., 1981. 232 с.
5. Молитва Иисусова [Электронный ресурс] // Симфония к беседам преподобного оптинского старца Варсонофия. URL: https://www.optina.ru/lec_vars/12/#1 (дата обращения: 24.06.2018).
6. Морозов Д. Евангелие от Никоса и Богуслава [Электронный ресурс] // Играем с начала. Да саро ал fine : всерос. муз.-информ. газ. 2018. № 5 (165). URL: <http://gazetaigraem.ru/a4201805> (дата обращения: 17.06.2018).
7. Ренан Э. Жизнь Иисуса. Ростов н/Д, 2004 [Электронный ресурс]. URL: <http://iknigi.net/avtor-ernest-renan/224-zhizn-iisusa-ernest-renan.html> (дата обращения: 17.06.2018).
8. Шестов Л. И. Potestas clavium (Власть ключей). М., 2007 [Электронный ресурс]. URL: https://bookz.ru/authors/6estov-lev/potestas_200.html (дата обращения: 24.06.2018).
9. Bohuslav Martinu. The Greek Passion — world premiere of the original version in Bregenz [Electronic resource] // UE Newsletter. 1999. June — August. URL: https://issuu.com/universaledition/docs/2005_03_en (accessed: 20.06.2018).
10. Davis P. G. Martinu's «The Greek passion» — a composer in search of epic tragedy [Electronic resource] // The New York Times. 1981. 26 Apr. URL: <https://www.nytimes.com/1981/04/26/arts/martinu-s-the-greek-passion-a-composer-in-search-of-epic-tragedy.html> (accessed: 20.06.2018).
11. Seckerson E. Heaven and earth show [Electronic resource] // Independent. 2004. 20 Sept. URL: <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/music/reviews/the-greek-passion-royal-opera-house-london-8718425.html> (accessed: 20.06.2018).

Статья поступила в редакцию 18.02.2019 г.

УДК 782.1(73) + 782.1(470.5) + 008:323.1

А. Г. Шишкин
О. О. Морозова**ДИАЛОГ КУЛЬТУР: ПОСТАНОВКА ОПЕРЫ ФИЛИПА ГЛАССА
«САТЪЯГРАХА» В ЕКАТЕРИНБУРГСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ
АКАДЕМИЧЕСКОМ ТЕАТРЕ ОПЕРЫ И БАЛЕТА**

Авторы рассматривают искусство как важнейшее средство формирования образа культуры. Анализируются приемы соединения восточной (индийской) и западной (европейской, американской) культур в опере Гласса «Сатьяграха» и особенности ее восприятия российским слушателем.

К л ю ч е в ы е с л о в а: диалог культур; искусство; Ганди; сатьяграха.

Важнейшей парадигмой при исследовании процесса взаимодействия культур является «диалог культур». Появлению данного термина в философско-культурологической мысли XX в. предшествовали многочисленные исследования, посвященные проблемам социокультурного развития и взаимодействия культур. В анализ данных проблем большой вклад внесли такие отечественные и зарубежные исследователи, как Дж. Вико, М. Ф. Вольтер, И. Г. Гердер, Н. Данилевский, И. Кант, П. Сорокин, А. Тойнби, О. Шпенглер и др. Понятие «диалог культур» ввел в научный оборот М. М. Бахтин, который понимал под диалогом универсальный способ изучения не только человеческой личности, но и культуры. Диалог культур, с его точки зрения, представляет собой опосредованное взаимодействие человека с культурным прошлым, которое в этой ситуации превращается в «активного собеседника»: задавая нам вопросы и предполагая ответы, культура прошлого раскрывает перед нами новые грани и смысловые глубины. Учение о диалоге культур М. М. Бахтина было продолжено в трудах В. С. Библера, А. А. Гусейнова, М. С. Кагана, В. А. Лекторского, Ю. М. Лотмана, В. С. Степина и др.

По мысли Бахтина, самосознание культуры возникает только в момент ее взаимодействия с иной культурой, подобно тому как самопознание индивида достигается в межличностном общении через познание Другого. «Мы ставим чужой культуре новые вопросы, каких она сама себе не ставила, мы ищем в ней ответы на наши вопросы, и чужая культура отвечает нам, открывая перед нами новые свои стороны, новые смысловые глубины» [2, 354]. Диалог чаще всего понимается как форма общения между равноправными собеседниками, которая позволяет каждому из них расширить границы собственного Я, и не только понять Другого, но и лучше узнать себя самого. Развиваемый Бахтиным диалогический принцип распространяется им также и на взаимодействие культур: «...его

ШИШКИН Андрей Геннадьевич — директор Екатеринбургского государственного академического театра оперы и балета (e-mail: priemnaya@uralopera.ru).

МОРОЗОВА Ольга Олеговна — специалист литературно-музыкальной части Екатеринбургского государственного академического театра оперы и балета (e-mail: ololmorozova@yandex.ru).

© Шишкин А. Г., Морозова О. О., 2019

диалогическая школа выступала против монологизма в культуре, считая диалог более перспективной формой контакта» [4, 20].

Феномен межкультурного диалога наиболее полно реализует себя в пространстве искусства, которое становится важнейшим средством формирования образа культуры, его породившего, в восприятии иной культуры. Наряду с другими объективными историческими, геополитическими условиями, именно образ иной культуры определяет процесс межкультурного взаимодействия, его характер, содержание, стратегию и тактику, объем заимствования ценностей друг у друга. Среди факторов, которые формируют в культуре образ иной культуры, весьма значительное место принадлежит искусству с его удивительной способностью воздействовать не только на сознание, но и на строй человеческой души. Именно искусство способно рассказать об особенностях других культур, их душе, системе ценностей и национальном характере. Это происходит даже при учете того, что речь идет о художественном воплощении действительной реальности, а не о самой реальности. Ценность искусства заключается именно в том, что иная культура сама формирует свой образ, который оказывается более четким, явственным и правдивым, нежели тот, который может быть сформирован средствами политики, идеологии, через путешествия и туризм. Например, В. Е. Багно, анализируя роль русской литературы в изменении образа России в культурах Западной Европы, справедливо полагал, что «русскому роману принадлежит решающая роль в смене западноевропейского общественного мнения, переориентации оценок, представлений и обобщений, не мотивированных политической и экономической конъюнктурой». В своем докладе он приводил слова академика М. Г. Алексева, утверждавшего решающую роль русской литературы в изменении тона и суждений европейцев о русском народе, и мнение Н. Я. Берковского, который считал, что отклики западноевропейского общества на произведения Тургенева и Толстого — это отклик и на русскую культуру в целом. В условиях глобализации роль искусства оказывается тем более велика: «Русская классическая литература является главным источником представлений о России для миллионов людей, в России не бывавших. Более того, если сегодня, в силу разных причин, СМИ создают по преимуществу отрицательный образ России, то произведения Пушкина, Толстого, Достоевского, Чехова продолжают формировать все в новых поколениях главным образом положительный образ России» [1, 408].

Сегодня для русской культуры характерно взаимодействие с Западом и Востоком. В XX в. активизировался диалог восточных и западных культур, проявившийся, в первую очередь, в значительном влиянии идей даосизма, дзен-буддизма и джайнизма на западную философию и культуру. Формирование новых направлений в искусстве США XX в. также происходило под влиянием иного культурного пространства. Историческая открытость к разнообразным культурным, философским, религиозным влияниям, духовный и идеологический кризис, связанный с центральным для американского сознания понятием «американская мечта», обернулись поиском новой духовной доминанты и усилением интереса в творческих и интеллектуальных кругах США к философии и культуре Востока. Как верно пишет Н. Шахназарова, «...XX век внес существенные изменения

в освященные веками представления о мире, человеке, культуре. Одно из самых знаменательных обусловлено новым открытием Востока — он действительно входит в политическую и духовную жизнь современности» [12, 152]. Началось активное общение культур, которое возникает только в том случае, если «один народ понимает культуру другого народа, а это возможно, когда люди стремятся познать мир, противоположный их собственному» [9, 21].

Мировоззренческий диалог, который вели американская и восточная культуры в «большом времени», был реализован во множестве «микродиалогов», звучащих в творчестве представителей разных искусств. Так, например, А. Кром отмечает, что возникновение в американском музыкальном искусстве нового течения «*музыкальный минимализм*» также было связано с опытом изучения Востока и знакомством с европейской мыслью XX в., в ходе своей эволюции ассимилировавшей дзенские влияния и усвоившей ее главные эстетические принципы — простоту, естественность, спонтанность и гармонию [10]. У истоков направления стояли Ла Монте Янг, Терри Райли, Стив Райх, Филип Гласс. Термин «минимализм» был введен композиторами-критиками Майклом Найманом и Томом Джонсоном и стал широко использоваться с середины 1970-х гг. Среди композиторов-минималистов, произведения которых оказывают огромное влияние на творческую и интеллектуальную жизнь нашего времени, стоит выделить Филипа Гласса. О. Л. Девятова обращает внимание на то, что «метод соединения двух культур Ф. Гласс правомерно считает очень продуктивным, ибо одна культура обогащает другую, а в результате рождается нечто новое, необычное, оригинальное, позволяющее открыть какие-то новые горизонты в современной музыке» [8, 135].

В качестве примера подобного взаимодействия рассмотрим постановку оперы Филипа Гласса «Сатьяграха» на сцене Екатеринбургского театра оперы и балета (премьера 14 сентября 2014 г.). Событие оказалось знаковым для всей российской музыкальной культуры, поскольку впервые в России «Сатьяграха» получила сценическое воплощение и явила собой редкий для российской оперной сцены образец «музыкального минимализма».

«Сатьяграха» (1979) — вторая часть оперной трилогии Гласса «Портреты» о людях, силой своего духа изменивших мир (другие части — «Эйнштейн на пляже», 1975, и «Эхнатон», 1983). На ее создание композитора вдохновила философия и музыкальная культура Востока и образ индийского духовного лидера Махатмы Ганди (1869–1948). Бессюжетная в традиционном понимании опера представляет собой несколько ключевых эпизодов из жизни Ганди, в мировоззрении которого также нашли отражение разные культурные традиции.

Ганди знаменит своей общественной деятельностью и нравственной системой, в соответствии с которой он жил. В труде «Моя вера в ненасилие», написанном в форме диалога читателя и редактора, Ганди размышляет над вопросами о том, что означают понятия «сварадж», «цивилизация», почему была утрачена Индия, как его народу отстоять у Великобритании право на самоуправление, и приходит к идее ненасилия и следования по пути «утверждения в истине», получившему впоследствии название «сатьяграха». Разработанная им практика «пассивного гражданского сопротивления» позволила вывести борьбу двух народов

(индийского — за выживание и сохранение собственной культурной идентичности и английского с его колониальной политикой) на уровень открытого диалога и добиться признания прав своих сограждан.

Индийцы высоко почитали Ганди уже при жизни, называя его «величайшим индусом после Будды», «отцом народа» и вслед за Рабиндранатом Тагором — «великой душой». «По единодушной оценке современников, он занимает место среди величайших людей всех времен не только потому, что явился родоначальником некоторых новых принципов, но и потому, что продемонстрировал в практической политике применимость моральных идей величайших мировых учителей прошлого» [7, 140]. Человек, обладающий удивительной силой духа, яркой харизмой, лидер, сумевший вдохновить своим примером миллионы человек, Ганди разработал собственную нравственно-философскую систему. В ней идеи и строгость джайнизма переплетались с учениями Ветхого и Нового Завета, религиозными исканиями Льва Толстого, а также французских и английских философов, с трудами которых он познакомился во время учебы в Европе. Ганди писал: «Новый Завет производит своеобразное впечатление, в особенности Нагорная проповедь, которая покорила мое сердце. Я сравнивал ее с Гитой. “А я говорю вам, не противостойте (не сопротивляйтесь) злу: но если кто ударит вас по правой щеке, поверните к нему и другую...” Мой неискушенный ум пытался объединить учения Гиты, “Света Азии” и Нагорную проповедь. Такое самоотречение было для меня высшей формой религии, которая больше всего меня привлекала» [6]. Вслед за этим философ провозглашает гуманистические принципы одоления зла любовью и признает человека высшей ценностью, рассматривая при этом человечество как единое целое, а не как совокупность различных народов или религий. Ганди примером собственной жизни, учения и общественной деятельности способствовал тому, что со временем Запад отказался от политики подавления и открытой культурной экспансии по отношению к народам Индии и Южной Африки и начал взаимодействовать с ними на равных. При этом образ Ганди в контексте «большого времени» стал и субъектом, и объектом диалога культур — к его опыту обращались общественные и политические деятели разных времен, воспринимая его уже не только как реальную историческую личность, но как полубожество, наделяя его мифологическими чертами.

Выбрав Ганди в качестве главного героя своей оперы, Филип Гласс априори перевел ее в серьезное политическое, философское и нравственное измерение. В опере представлена жизнь идей Ганди, раскрывается их сходство с идеями учений Льва Толстого, Рабиндраната Тагора и Мартина Лютера Кинга — именно этими именами называются три части оперы. Вокальные партии написаны на древнеиндийском языке санскрите и представляют собой отрывки из текстов «Бхагавадгиты». Это древнеиндийское произведение религиозно-философского содержания, часть шестой книги «Махабхараты», оно написано в форме беседы между Кришной и Арджуной на поле битвы Курукшетра. «Бхагавадгита» не имеет отношения к конкретным событиям из биографии Ганди, однако, с одной стороны, воспроизводит основу его религиозного мировоззрения, с другой — сообщает его образу некую «надмирность», уподобляя одному из индуистских божеств.

Музыкально опера выстроена таким образом, чтобы ввести слушателя в состояние, близкое к медитации, и, минуя сознание, обратиться к его бессознательному. Достигается это за счет применения принципа «постепенного фазового сдвига», который Гласс сравнивал с дыхательными упражнениями, способными контролировать душу и тело. «На Западе мы делим время, нарезая его на кусочки, будто буханку хлеба, — писал он. — В индийской музыке (и во всей незападной музыке, с которой мне удалось познакомиться), вы берете мелкие ритмические единицы (длительности) и присоединяете их друг к другу, выстраивая развернутые временные структуры» [10, 17]. Возникающий в результате этого ровный ритмический поток выступает в качестве формообразующего начала, отражающего природные, жизненные процессы. Попадая в музыкальный поток, слушатель получает возможность отрешиться от своей индивидуальности и раствориться в «бесконечном бытии». При этом музыкальный процесс не означает статическое пребывание в одном состоянии — хотя восприятие его именно таково, — для него характерно непрерывное движение за счет развития исходного паттерна (длительности). Именно по этому принципу построен основной жанр индийской музыки — рага, с которым Гласс познакомился во время своего путешествия по Индии и Тибету. Воспринял Гласс и невербальный характер восточного искусства, ориентированного, прежде всего, на интуитивный путь познания истины.

В соответствии с восточным представлением, за речью всегда присутствует нечто духовное, что человек как бы впускает в свое сознание во время общения, и именно к этому духовному началу, находящемуся за пределами вербального общения, обращается Гласс. Отсюда его пренебрежение традиционным либретто в опере, а также ее бессюжетность и обесмысливание звучащего текста. Если традиционная опера рождается в процессе диалога двух авторов — композитора и либреттиста, то в «Сатьяграхе» мы находим творческое, музыкальное переосмысление композитором идей Ганди и его соратников и текстов «Бхагавадгиты», решенное с помощью традиционных индийских мелодических конструкций, без опоры на конкретный литературный сюжет. Обращаясь к мертвому языку, Гласс старался максимально увести слушателя от поиска смысла в слове, чтобы ничего не препятствовало его погружению в музыкальную стихию и через нее — в собственное подсознание. После мировой премьеры «Сатьяграхи» в Роттердаме в 1980 г. и серии постановок на разных европейских и американских сценах (самая известная — копродукция Английской национальной оперы и Метрополитен-опера, 2007/2008) ее критиковали именно за несоответствие традиционному представлению об опере и предлагали отнести к жанру оратории. Ценили за музыку, которая в ней «решительно все — и свет, и воздух», и за тему, «серьезную настолько, насколько это вообще может быть в жизни» [13]. Между тем то, что положительно было воспринято на Западе, к концу XX в. распробовавшем восточную культуру и умеющем воспринимать авангардную музыку, могло разойтись с ожиданиями российского слушателя. Тем более сложно было предугадать, как будет воспринята нестандартная оперная форма в России.

Над спектаклем в Екатеринбургском театре оперы и балета работала международная команда постановщиков: дирижер — словак Оливер фон Дохнани;

режиссер, сценограф — Тадеуш Штрассбергер и художник по костюмам Матти Ульрич из США; художник по свету — москвич Евгений Виноградов; хормейстер — заслуженный деятель искусств России и Башкортостана Эльвира Гайфуллина из Уфы. Куратором постановки выступил директор театра Андрей Шишкин, на тот момент 14 раз посетивший Индию, обладавший достаточно полной информацией о восточной культуре и религии. Таким образом, для работы над спектаклем были объединены усилия руководителя, увлеченного Востоком, дирижера-европейца, американских и российских постановщиков. Им выпала задача познакомить российского зрителя с чуждым для него материалом, актуализировать и интерпретировать его в соответствии с собственным культурным опытом и ожиданиями публики, выступить в качестве субъекта диалога культур. При этом спектакль мыслился как сложная, многослойная и многосубъектная форма диалога культур, включающая авторов, постановщиков, исполнителей и зрителей, главная роль в которой, как нам кажется, оставалась за режиссером.

Тадеуш Штрассбергер, определяя концепцию будущей постановки, исходил из того, что «Сатьяграха» — нетипичная опера, в которой нет деления на хороших и плохих персонажей, на антагонистов и протагонистов, нет классических элементов драмы и привычных арий, а на протяжении всей оперы происходит развитие центральной идеи — идеи ненасилия. Соответственно, для зрителей смысл должен был заключаться не столько и не только в том, чтобы внимать происходящему, но и — взаимодействовать, участвовать в спектакле вместе с теми, кто его создает, а исполнители, в свою очередь, должны черпать энергию из зрительного зала. Штрассбергер так объяснял артистам их задачу: «Если вы идете в храм, вы не сможете получить утешения, не проникнувшись атмосферой: так и здесь. Она, как ритуал, который повторяется вновь и вновь, и в этом есть особый смысл» [11, 34].

После выхода спектакля в околотеатральных кругах распространилось мнение, согласно которому Штрассбергер, переосмыслив не имеющий драматического конфликта музыкальный материал, создал в своем спектакле совершенно новую историю. В действительности, как нам представляется, режиссер следовал по пути, намеченному композитором, останавливаясь на тех поворотных моментах в жизни Ганди, на которые Гласс указал наименованием картин и актов, при этом сделав их более объемными, зрелищными и наполненными конкретным содержанием.

Опера делится на 3 акта, в каждом из которых представлена историческая фигура (драматическая роль), как бы извне наблюдающая за событиями и комментирующая их. В I акте это Лев Толстой: его теория «непротивления злу насилем» лежит в основе идеи Ганди о «ненасильственном сопротивлении». Гласс считает, что Толстого и Ганди объединяет «одно и то же сочетание политического и духовного начал». Во II акте в качестве наблюдателя и комментатора предстает Рабиндранат Тагор — еще один духовный наставник и моральный авторитет для Ганди. В III акте — Мартин Лютер Кинг, последователь Ганди и его идеи «ненасильственного сопротивления». Гласс отмечал: «Для меня этот человек — “американский Ганди”, добивавшийся в Америке того же и теми же средствами,

что и Ганди в Индии. Толстой, Тагор и Кинг представляют прошлое, настоящее и будущее «Сатьяграхи» [11, 35].

Отправной точкой оперы служит диалог между героями «Бхагавадгиты» Кришной и Арджуной — они появляются на сцене «во плоти», с первых тактов произведения задавая происходящему высокий духовный настрой. Тематический центр первого действия — картина «Ферма Толстого», живописующая трудовую общину, организованную Ганди недалеко от Йоханнесбурга. В основе ее создания лежала идея Толстого о необходимости физическим трудом добывать свой хлеб. Не случайно среди «возделывающих землю» членов общины появляется сам писатель: на фоне неба то ли в Африке, то ли в Индии или России он перечитывает письма, полученные им от Ганди. Такой прием не кажется лишним и служит в зрительском восприятии сближению разных культур. Мировоззренческий поиск и взаимное идейное обогащение двух великих умов приводит к тому, что «благодатная почва» — в данной сцене вполне буквально — дает свои всходы. Начинается период активной общественной и политической деятельности Ганди.

В картине «Клятва» нашел отражение митинг о неподчинении «черному закону», организованный Ганди в Йоханнесбурге в помещении театра «Империал». В сцене «Противостояние и спасение» рассказывается о нападении на Ганди разъяренной толпы белых, от которой его спасает миссис Александер (женское начало, способное остановить мужскую злобу и агрессию). В сцене «Индийское мнение» представлен момент, когда Ганди начинает издавать еженедельную газету «Индийское мнение»: именно там он впервые изложит теорию ненасильственного сопротивления властям. На протяжении всего музыкального фрагмента сцену заполняет гигантская проекция, сотканная из отрывков газетных статей. Сцена «Протест» говорит о неповиновении индийцев «черному закону» и угрозе сжечь документы о регистрации. Их угроза реализуется — на сцене постепенно «разгорается» и «вспыхивает» передний занавес-сетка: реалистическая анимированная проекция производит потрясающий эффект.

Третье действие посвящено Мартину Лютеру Кингу и демонстрирует культурную преемственность идей Ганди, встраивая их в американскую действительность. 28 августа 1963 г. со ступеней Мемориала Линкольна Мартин Лютер Кинг произнес свою знаменитую речь «I have a dream» («У меня есть мечта») и описал будущее, в котором белые и черные будут равны. Фрагмент видеозаписи этого выступления разрывает музыкальную ткань произведения, чтобы зрители смогли услышать голос самого Кинга.

Последняя сцена «Ньюкаслский март» возвращает нас в Южную Африку и посвящена успехам сатьяграхи. Английское правительство, обеспокоенное тем, что акции протеста могут распространиться на Индию и на другие британские колонии, вступило с Ганди в переговоры, итогом которых стало соглашение об аннулировании самых вопиющих расистских законов. Это означало победу сатьяграхи.

Самостоятельную линию в спектакле образуют титры с переводом текстов «Бхагавадгиты». Они не поясняют происходящее на сцене, как обычно бывает в иноязычных постановках, но дополняют его, способствуя созданию общей

философско-этической системы оперы: «Совершай то, что необходимо, ибо действие лучше бездействия. Даже тело поддерживать тебе не удастся без деятельности», «Кто лишен ожиданий, обуздал свой разум и сердце, отказался от обладания имуществом, тот не совершает греха», «Отрешенный, исполненный религиозной чистоты, мудрый человек, отринувший сомнения, не гневается в несчастье и не привязывается к благу». Штрассбергер, хотя и отходит от идеи композитора, мечтавшего о «чистом» диалоге со зрителем, минуя сознательный уровень, но старается сделать ее более конкретной и осязаемой. Сопровождая картины жизни Ганди «Бхагавадгитой», режиссер словно доказывает неумозрительную ценность этого произведения, подчеркивает практическую актуальность заложенных в нем постулатов. Мы видим, с какими страхами и испытаниями сталкиваются люди, ступившие на путь непротivления, как разрушается материальное восприятие мира под воздействием силы духа, внутренней концентрации и нацеленности на результат.

Итак, Тадеуш, развивая концепцию Гласса, представил в спектакле суперпозицию этнической, мифологической и социально-политической зрелищности. В соответствии со своим замыслом, он разработал художественное решение спектакля. Первый представленный им макет, изображающий элементы храмового комплекса в Индии, был достаточно громоздким и искажал индуистскую символику, на что обратил внимание Андрей Шишкин и вернул проект на доработку. В итоге Штрассбергер решил использовать все доступное пространство: его сценография больше должна была напоминать инсталляцию в музее, чем декорации в традиционном понимании. Доминантой сценического решения стала уходящая в бесконечность перспектива храма, вход в который — зрительный зал, а алтарь — сама бесконечная Вселенная. Для оформления пространства Тадеуш выбрал любимые в Индии цвета: красный, символизирующий чистоту; желтый — цвет бога Вишну; синий — цвет бога Кришну; зеленый, означающий плодородие и жизнеспособность, и шафрановый — символ жертвенности. С помощью занавеса-сетки, проекции и световых эффектов (художник по свету — Евгений Виноградов, спецэффекты — Илья Шушаров) сцена могла превращаться то в «Ферму Толстого», то в кинотеатр «Империял», то в абстрактное мифологическое пространство. На театральный тюль проецировались изображения пламени, леса и различных картин, ассоциирующихся с Индией, — например, живописное течение Ганга, а на задник выводилась основная часть видеоряда — фотографии, видео, тексты, спецэффекты. Благодаря атмосферному мультимедийному сопровождению и выступлению артистов, зритель, даже если не был близко знаком с индийской философией, деятельностью Ганди и Кинга, толстовством и поэзией Тагора, мог интуитивно понять, о чем идет речь. Буквально с первых тактов «...зал подкупает реалистичность и живописность спектакля. Зритель вдруг чувствует себя на минималистской опере как дома, словно на традиционном спектакле с эффектами, добром и чудесами» [3].

При разработке костюмов Матти Ульрич решала для себя вопрос, ориентироваться ей на Ганди как человека или на Ганди как идею, философию, и остановилась на последнем, одев героя в белые одежды, напоминающие традиционный

саронг. Подобно этому и костюмы других героев связаны не столько с местом и временем, сколько с их духовным опытом и внутренним состоянием (крестьянская рубаха у Толстого). Для артистов хора Матти создала традиционные яркие индийские костюмы, европейские платья и костюмы по моде XX в. и светлые одежды для сцены «Ферма Толстого», которые гармонично дополняют общий визуальный ряд и помогают зрителям лучше ориентироваться в происходящем.

Безусловную сложность для исполнителей представляла музыка «Сатьяграхи». Дирижер Оливер фон Дохнаньи имел опыт исполнения произведений Гласса. Поскольку его с композитором связывает многолетняя дружба, они обсуждали концепцию постановки, и Дохнаньи пообещал ничего в партитуре не менять. Для того чтобы передать заложенную в опере идею ненасильственной борьбы и обеспечить мягкость звучания, из оркестра были изъяты ударные и медные духовые инструменты и, наоборот, усилены струнные группы и деревянные духовые. Никаких восточных инструментов композитор в партитуру не включил. Дитя индийской музыкальной культуры — американский минимализм получил у наших музыкантов шутливое наименование «математики для оркестра»: освоить репетитивную технику, когда одни и те же эпизоды партитуры повторяются многократно и на протяжении всего произведения сохраняется единый темп и тональность, привыкшим к классическому репертуару музыкантам было непросто. Приходилось делать заметки на полях партитуры, чтобы знать, сколько раз повторяется тот или иной музыкальный фрагмент, а скрипачам — фиксировать руку в подвешенном состоянии, чтобы мышцы не сводило от постоянного напряжения.

Свои сложности ожидали и солисты оперы, которым, помимо нетипичных вокальных партий, предстояло освоить санскрит. Под руководством коуча, востоковеда Натальи Силкиной (Санкт-Петербург), в течение года они учились правильному произношению, грамматике, читали тексты из «Бхагавадгиты» и добились практически безупречного звучания древнего языка. Что касается вокала, солистам не всегда удавалось быть органичными «безвоздушному пространству» глассовской оперы, но проникающая в исполнение теплота и задушевность русской музыкальной реальности, пожалуй, сделала «Сатьяграху» более душевной, человеческой и легкой для восприятия. Между тем критики отмечали, что «динамическая глубина оперы, когда соло тенора переходит в дуэт тенора и баритона, затем в трио тенора, баритона и баса, после чего начинает звучать полный хор, роднит его с русской литургией и фольклорной музыкой» [14] и что «здесь скорее необходимо абсолютно ровное голосоведение, какое исповедуют вокалисты, исполняющие старинную музыку (вот так неожиданно сходятся две совершенно разные музыкальные культуры)» [5]. Тем самым «Сатьяграха» может быть понята как своеобразный музыкальный ритуал, возникший на стыке разных культурных и религиозных традиций.

Большую нагрузку при подготовке спектакля испытали и артисты хора (хормейстер Эльвира Гайфуллина), которые также изучали санскрит и сложнейшие вокальные партии, а помимо этого им предстояло на протяжении практически всей оперы находиться на сцене и активно участвовать в действии. В ходе долгих репетиций хору удалось добиться правильного «не оперного» звучания, безупречного

исполнения даже в сценах, в которых артистам приходилось петь или сотни раз повторять похохатывания, лежа на спине, или циркулировать по залу на протяжении 15–20 минут, не имея возможности ориентироваться на дирижера. Впоследствии «беспрецедентная работа хора» была отмечена спецпризом Российской национальной театральной премии «Золотая маска» и получила приз критики. Помимо этого опера вошла в шорт-лист Первого ежегодного приза музыкальной критики, получила премию губернатора Свердловской области, призы Свердловского областного фестиваля «Браво!»; спектакль был назван «Событием года» по версии российской оперной премии «Casta diva».

«Сатьяграха» интересна как произведение искусства, в котором нашли отражение конкретные исторические события, был воплощен образ выдающегося человека, показана жизнь великих идей и которое дало возможность приблизиться к иной культуре. Таким образом преодолевается диспозиция «свой — чужой», и, как подмечает искусствовед М. Москалюк, в данном случае «искусство позволяет постигнуть и почувствовать уникальность иной культуры, духовное своеобразие народа, морально-этические основы нации».

По задумке Гласса, восприятие «Сатьяграхи» должно происходить, прежде всего, на духовном уровне, как очищающего ритуала. Эта концепция композитора транслируется Дохнаньи через точное воплощение музыкального материала; ритуальный характер оперы хорошо воспринял и Штрассбергер, который сосредоточился на нединамичном, часто повторяющемся действии (круговая циркуляция артистов хора по залу), подробной работе с артистами, эффектным визуальном решении спектакля. Зритель оказывается плененным окружающей его красотой, силой духа и силой идей, которые транслирует опера. Для тех, кто бывал в Индии, ее собирательный образ на сцене кажется узнаваемым; другие воспринимают место действия как диковинную восточную страну, в русле классической оперной традиции. Безусловно, узнаваемым оказывается и образ Ганди, уже отделившийся от индийской культуры и ставший частью мирового культурного наследия. С ним связан ряд ассоциаций — борьба за права, сила духа, ненасильственное сопротивление. Проходящие в одном ряду личности, представляющие русскую, индийскую и американскую культуру, рождают у зрителя ощущение единства. Вместе с тем диалог культур Востока, Запада (Америки) и России, примером которого является опера «Сатьяграха», способствует формированию у зрителя представлений о поликультурном мире, знакомит его с различными тенденциями в отечественной культуре, позволяет не замыкаться в рамках собственной традиции, а быть открытым новому культурному опыту.

1. *Багно В. Е.* Русская классическая литература и формирование образа России в мире // Вестн. Рос. акад. наук. 2008. Т. 78, № 5. С. 406–408.

2. *Бахтин М. М.* Ответ на вопрос редакции «Нового мира» // Эстетика словесного творчества. М., 1986. С. 346–354.

3. *Бедерова Ю.* Ненасильственный минимализм. Опера «Сатьяграха» Филипа Гласса в Екатеринбурге [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. 2014. 19 сент. С. 14. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2569751> (дата обращения: 19.09.2017).

4. *Вознюк Е. Б.* Межкультурный диалог как фактор развития культуры в период глобализации : дис. ... канд. культурологии. Барнаул, 2012. 173 с.
5. *Гайкович М.* Зритель впадает в транс. Российская премьера оперы Филипа Гласса «Сатьяграха» [Электронный ресурс] // Независимая газета. 2014. 22 сент. URL: http://www.ng.ru/culture/2014-09-22/10_opera.html (дата обращения: 15.10.2015).
6. *Ганди М.* Моя вера в ненасилие [Электронный ресурс]. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=9507&p=1> (дата обращения: 15.10.2019).
7. *Датта Д.* Философия Махатмы Ганди. М., 1959. 147 с.
8. *Девятова О. Л.* Отражение процессов межкультурного взаимодействия Запада и Востока в современной репертуарной политике на примере Екатеринбургского театра оперы и балета // Культура. Власть. Общество: Пути реализации государственной культурной политики : материалы межрегион. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2018. С. 133–138.
9. *Каган М. С.* Проблема «Запад – Восток» в культурологии. Взаимодействие художественных культур. М., 1994. 160 с.
10. *Кром А. Е.* Стив Райх и судьбы американского минимализма : дис. ... канд. искусствоведения. Н. Новгород, 2003. 185 с.
11. Филип Гласс. Сатьяграха. Опера в трех действиях / сост. Е. Мельникова. Екатеринбург, 2014. 60 с.
12. *Шахназарова Н. Г.* Музыка Востока и музыка Запада: типы музыкального профессионализма. М., 1983. 153 с.
13. *Glass Ph.* Music by Philip Glass / ed. by R. T. Jones. N. Y., 1995. 226 p.
14. Review: OPERA Satyagraha Kingswood School, Bath [Electronic resource] // Independent. URL: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/review-opera-satyagraha-kingswood-school-bath-1279640.html> (accessed: 20.02.2015).

Статья поступила в редакцию 18.02.2019 г.

УДК 159.947.5:616.7-001

**М. Е. Пермякова
Е. А. Леонтьева**

МОТИВАЦИЯ К РЕАБИЛИТАЦИИ И ЕЕ КОРРЕЛЯТЫ У ПАЦИЕНТОВ С ТРАВМАМИ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА

Часть 1

Реабилитация инвалидов является одной из приоритетных задач социальной политики в России. В статье представлены результаты исследования мотивации к реабилитации, личностных и поведенческих особенностей, с которыми она предположительно может быть связана, пациентов с травмами опорно-двигательного аппарата. Участие в исследовании приняли 47 реабилитантов в возрасте от 25 до 50 лет. В качестве диагностического инструментария были использованы: шкала оценки изменения поведения Университета Род-Айленд; опросник «Большая пятерка»; опросник «Копинг-стратегии» Р. Лазаруса; проективная методика «Идеалы и ценности». Результаты исследования подтвердили предположение о низкой или неустойчивой мотивации к реабилитации у большинства респондентов (87,2 %). Были выявлены как совпадения, так и достоверные отличия в предпочитаемых копинг-стратегиях, личностных характеристиках и ценностях у мужчин и женщин, учет которых может повысить эффективность реабилитационного процесса.

Ключевые слова: пациенты с травмами опорно-двигательного аппарата; мотивация к реабилитации; копинг-стратегии; личностные характеристики и ценности.

Проблема реабилитации инвалидов и их социальная адаптация, как конечная цель реабилитации, включена сегодня в приоритетные направления социальной политики государства. Это связано с низкой степенью социальной

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

ЛЕОНТЬЕВА Елизавета Аркадьевна — магистрант кафедры общей и социальной психологии Уральского федерального университета (e-mail: plizz2013@yandex.ru).

© Пермякова М. Е., Леонтьева Е. А., 2019

адаптированности инвалидов в современном российском обществе, с недостаточной изученностью доминирующих внешних и внутренних факторов этой адаптации [6], которая является многоуровневым процессом, происходящим на соматическом, психологическом и социальном уровнях [10]. При этом на современном этапе все большее внимание уделяется именно социально-психологической реабилитации, как важнейшей составляющей в системе реабилитационных мероприятий. Болезни, травмы, приводящие к инвалидности, неизбежно влияют на человека, так как изменяются условия, качество и стиль жизни, отношение к себе и окружающим. Многие люди, попавшие в такую ситуацию, переживают глубокий «психодуховный» кризис, который, по мнению В. В. Козлова [9], представляет собой процесс дезинтеграции и трансформации личности и может идти в двух направлениях. Это может быть позитивная дезинтеграция, являющаяся потенциалом для роста и развития личности, — когда происходит трансформация старого привычного образа «я» в новый, соответствующий сложившимся реалиям. А может быть негативная дезинтеграция, когда происходит усугубление кризиса. Для нее характерно преобладание отрицательных эмоций астенической, пассивно-бессильной направленности, приводящих порой к депрессии и суицидальным намерениям. Вопрос адаптации человека в этой ситуации зависит в большей степени не от того, как функционирует его организм, а от реабилитационного потенциала личности в эмоционально-волевой, интеллектуальной, мотивационной, поведенческой сферах [5, 11], от тех личностных характеристик, которые могут оказать положительное влияние на восприятие человеком своего нового положения и будут способствовать выходу из кризисного состояния. При этом необходимо учитывать те психологические изменения, которые происходят в раннем и особенно отдаленном периодах заболевания. Так, Е. О. Гордиевская и Б. В. Овчинникова [7] в исследовании пациентов, перенесших ампутацию конечностей, отмечают динамику патохарактерологических изменений их личности, появление новых невротических наслоений. Авторы показывают, что для многих людей со структурными и функциональными нарушениями конечностей характерны состояние хронического стресса, неуверенность в себе, заниженная самооценка, повышенная тревожность, акцентуированные черты характера, поведенческие реакции асоциальной или антисоциальной направленности (конфликтное поведение, агрессивные реакции). На изменение самоидентификации, снижение самооценки у больных с черепно-мозговыми травмами указывают Beadle с соавторами [13]. М. В. Наприенко с коллегами [15] отмечают нарушения в эмоциональной сфере, неадекватную оценку событий и снижение коммуникативных качеств в процессе длительного лечения травм.

Мотивация пациента, его целеустремленность играют ведущую роль в реабилитационном процессе [14] и непосредственно связаны с определенным отношением инвалида к своему заболеванию (травме), с изменением поведения и образа жизни. Исследования говорят о том, что инвалиды недостаточно информированы о возможностях реабилитации, многие из них боятся потерять этот статус и лишиться льгот в результате реабилитации, так как для них существует

огромная проблема трудоустройства [4]. У многих инвалидов отмечается склонность к иждивенчеству и тенденция к консервации своего статуса. Только понимание происходящих на личностном уровне психологических процессов с учетом половых, возрастных особенностей позволит правильно оценить психологический реабилитационный потенциал пациента, в первую очередь его мотивационный компонент, и составить оптимальную индивидуальную программу реабилитации.

Однако к настоящему моменту, по мнению многих авторов, вопросы психологического статуса, а также влияния мотивации на процесс реабилитации человека, перенесшего тяжелейшие болезни, недостаточно изучены [2, 12 и др.]. Так, в литературе представлены единичные исследования мотивации людей с травмами опорно-двигательного аппарата различной нозологии и с разной степенью выраженности анатомического дефекта (ампутация конечностей, спинномозговая травма) [1, 3, 7]. Недостаточно данных об особенностях мотивации к реабилитации у мужчин и женщин.

Цель исследования — изучение мотивации к реабилитации, копинг-стратегий, личностных характеристик и ценностей у пациентов с травмами опорно-двигательного аппарата (ТОДА).

В исследовании проверялись две гипотезы:

1. Для большинства реабилитантов — пациентов с ТОДА характерна низкая или неустойчивая мотивация к реабилитации.
2. Предположительно существуют различия в личностных характеристиках и ценностях, а также в предпочитаемых копинг-стратегиях у мужчин и женщин с ТОДА.

В качестве диагностического инструментария использовались: анкетирование; шкала оценки изменения поведения Университета Род-Айленд (URICA — The University of Rhode Island Change Assessment Scale); пятифакторный личностный опросник «Большая пятерка» («Big five») (адаптация В. Е. Орла, А. А. Руковишникова, И. Г. Сенина); опросник «Копинг-стратегии» Р. Лазаруса (адаптация Т. Л. Крюковой, Е. В. Куфтяк, М. С. Замышляевой); проективная методика «Идеалы и ценности» (Е. В. Селезнева, Ю. В. Синягин). При обработке данных применялись методы математической статистики: описательная статистика, ϕ^* -угловое преобразование Фишера, U -критерий Манна — Уитни.

База исследования — ООО «Реабилитация доктора Волковой», г. Екатеринбург. В исследовании приняли участие 47 реабилитантов (24 мужчины и 23 женщины) с травмами опорно-двигательного аппарата: переломами конечностей, позвоночника (без повреждения спинного мозга), ожоговой болезнью III степени, черепно-мозговыми травмами с последствиями в виде грубой спастики конечностей. Возраст реабилитантов — от 25 до 50 лет (средний возраст — 37,5).

Все реабилитанты были информированы о целях исследования в процессе индивидуальной беседы и подписали добровольное согласие на участие в нем. Бумажные бланки методик испытуемые заполняли в домашних условиях.

В табл. 1 представлены данные о мотивации к реабилитации мужчин и женщин с травмами опорно-двигательного аппарата.

Таблица 1

Характеристика уровня мотивации к реабилитации у пациентов с ТОДА

Параметры выборки	Количество испытуемых с разными уровнями мотивации к реабилитации, % / абс.		
	негативная мотивация	неустойчивая мотивация	позитивная мотивация
В целом по выборке	66 / 31	21,20 / 10	12,8 / 6
Женщины	60,9 / 14	26,1 / 6	13 / 3
Мужчины	70,8 / 17	16,7 / 4	12,5 / 3
$\varphi_{кр}^* = 1,64, p < 0,05$ $\varphi_{кр}^* = 2,31, p < 0,01$	$\varphi^* = 0,72 < \varphi_{кр}^*$	$\varphi^* = 0,79 < \varphi_{кр}^*$	$\varphi^* = 0,05 < \varphi_{кр}^*$

Анализ результатов подтверждает гипотезу о том, что у большинства испытуемых (87,2 %) преобладает негативная или неустойчивая мотивация к реабилитации. Только для 12,8 % реабилитантов характерна позитивная мотивация, т. е. они методично и добросовестно участвуют во всех реабилитационных мероприятиях, тратят достаточно сил и времени на восстановление и адаптацию к изменениям, вызванным инвалидностью. Сравнение количества женщин и мужчин с разными уровнями мотивации не выявило достоверных различий ни на одном из ее уровней. В средних значениях показателей мотивации к реабилитации у мужчин и женщин также не обнаружено отличий ($U_{эмп} = 251,5 > U_{кр}, U_{кр} = 198, p < 0,05$).

В табл. 2 представлены данные о копинг-стратегиях, предпочитаемых реабилитантами с травмами опорно-двигательного аппарата.

Таблица 2

Результаты исследования копинг-стратегий у пациентов с ТОДА

Копинг-стратегия	Уровень напряжения			$U_{эмп}$
	по выборке в целом	женщины	мужчины	
Конфронтация	48,87	48,26	49,46	255,5
Дистанцирование	43,38	41	45,67	176,5*
Самоконтроль	43,70	42,57	44,79	240,5
Поиск социальной поддержки	50,59	51,65	49,58	230,5
Принятие ответственности	46,02	49,83	42,38	195,5*
Бегство-избегание	49,81	54,91	44,92	131,5**
Планирование решения	46,89	43,39	50,25	203
Положительная переоценка	50,77	47,17	54,21	169,5*

Примечание. Здесь и в табл. 3 и 4: * — достоверное различие при $U_{эмп} \leq U_{кр} = 198$ для $p \leq 0,05$; ** — достоверное различие при $U_{эмп} \leq U_{кр} = 166$ для $p < 0,01$.

Наибольшее предпочтение респонденты отдают трем копинг-стратегиям. Чаще всего реабилитанты используют стратегию положительной переоценки, которая заключается в позитивном переосмыслении негативных переживаний, связанных с проблемой, отношение к последней как к стимулу для личностного роста. Причем мужчины достоверно чаще прибегают к этой стратегии, чем женщины. Стратегия поиска социальной поддержки стоит на втором месте по частоте применения и в равной мере используется женщинами и мужчинами, что вполне объясняется их социальной неполноценностью из-за ограничений жизнедеятельности, обусловленных инвалидностью. Эта стратегия заключается в стремлении разрешить проблемы за счет привлечения социальных ресурсов, т. е. поиска информационной (рекомендации экспертов, врачей и т. д.), эмоциональной (возможность разделить с кем-либо свои переживания) и действенной поддержки. В психокоррекционной работе с реабилитантами необходимо учитывать, что эта стратегия таит в себе опасность формирования у них зависимой позиции и завышенных ожиданий от окружающих. К стратегии бегства-избегания, третьей по значимости в данной выборке, чаще прибегают женщины, стремясь уклониться от проблемы, отрицая ее. Они также достоверно чаще используют стратегию принятия ответственности, т. е. склонны к анализу своего поведения, поиску причин возникших проблем в себе, в своих ошибках. Следствием может быть необоснованное чувство вины, излишняя самокритика, которые могут приводить к депрессии и снижать эффективность реабилитационного процесса.

Мужчины достоверно чаще прибегают к стратегии дистанцирования, которая предполагает преодоление негативных переживаний за счет субъективного снижения значимости проблемы, обесценивания, отстранения от нее.

В табл. 3 представлены данные о личностных характеристиках реабилитантов с ТОДА.

Таблица 3

Сравнение показателей личностных характеристик реабилитантов с ТОДА

Профиль личности (шкала)	Средние показатели по шкалам		U _{эмп}
	женщины	мужчины	
Экстраверсия — интроверсия	45,74	52,79	118**
Привязанность — обособленность	58,91	60,45	241,5
Самоконтроль — импульсивность	60,70	53,42	95**
Эмоциональная устойчивость — эмоциональная неустойчивость	46,87	43,38	248
Экспрессивность — практичность	56,70	50,13	124**

Сравнительный анализ показал наличие достоверных различий между мужчинами и женщинами с ТОДА по трем шкалам: «экспрессивность — практичность», «экстраверсия — интроверсия» и «самоконтроль — импульсивность». Мужчины данной выборки более экстравертированы, чем женщины, более открыты к общению, естественны в поведении, склонны к привлечению внимания

и импульсивным поступкам, менее ответственны в выполнении предписаний специалистов-реабилитологов. При этом они достаточно ригидны, не любят резких перемен, к оценке жизненных событий подходят рационально, с точки зрения практической выгоды. Испытуемые женщины более интравертированы, замкнуты, сдержаны, предпочитают по возможности опираться на свои силы. У них выше уровень самоконтроля и волевой регуляции.

Знание этих личностных особенностей может способствовать индивидуализации и оптимизации системы реабилитационных мероприятий. Например, для интровертов более эффективными считаются индивидуальные занятия в первой половине дня, а в работе с экстравертами можно чаще использовать групповые занятия, предпочтительно во второй половине дня, и т. д.

В табл. 4 представлены данные об иерархии жизненных ценностей у пациентов с ТОДА.

Таблица 4

Результаты исследования жизненных ценностей пациентов с ТОДА

Ценность	Количество человек по выборке в целом, для которых эти ценности являются определяющими, % / абс.	Средние значения (женщины)	Средние значения (мужчины)	$U_{\text{эмп}}$
Дети	17,02 / 8	16,43	10,33	172*
Общение	29,79 / 14	16,87	17,08	261
Любовь/брак	38,30 / 18	17,30	17,58	268
Карьера/работа	68,08 / 32	24,61	25,5	236
Саморазвитие	21,28 / 10	9,91	10,79	259,5
Независимость	80,85 / 38	23,30	27,71	215
Деньги	14,89 / 7	12,04	16,96	179*
Движение/путешествие	27,66 / 13	15,43	11,59	242

Результаты исследования свидетельствуют о важности независимой жизни для большинства реабилитантов (80,85 %). Болезни, травмы, приводящие к ограничению жизнедеятельности, особенно повышают ее значимость. Во многих странах на государственном уровне сформированы концепции независимой жизни и созданы специальные организации, поддерживающие инвалидов в этом стремлении. Согласно идеологии независимой жизни, инвалиды — это часть общества и они должны жить так же, как здоровые люди: самостоятельно определять стиль своей жизни, принимать решения и управлять жизненными ситуациями [8]. Вполне логично, что следующей по значимости является ценность работы и карьеры, которые могут служить основой независимости. Это обусловлено и высоким уровнем безработицы среди инвалидов, которые считают себя дискриминационной группой населения [4]. Любовь и брак стоят на третьем месте в иерархии ценностей. К сожалению, инвалидность часто приводит к утрате семейной и сексуальной ролей, к сужению круга общения. И. Д. Булюбаш [3] отмечает более высокую частоту разводов среди инвалидов. В исследуемой выборке из 47 реабилитантов в браке состоят только 8 женщин и 5 мужчин.

Выявленная иерархия ценностей свидетельствуют о значимости именно тех из них, к ограничениям которых чаще всего приводит инвалидность.

Кроме того, сравнительный анализ жизненных ценностей мужчин и женщин показал, что для мужчин достоверно большей ценностью являются деньги, а для женщин — дети. Это согласуется с общепринятыми представлениями о социальных ролях: мужчины — как главы семейства и добытчика, а женщины — как матери.

Таким образом, гипотеза о существовании различий в копинг-стратегиях, личностных характеристиках и ценностях у мужчин и женщин с ТОДА подтвердилась. Эти особенности психолог должен учитывать при разработке программ индивидуальных и групповых занятий в процессе психологической реабилитации пациентов с ТОДА.

1. Биктимирова Ф. М., Ничипоренко Н. П. Гендерные особенности мотивации пациентов с нарушениями структуры и функций конечностей // Теоретическая и клиническая медицина. 2012. Т. 93, № 6. С. 902–906.

2. Боговин Л. В., Водолазская А. С. Мотивационная сфера больных бронхиальной астмой // Бюл. физиологии и психологии дыхания. 2012. Вып. 43. С. 74–78.

3. Булюбаи И. Д. Мотивация пациентов с последствиями спинномозговой травмы в процессе восстановительного лечения // Паллиативная медицина и реабилитация. 2013. № 2. С. 51–56.

4. Веденева Н. В. Социальные аспекты реабилитации инвалидов в Российской Федерации : автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2004. 32 с.

5. Войтенко Р. М., Карасаева Л. А., Саковская В. Г. Экспертная и реабилитационная деятельность психолога на этапе реорганизации системы медико-социальной экспертизы и реабилитации инвалидов // Медико-социальная экспертиза и реабилитация. 2015. Т. 18, № 3. С. 10–13.

6. Домбровская А. Ю. Факторы социальной адаптации инвалидов в России (по материалам социологического исследования) // Изв. Тул. гос. ун-та. Гуманитарные науки. 2013. С. 190–200.

7. Гордиевская Е. О., Овчинникова Б. В. Индивидуально-психологические особенности инвалидов с ампутациями конечностей как значимый фактор их реабилитации // Вестн. С.-Петерб. ун-та. 2008. Сер. 12, вып. 2. С. 339–344.

8. Картова Т. П. Концепция независимой жизни инвалидов в социальной политике государства : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Саратов, 2005. 23 с.

9. Козлов В. В. Социальная работа с кризисной личностью : метод. пособие. Саратов, 2014. 167 с.

10. Морозова Е. В. Социально-психологическая адаптация личности, находящейся в условиях инвалидизирующего заболевания : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Ярославль, 2008. 26 с.

11. Халак М. Е. Определение уровня психологического потенциала у лиц с ограниченными возможностями [Электронный ресурс] // Концепт. 2012. № 10 (октябрь). URL: <http://www.covenok.ru/koncept/2012/12131.htm> (дата обращения: 20.02.2019).

12. Шабанова А. С. Мотивация к лечению у пациентов с различными соматическими заболеваниями // Бюл. физиологии и психологии дыхания. 2015. Вып. 57. С. 130–134.

13. Beadle E. J., Owensworth T., Fleming J. The Impact of Traumatic Brain Injury on Self-Identity: A Systematic Review of the Evidence for Self-Concept Changes // Journal of head trauma rehabilitation. Vol. 31, iss. 2. Special ed. P. E12–E25.

14. Lee J. Y., Ready E. A., Davis E. N. Purposefulness as a critical factor in functioning, disability and health // Clinical rehabilitation. Vol. 31, iss. 8. P. 1005–1018.

15. Naprienko M. V., Smekalkina L. V., Zilov V. G. Polyrecept relaxation in trauma rehabilitation // J Trauma Treat. 2017. № 6. P. 397.

ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ СУБЪЕКТИВНОГО КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

Статья представляет собой продолжение теоретической разработки проблемы субъективного качества жизни. Оценка субъективного качества жизни требует создания методики, определяющей уровень удовлетворенности человека своей жизнью. Подобная методика должна учитывать множество факторов, оказывающих влияние на формирование субъективного качества жизни, и включать оценку индивидом качества удовлетворения его потребностей, процесса саморазвития и самореализации, оценку соответствия основных параметров и условий жизнедеятельности индивида его ценностным ориентациям и представлениям об искомом уровне жизни.

К л ю ч е в ы е с л о в а: субъективное качество жизни; удовлетворенность; потребности; ценностные ориентации; самореализация.

Изучение уровня качества жизни отдельно взятого человека и/или социальной группы представляет собой один из наиболее универсальных способов определения оценки качества объективных условий их жизнедеятельности (политический, социально-экономический, экологический и культурный контекст), а также позволяет выявить субъективное отношение индивида к этим условиям.

В современных научных исследованиях изучение качества жизни осуществляется в рамках трех основных концепций: концепций объективного, субъективного и интегрального качества жизни. Разрабатывается теория психологического (воспринимаемого) качества жизни.

На сегодняшний день в научной литературе не представлено точного определения субъективного (ощущаемого, индивидуального, воспринимаемого) качества жизни. Не создано также ни одной исчерпывающей методики диагностики и определения уровня последнего. Однако потребность в подобной методике существует, в частности, в рамках проведения консультирования в области личностного развития и личной эффективности.

Данная статья является продолжением теоретической разработки проблемы **субъективного качества жизни** [10, 11], которая должна стать основой для создания искомой методики.

Измерение субъективного качества жизни исторически началось с проведения социологических опросов. Акцент сместился на субъективное восприятие людьми своей актуальной жизненной ситуации. Социологические исследования представляют собой оценку важного списка сфер жизнедеятельности, которые могут быть бесконечными по количеству индикаторов, а набор индикаторов может

ЮДИНА Наталья Александровна — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и образовательных технологий Уральского федерального университета (e-mail: yudinatalya@mail.ru).

меняться одновременно с изменением жизни отдельного человека и с трансформацией социума [9].

В зависимости от исследуемого критерия или фактора качества жизни могут использоваться открытые и закрытые опросники и анкеты, а также методики и тесты, разработанные на основе конкретной концептуальной задачи изучения интегральных или изолированных психологических факторов качества жизни.

Исследование субъективного качества жизни позволяет создать динамическую картину конкретной жизненной ситуации некоего индивида для определения его взаимоотношений со средой. Определение уровня субъективного качества жизни делает возможным выявление как актуальных характеристик ситуации (синхронический срез), так и диахронической составляющей: становления системы субъективного качества жизни индивида (получение им жизненного опыта) или картины ожидаемого будущего (аспект целеполагания). Отличие парадигмы субъективной оценки качества жизни от парадигмы иного экспериментального исследования состоит главным образом в том, что в фокус внимания исследователя попадает не объективная модель ситуации, а «воспринимаемое качество» как отношение вовлеченного субъекта. Поэтому для исследователя особенно важным становится определение содержания этого «воспринимаемого качества» [1].

Как отечественная, так и зарубежная наука располагает на сегодняшний день большим количеством теорий, исследующих взаимосвязь объективного и субъективного качества жизни. Объективное и субъективное качества жизни раскрываются в пространстве функционирования следующих групп факторов:

Экономические и технологические факторы — характеризуются уровнем доходов населения, уровнем жизни, доступностью товаров общественного потребления, уровнем развития сферы услуг, состоянием инфраструктуры и т. п. Технологические факторы актуализируются посредством сферы производства указанных товаров и услуг, применяемыми средствами, материалами и технологиями труда, техническими параметрами продукции.

Экологические факторы — отражают текущее состояние окружающей среды и ее потенциал (богатство природных ресурсов), уровень влияния окружающей среды на население.

Социальные (политические) факторы — характеризуются социальными условиями для развития потенциала населения, уровнем влияния индивидов на общественную жизнь, отношениями между социальными группами, безопасностью, гуманностью законодательной и правоохранительной систем. В связи с этим показательным становится изучение «социального самочувствия». Субъективное качество жизни в этом контексте может быть представлено как «эмоционально-оценочное отношение индивида к системе социальных отношений и к своему месту в этой системе» [3].

Духовные факторы — актуализируются на уровне духовно-нравственных и интеллектуальных потребностей людей, а именно: формирование указанных потребностей, способность к их удовлетворению, формирование системы ценностных ориентаций и т. п. [2].

Духовная и интеллектуальная самореализация влияет не только на общую субъективную самореализацию, но и на объективную. Люди с более высоким уровнем интеллектуальной самореализованности имеют больше шансов на профессиональную самореализацию и, следовательно, достижение связанных с ней аспектов качества жизни. Духовная (в частности, религиозная) самореализация способствует оптимизации морально-нравственного становления личности, стабилизации ценностных ориентиров и национального самосознания [15].

Важную роль в формировании отношения индивида к условиям его жизнедеятельности играют **психологические качества личности**. Согласно модели взаимосвязи социально-психологических характеристик личности и качества ее жизни, предложенной А. Эбби и Ф. М. Эндрюс [12], последнее зависит от таких личностных особенностей, как экстернальность/интернальность, стрессоустойчивость, уровень тревожности, склонность к депрессии, а также от наличия социальной поддержки. Помимо этого в исследованиях зафиксирована взаимосвязь субъективного качества жизни с такими психологическими характеристиками личности, как самооценка, нейротизм, ролевой конфликт, с особенностями ценностно-мотивационной сферы и рядом других индивидуальных характеристик [13, 14].

По мнению В. В. Глухова и В. В. Окрепилова, «качество жизни — это совокупность параметров, отражающих измерение течения жизнедеятельности с оценкой физического состояния, психического благополучия, социальных отношений и функциональных способностей» [2, 123].

Итак, изучение качества жизни протекает в контексте необходимости учитывать огромное количество факторов внешней и внутренней среды, субъективное отношение к которым отражает ощущаемое благополучие/неблагополучие и удовлетворенность/неудовлетворенность индивида своей жизнью в целом и отдельными ее аспектами в частности. Основополагающим в связи с этим является вопрос о *восприятии* тех составляющих этой среды, которые становятся значимыми для конкретного индивида в конкретной жизненной ситуации.

Субъективно значимые проявления внешней и внутренней среды образуют для индивида «ядро перцептивного образа», аккумулирующего как объективные свойства явлений, так и отношение к ним самого субъекта и повышающие адаптивность в многоаспектной вариативной действительности [7].

Опираясь на концепции объективного, субъективного и интегрального качества жизни, мы неизбежно приходим к следующему выводу: показатели, критерии и аспекты качества жизни всех перечисленных уровней подвергаются индивидуальной, однократной и уникальной интерпретации, что придает им несомненную психологическую подоплеку.

Так, Г. М. Зараковский считает психологические явления общим показателем для всех свойств жизни, определяемых как ее качество. Более того, именно они представляют собой сугубо «человеческую» часть критериальной основы качества жизни, т.е. духовной составляющей жизни людей [4]. Психологическую нагрузку здесь, в первую очередь, несут информационные ресурсы и характеристики любых инструментов, которые определяют их согласование с психологическими и психофизиологическими возможностями человека.

Выделим основные уровни влияния личностных факторов на оценку качества жизни. Во-первых, оценка качества жизни может находиться под влиянием механизмов атрибуции и самовосприятия. Во-вторых, влияние личностных характеристик в данной ситуации может быть опосредованным. Значительное влияние на селективность событий и реакций оказывает тип темперамента и ситуативное настроение. Возраст также влияет на восприятие субъективного качества жизни (в сторону его стабилизации) [4].

Опираясь на вышеизложенное, мы предполагаем, что наиболее оптимальным критерием оценки субъективного (ощущаемого, воспринимаемого) качества жизни является критерий *удовлетворенности*.

Так, социально-психологические теории рассматривают качество жизни как отражение экономико-психологического статуса личности с учетом уровня удовлетворенности жизнью в целом. По словам Н. М. Федоровой, «качество жизни — социально-экономическая категория, характеризующая совокупность объективных условий и субъективных оценок, обеспечивающих ту или иную степень удовлетворенности людей своей жизнью» [8, 78].

Важной становится рефлексия личности в выработке отношения к условиям своей жизнедеятельности. Удовлетворенность жизнью служит индикатором психологического отношения к условиям жизни человека в процессе непрерывной адаптации к изменениям в социальной и экономической среде. При этом на первый план выходят субъективно выбранные им критерии оценки ее качества.

Один из психологических подходов в изучении качества жизни — *потребностный* — определяет уровень качества жизни с точки зрения удовлетворенности человека качеством удовлетворения его потребностей, которая определяется в связи с соответствующими нормами, обычаями и традициями, а также коррелирует с уровнем различных индивидуальных притязаний (социальное положение, социальный статус, уровень образования и т. п.).

Концепция развития потребностей от низших к высшим в контексте изучения качества жизни делает актуальным обращение к *акмеологическому подходу*.

Такие представители гуманистического направления в психологии, как К. А. Абульханова-Славская, В. Г. Асеев, Ш. А. Надирашвили, И. Т. Левыкин и др., предложили рассматривать качество жизни в акмеологическом смысле: это «...жизнь, обогащаемая смыслом саморазвития, смыслом динамичности, невозможной без освоения гуманистических ценностных ориентаций» [5, 55]. Как пишет И. Т. Левыкин, «социальное благополучие — интегральный показатель уровня и качества жизни... субъективное благополучие — синтетический показатель удовлетворенности реализацией... духовных потребностей» [Там же, 57]. Деятельность и активность субъекта являются непременными условиями для формирования личности, которая затем создает определенное качество жизни. Наиболее предпочтительной жизненной стратегией является такая, при которой личность в своем развитии ищет способы самореализации, наиболее актуальные ее возможностям.

В данном контексте мы обращаемся к психолого-педагогической теории С. Л. Рубинштейна и его концепции субъекта, согласно которой жизненный путь человека представляет собой не столько движение вперед, сколько «вверх»,

в направлении непрерывного саморазвития. Согласно С. Л. Рубинштейну, интегративной основой для индивида и социума в качестве «ориентира поведения», некоего предпочитаемого в социуме стандарта, являются его *ценности* [6].

Аксиологический подход приобретает значение в контексте исследования качества жизни с точки зрения способности образовывать ценностную систему критериев отношения к жизни как психологического основания актуализации значимых ее аспектов на личностном, групповом или общественном уровне. Р. Инглхарт отмечает, что структура ценностей индивида определяют выбор его жизненных целей, причем доминирование нематериальных ценностей, связанных с самоактуализацией, характерное, прежде всего, для людей творческих, интеллектуальных профессий, обуславливают их большую удовлетворенность работой, образом жизни и соответствуют их жизненным стандартам [15]. Следовательно, аксиологическое качество жизни можно определять методом выявления уровня соответствия основных параметров и условий жизнедеятельности индивида его ценностям, а также личному представлению об искомом уровне жизни.

Итак, определение уровня субъективного качества жизни невозможно без обращения к психологическим аспектам в его изучении, которое в современной науке осуществляется в рамках потребностного, акмеологического и аксиологического подходов. Влияние на субъективное качество жизни оказывает множество факторов, следовательно, и методика его оценки должна быть многомерной, учитывать различные показатели, характеризующие условия жизни индивида, такие как уровень жизни, состояние здоровья, социальное и психологическое благополучие, доступность образования, возможности проведения досуга, уровень безопасности и др. Создание исчерпывающей методики определения субъективного качества жизни возможно с опорой на изучение потребностной и ценностной сфер индивида, а также определения его акмеологического статуса.

-
1. Баранова А. В. Экономико-психологические детерминанты субъективного качества жизни : дис. ... канд. психол. наук. М., 2005.
 2. Глухов В. В., Окрепилов В. В. Управление качеством жизни. СПб., 2008. 484 с.
 3. Головина Г. М., Савченко Т. Н. Субъективное качество жизни: подходы, методы оценки, прикладные исследования. М., 2006. 176 с.
 4. Зараковский Г. М. Критерии качества жизни как ориентиры социально-экономического развития общества. М., 2000.
 5. Левыкин И. Т. Социальное благополучие — интегральный показатель уровня и качества жизни // Психология личности и образ жизни / отв. ред. Е. В. Шорохова. М., 1987. С. 93–96.
 6. Рубинштейн С. Л. Бытие и сознание. СПб., 2012. 287 с.
 7. Углонова Е. А. Влияние феномена субъективного экономического благополучия на оценку качества жизни : дис. ... канд. психол. наук. Ярославль, 2003.
 8. Федорова Н. М. Качество жизни населения города в период социально-экономических трансформаций : автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2002.
 9. Хащенко В. А. Качество жизни: критерии, оценки. Отечественный и зарубежный опыт // Тезисы международного научного семинара, 24–25 окт. 2002 г. М., 2002. С. 60–61.
 10. Юдина Н. А. Психологические подходы к изучению субъективного качества жизни // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2017. Т. 23, № 2 (162). С. 104–110.

11. Юдина Н. А., Белоусова Н. С. Соотношение ценностных ориентаций и субъективного качества жизни молодежи : монография. Екатеринбург, 2017. 123 с.
12. Abbey A., Andrews F. M. Modeling the psychological determinants of Life Quality // Research of the Quality of Life (by F. M. Andrews). Ann Arbor, 1986. P. 85–118.
13. Allardt E. Having, loving, being: an Alternative to Swedish Model of Welfare Research // The Quality of Life. Oxford, 1993. P. 73–94.
14. Diener E., Lucas R. Subjective emotional well-being // Handbook of Emotion. Guilford, 2000.
15. Inglehart R., Rabier J.-R. Aspiration Adapt to Situation // Research of the Quality of Life (by F. M. Andrews). Ann Arbor, 1986. P. 1–56.

Статья поступила в редакцию 01.03.2019 г.

ОБРАЗОВАНИЕ: ВЫЗОВЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ

УДК 316.74 + 378.1(470)

Г. Е. Зборовский

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ДОВЕРИЯ КАК ФУНДАМЕНТАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ*

Дается общая характеристика концептуализации доверия, обосновывается ее необходимость для плодотворного теоретико-эмпирического исследования фундаментальной проблемы российского высшего образования. Концептуализация доверия охватывает его понятийный ряд, виды, структуру. Особое внимание обращается на возможность появления нелинейности доверия в высшем образовании. Дается интерпретация нелинейности доверия в высшей школе через совокупность целого ряда его конкретных признаков и характеристик. На концептуальном уровне показываются различия и противоречия между межличностным, общностным и институциональным доверием. Выявляются возможности операционализации основных понятий и структурных элементов доверия.

К л ю ч е в ы е с л о в а: концептуализация; доверие; высшее образование; межличностное, общностное, институциональное доверие; нелинейное доверие.

В последнее время наблюдается заметный рост интереса к изучению доверия как проблемы высшего образования. Причины такого явления вполне понятны. Традиционные способы и механизмы деятельности высшей школы как социального института и как социальной системы, ее образовательных организаций серьезно пробуксовывают и нуждаются в обновлении. Институциональные и системные структуры входят в противоречие с межличностными и общностными взаимодействиями, характерными для современной вузовской жизни. Отношения в учебных заведениях высшей школы и отношения к ней в целом,

* Работа выполнена при поддержке РФФИ, проект № 18-011-00158 «Доверие как фундаментальная проблема российского высшего образования».

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

© Зборовский Г. Е., 2019

формирующиеся за ее пределами со стороны значительной части населения, оставляют желать лучшего. Процессы, происходящие в ней, вызывают неудовлетворенность, что показывают многие исследования последних лет, в том числе и наши [4, 5, 7, 8].

Преодоление (или разрешение) этих противоречий диктует необходимость поиска связи, «сцепки» между организациями и структурами института и системы высшего образования, образовательными общностями в них самих, с одной стороны, и группами людей, заинтересованных в эффективной деятельности высшей школы и находящихся за ее пределами, с другой. В качестве такого своеобразного связующего звена может выступить взаимное доверие субъектов высшего образования и различных акторов, прямо или косвенно связанных с ним. Это то доверие, которое сегодня либо отсутствует, либо выступает как слабо используемый ресурс. Поиск путей его формирования и использования выводит доверие на уровень проблемы, требующей своего решения, и позволяет рассматривать его как универсальную характеристику высшего образования.

Сказанное означает, что доверие к высшему образованию целесообразно рассматривать в качестве фундаментального основания, на котором строятся отношения к нему как внутри, так и вне этого социального института. Отсюда следует необходимость концептуализации доверия к высшему образованию как одной из наиболее актуальных проблем развития отечественной высшей школы. Разработка концептуализации доверия выступает целью статьи.

Понятие и виды доверия в зеркале их концептуализации

Под концептуализацией мы понимаем научный дискурс и одновременно методологическую процедуру, направленную на конкретизацию знаний о предмете изучения. Смысл концептуализации — приближение исследования к операциональному уровню, что даст возможность вывести его на разработку методики сбора и интерпретации эмпирического материала.

Концептуализация доверия позволит обеспечить теоретико-эмпирическую организацию его исследования, от создания методологической схемы, обращения к эмпирическому базису и накопления фактического материала до обратного движения от собранных данных к формированию концептуальной модели доверия в высшем образовании. В связи с этим важной проблемой концептуализации доверия к высшему образованию является разработка эмпирической методологии исследования различных образовательных организаций, стейкхолдеров высшего образования, социальных общностей, групп и слоев, имеющих к высшей школе прямое либо косвенное отношение.

Мы исходим из того, что трактовка доверия к высшему образованию является мало разработанной и поэтому достаточно сложной задачей. Ее решение, однако, необходимо для получения обоснованных результатов относительно реальной ситуации с валидностью доверия к высшему образованию в российском обществе. Первым шагом на этом пути является теоретическая и структурная интерпретация понятия доверия к высшему образованию.

В теоретическом плане нам представляется необходимой интерпретация доверия к высшему образованию с позиций трех методологических подходов — институционального, общностного, морально-этического [2, 143–144]. Институционального — потому, что высшее образование — это один из социальных институтов, отношение людей к которому является определяющим с точки зрения их отношения к обществу и государству. Общностного — потому, что система высшего образования включает в себя в качестве собственной опоры образовательные общности в вузе (студентов, преподавателей, управленческий персонал). Морально-этического — потому, что доверие является категорией, прежде всего, моральной, нравственной, диктующей определенные этические нормы поведения этих общностей.

Представляется важным подчеркнуть, что в плане социологического исследования доверия к высшей школе какая-то одна универсальная, недифференцированная его интерпретация, особенно сущностного и содержательного характера, вряд ли окажется валидной. Авторская позиция обусловлена наличием заметных различий между названными выше методологическими подходами к трактовке доверия, каждый из которых претендует на выявление и изучение существенно различающихся сторон самого феномена доверия и проблем, отсюда вытекающих.

Такая концептуализация центрального понятия исследования обусловлена тем, что, во-первых, высшее образование выступает как социальный институт и социальная система; во-вторых, его содержание составляет взаимодействие основных вузовских общностей в сферах образовательной, научно-исследовательской, управленческой деятельности; в-третьих, все виды и формы этих деятельностей и взаимодействий приобретают морально-этические коннотации в связи с отношениями доверия/недоверия между названными общностями. Отсюда основными трактовками доверия к высшему образованию, базирующимися на предложенных выше методологических подходах, являются институциональная, общностная, морально-этическая.

Мы рассматриваем институциональное доверие как основанное на устойчивых ожиданиях отношение к институту высшего образования в целом, его структурам, организациям, нормам и идеологии со стороны тех, кто уже в него реально включен или собирается это сделать. Общностное (межобщностное) доверие в высшем образовании трактуется нами как социальное взаимоотношение и взаимодействие образовательных общностей в вузах, ориентированное на достижение взаимно ожидаемых результатов во всех сферах совместно осуществляемой деятельности. Говоря о моральном доверии, будем понимать под ним убежденность субъектов высшего образования в честности, искренности, добросовестности тех, кто несет ответственность за выполнение своих функций и социальных ролей, связанных с деятельностью по организации и осуществлению образовательного и научно-исследовательского процессов. В основе морального доверия лежит верность всех структур высшего образования (элементов его системы) своим университетам, профессии, социальной солидарности [3, 96].

Из предложенных трех проявлений (ипостасей) доверия в высшем образовании важнейшими полями исследования для нас, с точки зрения теоретико-эмпирического анализа, становятся институциональное доверие и общностное

доверие. Что касается морального доверия, то оно выступает как своего рода сквозная характеристика доверия в высшем образовании, пронизывающая и институциональные, и общностные его проявления. Поэтому остановимся именно на их трактовках.

Вначале отметим, что в отечественной литературе, как правило, выделяются два основных вида доверия — межличностное и институциональное. Л. Д. Гудков добавляет еще один вид доверия как разновидность институционального — обобщенное доверие [1]. Его отличие от институционального, по мнению автора, состоит в том, что оно выступает как доверие не одному какому-то институту, а всей системе институтов.

В научной литературе есть еще одна трактовка обобщенного доверия, принадлежащая одному из ведущих современных социологов Э. Гидденсу. По его мнению, это вид доверия, который характеризуется выделением только существенных и несущественных событий, иные же события, не встраивающиеся в эту картину и не требующие моральной оценки, рассматриваются как недоверенные [9].

Мы, однако, ограничимся лишь институциональным и межличностным доверием. К этим двум видам доверия, по нашему мнению, необходимо добавить третий вид — общностное (внутриобщностное и межобщностное) доверие. Смысл его выделения и анализа обусловлен тем, что доверие/недоверие между людьми (то, что называют межличностным доверием/недоверием) реально всегда выступает как проявление не только индивидуально-личностных, но и общностных (внутриобщностных и межобщностных) отношений. Это вызвано тем, что индивиды, так или иначе, несут в своем сознании и отражают в поведении особенности тех социальных общностей, к которым они принадлежат. К их числу мы относим и семейные, и образовательные, и профессиональные, и национально-этнические общности, равно как общности, возникающие в сообществах по интересам, социальных сетях, сетевых взаимодействиях и т. д.

Различие между тремя основными видами доверия определяется не только тем, кто (что) выступает объектом доверия людей — другие люди (группы, общности) или социальные институты. Глубокая дифференциация между межличностным, общностным и институциональным видами доверия коренится в природе их возникновения в российских условиях.

Межличностное и общностное доверие/недоверие больше отражено в сознании людей, чем институциональное, в силу того, что оно возникает «снизу», идет от людей, их интересов и потребностей. Оно не навязывается «сверху» властью имущими, как это имеет место с институциональным доверием, не является способом давления на людей, их социальные группы и общности. Это доверие становится основным средством обычной, нормальной, повседневной, органичной коммуникации. Поэтому оно является повсеместным, широко распространенным способом взаимодействия и взаимопонимания между людьми, внутри их групп и однородных социальных общностей. В сфере высшего образования — объекте нашего исследования — такими общностями являются студенты, преподаватели, научные работники, управленческий персонал разных уровней.

Но несмотря на то, что первые два вида доверия (межличностное и общественное) проявляются заметнее и понятнее, чем третий вид (институциональное доверие), исследовать необходимо и его. Как отмечалось, в отличие от межличностного и общественного, источником институционального доверия становится деятельность социальных институтов, которая многими людьми воспринимается с большим недоверием в силу имеющего место постоянного обмана их ожиданий. Причем положения дел не спасает даже мощный административный ресурс, поддерживаемый государством, СМИ и направленный на широкую пропаганду доверия к «эффективной» работе социальных институтов. Социологические исследования давно зафиксировали у значительной части населения низкий уровень доверия к правоохранительным институтам, финансовым структурам, правительству, а в последнее время — даже президенту (особенно после принятия крайне непопулярного в обществе Закона о пенсионной реформе) [6].

Значительный уровень недоверия существует и в отношении института высшего образования, причем со стороны как тех, кто находится вне вузов, так и тех, кто учится и работает в них. Поскольку у государства существует монополия на деятельность института высшего образования, постольку уровень доверия к этому монополизированному институту в современных условиях авторитарного режима по определению не может быть высоким.

Отличие между межличностным, общественным и институциональным доверием связано также с методами его формирования. В условиях авторитарного режима с его непопулярными институтами власти и управления имеет смысл говорить в основном об архаичных методах формирования доверия через давление на людей «сверху», через манипуляцию общественным сознанием, угрозы и реализацию их в необходимых случаях, через бюрократизацию и сверхбюрократизацию отношений между участниками образовательного процесса.

Возникновение и складывание межличностного и общественного доверия, в том числе в высшей школе, происходит не через давление вертикали власти, а путем создания горизонтальных связей и взаимодействий, сетевых отношений. Этому способствуют современные технологии повседневного общения и взаимосвязей между участниками образовательного процесса в вузах, которые (технологии) с помощью широко распространенных средств и инструментов обеспечивают их (участников) прямое горизонтальное взаимодействие. К числу этих средств относятся Интернет, мобильная связь, сетевые сообщества по интересам и др.

Проблема состоит в том, чтобы в процессе исследования соотношения трех основных видов доверия в высшей школе выяснить их восприятие субъектами отношений в организациях высшего образования и возможности взаимовлияния межличностного, общественного и институционального доверия. Существуют ли и функционируют ли эти виды доверия как параллельные процессы либо они переплетаются друг с другом в системе высшего образования? Если переплетаются, то как, каким образом и с каким эффектом это происходит? Проблема требует специального эмпирического исследования.

Из сказанного выше следует, что в первом случае (институциональный аспект) речь идет о доверии к высшему образованию, а во втором (общественный

и межличностный аспект) — о доверии в высшем образовании. Первый подход мы называем экзогенным, второй — эндогенным. Чем отличается доверие в высшем образовании от доверия к высшему образованию? Доверие в высшем образовании предполагает доверие его субъектов внутри этого института и системы. Это отношение доверия вузовских образовательных общностей, людей внутри них друг к другу, к вузу, управлению им, к институту высшей школы в целом.

Что касается доверия к высшему образованию, то оно охватывает образовательные организации, стейкхолдеров, социальные общности, группы и слои, находящиеся как внутри, так и вне этого института, но так или иначе имеющие и выражающие свое отношение (прямое либо косвенное) к нему. Это особенно важно отметить, потому что они также являются объектом исследования доверия к высшему образованию.

Для понимания природы доверия целесообразно отметить, что его корни всегда уходят в прошлое, поскольку оно формировалось именно в нем. Но в конечном счете обращено оно к будущему. В этом смысле у доверия появляется темпоральное измерение. Такая особенность этого феномена имеет существенное значение для исследования доверия к высшему образованию, прежде всего, в грядущем его состоянии, ситуации его завтрашнего дня. Именно поэтому доверие с «видом на будущее» высшей школы приобретает особый исследовательский интерес, связанный с надеждой на позитивный вектор такого отношения.

Изучение процессов, происходящих в высшем образовании, свидетельствует о том, что для него все более характерной становится нелинейность развития. Поиск нелинейной модели высшей школы, разработка ее принципов и путей (направлений) реализации заставляет ставить вопрос и о нелинейности доверия как наиболее перспективного способа отношений в этой системе. Однако пока неясно, что эта нелинейность реально означает, и использованное понятие (нелинейность доверия, нелинейное доверие) требует своей концептуализации.

Концептуализация структуры доверия

Говоря о концептуализации структуры доверия, дадим интерпретацию этой структуры, отметив наличие ряда ее вариантов. Прежде всего, скажем о нескольких разновидностях доверия в границах бинарной оппозиции доверие/недоверие. В рамках движения от абсолютного (иногда слепого) доверия к абсолютному недоверию можно выделить, используя систему показателей, разные уровни доверия/недоверия. Используя балльные оценки (от 0 — абсолютное недоверие до 5 — абсолютное доверие), можно сравнивать эти уровни, давая им конкретные характеристики.

В качестве альтернативы количественной интерпретации структуры доверия можно предложить подход, усиливающий бинарность исследуемого явления и структурирующий градации его проявления между доверием и антидоверием. В этом случае диапазон развития доверительных отношений будет включать в себя шкалу «доверие — скепсис — недоверие — антидоверие», где каждая

позиция может отражать не только «градус» доверительных отношений, но и их качественные характеристики-нюансы.

Структурирование доверия к высшему образованию предполагает выявление его типов и видов. Говоря о типах, выделим личностное доверие, основанное на индивидуальной рефлексивности, и социальное доверие, выступающее как атрибут социального взаимодействия, в процессе которого формируется социальный капитал высшей школы. Именно второй подход является для нас наиболее значимым, поскольку позволяет рассматривать доверие как нематериальный актив высшей школы. Попутно отметим, что и это понятие требует своей концептуализации. Исходя из сказанного, видовое структурирование доверия в высшей школе будем рассматривать, базируясь на втором его типе.

В первой части статьи мы уже останавливались на видах доверия, но делали это в связи с рассмотрением его как понятия. Понятийное многообразие доверия — феномен хорошо известный и характеризующийся часто через его видовую диверсификацию. Во второй же части мы выделяем виды доверия к высшему образованию как элементы его структуры. Наш подход состоит в целесообразности соотнесения структур доверия к высшему образованию и самого высшего образования. В структуре последнего (оно является первичным в этом соотнесении, а доверие — вторичным) мы выявляем такие взаимосвязанные элементы, как образовательные общности, образовательные программы и управление образованием (в том числе в вузах). Отсюда следует, что мы должны исследовать доверие: 1) к вузовским образовательным общностям и между ними, а также внутри них (межобщностное, внутриобщностное, межличностное доверие); 2) к образовательным программам и научным исследованиям как базису высшего образования; 3) к управлению вузами и менеджменту в самих университетах.

Каждый из этих видов доверия имеет свою структуру, базирующуюся на характеристиках образовательных общностей, образовательных программ и процессов управления и отношениях к ним со стороны различных социальных общностей и групп, прямо или косвенно связанных с высшей школой. На этом этапе разработки эмпирической методологии вступает в силу трехуровневая структура эмпирического исследования, включающая эмоциональную (оценочную), когнитивную (знаниевую) и конативную (поведенческую) составляющие.

На первом — оценочном — уровне выявляется эмоциональная реакция информантов (позитивная/негативная/нейтральная) в отношении того или иного элемента системы высшего образования и доверия/недоверия к нему. На втором — когнитивном — уровне определяется глубина информированности респондентов о состоянии и степени эффективности каждого элемента структуры высшей школы, а также доверия/недоверия к его деятельности. На третьем — конативном — уровне выявляется готовность респондентов доверять/не доверять структурным элементам высшего образования в реализации их главных функций и выполнении социальных ролей, связанных с основными миссиями университетов, а также действовать в соответствии с собственными установками.

Охарактеризованные уровни структуры эмпирического исследования доверия делают возможным концептуализацию его понятийного ряда на каждом из них.

Так, на эмоциональном (оценочном) уровне родственными понятиями, соотносимыми с доверием, являются симпатия, влечение, расположение. На когнитивном уровне в качестве таких понятий выступают понимание, толерантность, уважение, авторитет. Когнитивный уровень рассмотрения доверия может быть сопряжен с понятиями признания, готовности следовать примеру, убежденности в искренности, честности, добросовестности.

Специально следует отметить, что в рамках эмпирической методологии изучения доверия к высшему образованию необходимо учитывать (и закладывать в программу и инструментарий исследования) риски, барьеры и уязвимости, вытекающие из активности структурных элементов высшей школы и разного уровня доверия/недоверия к ним. Поэтому существенное значение приобретает теоретическая интерпретация проблемы взаимосвязи риска, уязвимости и доверия.

Концептуализация доверия к высшему образованию требует теоретической и структурной интерпретации факторов, влияющих на рост/снижение доверия/недоверия к его эффективности как социального института и системы. Речь идет в первую очередь об институциональных и системных факторах. Они могут иметь как общий, так и специальный (присущий тем или иным группам вузов) характер. Так, очевидно, что финансирование высшего образования в целом, равно как и конкретных групп вузов (даже отдельных среди них), является одним из основных факторов, определяющих эффективность их деятельности и уровень доверия к ним.

Снижение уровня финансирования, характерное в целом для высшего образования страны, объективно не способствует росту его эффективности и доверия к нему. Однако отдельные вузы даже в этих условиях показывают высокие результаты работы. Возникающие реальные противоречия между условиями функционирования всего института высшего образования и его отдельными образовательными организациями не могут не привести к противоречивым показателям доверия к ним, что требует специального исследования. Появление указанных и иных противоречий делает необходимым их концептуальное включение в теоретико-эмпирический анализ проблемы доверия к высшему образованию.

Отмеченные выше противоречия и разные сочетания доверия/недоверия в отношении многих сторон и аспектов высшего образования, а также деятельности его различных акторов (субъектов) позволяют ставить вопрос о нелинейности тех или иных форм и видов доверия к высшему образованию.

Концептуализация нелинейности доверия и его ресурсов

Возникают вопросы: чем определяется эта нелинейность? Как она проявляется? Каковы ее характеристики? С какими рисками связана? Какие уязвимости могут угрожать высшему образованию в связи с резкими сдвигами отношений доверия в сторону недоверия? Ответы на эти вопросы требуют в первую очередь концептуализации понятия нелинейного (нелинейности) доверия.

Нелинейность доверия к высшему образованию означает его нестандартность, многовариантность, многозначность, многоуровневость, альтернативность,

асимметричность, выбор альтернативного варианта действия, инаковость, отличие от имеющегося и обладание иными характеристиками. Нелинейность доверия к высшей школе может означать одновременно наличие доверия к каким-то структурам и отношениям в вузе и в то же время — недоверия к ряду иных его структур, институтов, феноменов, например, к засилью бюрократии или вертикали управления, формализму и жесткому контролю, уподобляемому надзору за каждым «свободным» шагом.

Нелинейность доверия означает наличие в нем раскола, распада на фрагменты (фрагментация доверия), появление мозаичности. Оно становится хрупким, иногда напоминающим слюду — прозрачный слоистый материал, в котором слои связаны слабо между собой и предрасположены к быстрому распаду, отделению друг от друга.

Нелинейность доверия означает сложность и разнонаправленность его векторов. В ней (нелинейности) содержатся элементы существующей жесткости отношений в высшей школе, ее образовательных организациях и в то же время стремление к достижению их (отношений) гибкости, флексибельности, поворота к реальной свободе выбора форм и видов деятельности в реализации основных миссий университета. Сочетание принципов вертикали управления, ригидности отношений в различных структурах высшего образования (что на практике означает низкий уровень доверия к нему) и стремления отдельных общностей и групп к сетевым горизонтальным взаимодействиям, базирующимся на развитии взаимном уважении к совместной деятельности, — характерная черта нелинейного доверия.

Нелинейное доверие между его различными субъектами в высшем образовании (представителями образовательных общностей, этими общностями в целом, различными структурами образовательных организаций, стейкхолдерами, властными и управленческими органами и др.) означает взаимные обещания и ожидания их выполнения у этих субъектов, соучастие в принятии решений и достижении результатов в реализации трех основных миссий вузов, разделение ответственности за их эффективность между названными выше субъектами в соответствии с доверительными обязательствами.

Нелинейное доверие означает транспарентность и информационную открытость субъектов высшего образования друг другу в части выполнения взятых обязательств, формирование между ними отношений взаимного уважения. Оно (нелинейное доверие) означает отказ от имитационности и симуляции доверительных отношений.

Нелинейное доверие отличается от линейного реальным использованием ресурсных свойств доверия, эффективностью их конвертации в достижения образовательной, научной деятельности, улучшение окружающей социокультурной среды.

Уровень развитости и характер нелинейного доверия в высшем образовании зависит от ситуации в обществе с институциональным доверием. Низкий уровень последнего, недоверие в стране к деятельности социальных институтов является серьезным барьером на пути утверждения нелинейного доверия в высшем

образовании. Оптимальным условием для его формирования является необходимый, нормальный уровень доверия к основным социальным институтам страны. По нашему мнению, это доверие должно превышать отметку в 50–60 %. Сегодня уровень доверия значительно ниже, даже к президенту страны.

Уровень доверия к социальным институтам в первую очередь сказывается на уровне доверия к управлению в высшем образовании. Это касается как Министерства науки и высшего образования РФ, так и вузовского управления. Институциональное доверие сказывается самым серьезным образом на общественном и межличностном доверии.

Еще одна проблема исследования доверия, требующая своей концептуализации, — его ресурсы. Необходимость концептуализации ресурсов приобретает особое значение в связи с постановкой вопроса о доверии как одном из важнейших ресурсов высшего образования. Здесь следует иметь в виду два аспекта проблемы: 1) доверие как ресурс высшего образования; 2) ресурсы доверия и их конвертация (возможно, и инвестирование) в развитие высшей школы.

Ресурсные свойства доверия представляют собой качественные и количественные характеристики доверительных отношений, которые могут быть использованы субъектами высшего образования для достижения тех или иных целей. Они проявляются на институциональном, общественном и межличностном уровнях.

К количественным свойствам доверия относится объем его запаса. Именно запас доверия чаще всего измеряется в социологических исследованиях с помощью различных шкал, индексов, выражающих уровень или степень доверия к тем или иным институциональным и организационным структурам высшего образования, образовательным общностям, качеству образовательных программ, научному знанию и т. д.

Качественные характеристики доверия проявляются через его свойства, которые могут быть использованы для выявления качественных изменений в социальных взаимоотношениях и взаимодействиях в организациях высшей школы.

Первое ресурсное свойство доверия в высшем образовании — это его устойчивость, способность сохраняться длительное время. Следующее свойство доверия — его способность к конвертации и инвестированию в иные ресурсы и блага, в том числе экономические, социальные, политические или культурные.

Формирование подлинного (не имитационного) доверия в вузе — это, по сути, новый инвестиционный проект по решению тех проблем высшего образования, которые не может сегодня решить авторитарно-линейное управление им. Среди этих проблем — модернизация высшего образования и изменение его качества, не обеспеченные финансовыми ресурсами; формирование продуктивной мотивации на образование у студентов и профессиональной — у научно-педагогических работников; ускорение институциональных и организационных изменений путем снижения нормативно-правовых, финансовых, временных издержек на директивные меры стимулирования преобразований.

Требуют концептуализации направления влияния фактора доверия на образовательные общности в вузе с целью обогащения их человеческого капитала, повышения социальной, гражданской, интеллектуальной активности.

Еще одна проблема концептуализации доверия — характеристика стратегий поведения образовательных общностей в российских вузах, основанных на принципах доверия/недоверия к системе и институту высшего образования. В инструментальном плане понятие стратегии поведения вузовских образовательных общностей, основанной на принципах доверия, интерпретируется как направление их деятельности с использованием ресурсов доверия в интересах развития доверительных отношений между этими общностями для эффективного функционирования высшей школы. При таком подходе содержание стратегии поведения образовательных общностей раскрывается через систему принципов доверительных отношений в вузе и использования образовательных ресурсов доверия, реализующихся в процессе горизонтального взаимодействия вузовских общностей.

Включение принципов доверия в стратегии поведения и взаимодействия образовательных общностей предполагает построение ими более сложной траектории социальной, профессиональной, образовательной, научной, управленческой активности, чем действующая ныне. Эта активность зачастую имеет неформальный характер и сопряжена с освоением новых вузовских практик. Она может отличаться неожиданными «зигзагами» — непоследовательным процессом формирования у них профессиональных компетенций, ускоренным (или, наоборот, замедленным) прохождением «нормативных» точек научной, образовательной или административной карьеры и некоторыми другими нестандартными подходами к поведению. Другими словами, стратегия может превращаться в нелинейную.

Нелинейные же стратегии образовательных общностей вариативны, индивидуализированы за счет сочетания как сложившихся, так и новых форматов взаимодействия, использования самых разных ресурсов, включая доверие. Выяснить в исследовании, как это происходит или может происходить, — одна из задач концептуализации.

Важным условием построения и реализации нелинейных стратегий поведения является возможность образовательных общностей благодаря доверительным отношениям самостоятельно определять цели, способы и результаты этого процесса. Соблюдение данного условия соответствует таким принципам нелинейной модели высшего образования, как доминирование горизонтальных связей в сочетании с вовлеченностью в процессы управления. Формирование нелинейных стратегий поведения образовательных общностей, использующих принцип доверия как один из основных в вузе, может стать мощным ресурсом изменения процессов, имеющих имитационный характер. Условия и возможности такого изменения предстоит выявить в ходе исследования доверия в структуре стратегий поведения образовательных общностей.

Выводы

Изучение публикаций в научных журналах по социальным и гуманитарным наукам показывает, что не так часто можно встретить статьи, целиком

посвященные концептуализации исследуемых проблем. В лучшем случае в тексте публикации затрагивается какой-то их аспект, в худшем — концептуализация остается «за кадром», выступая в качестве рабочего инструмента исследователя. Мы попытались представить относительно целостный материал, посвященный концептуализации одной (но фундаментальной) научной проблемы — доверия в высшем образовании. Каким оказался этот опыт, судить читателю. Единственное, что мы можем сейчас сказать: предложенная концептуализация поставленной проблемы закладывается в ткань исследования, его программу и научный инструментарий. Каким же будет результат, насколько в научном плане оправдается концептуализация, какой будет степень ее валидности, можно будет сказать только после проведения эмпирического исследования. Авторы обещают довести до читателей ответы на поставленные вопросы по его завершении.

1. Гудков Л. Рационализация повседневности и слепые зоны. Частная жизнь и общественный уклад [Электронный ресурс]. URL: <https://www.inliberty.ru/article/modern-gudkov/> (дата обращения: 22.01.2019).

2. Зборовский Г. Е. О методологических подходах к изучению доверия в высшем образовании // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2018. № 3. С. 143–150.

3. Зборовский Г. Е., Амбарова П. А. Доверие в высшем образовании как социологическая проблема // Социол. журн. 2018. Т. 24. № 4. С. 93–112.

4. Зборовский Г. Е., Амбарова П. А. Высшее образование как фактор сохранения городов в Уральском макрорегионе // Экономика региона. 2018. Т. 14, № 3. С. 914–926.

5. Зборовский Г. Е., Амбарова П. А., Шуклина Е. А. Существует ли система высшего образования в России? // Социол. исслед. 2017. № 11. С. 76–86.

6. Институциональное доверие. Результаты опроса Левада-центра 20–26 сентября 2018 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.levada.ru/2018/10/04/institutsionalnoe-doverie-4/> (дата обращения: 22.01.2019).

7. Курбатова М. В., Донова И. В., Каган Е. С. Оценка изменений положения преподавателей российских вузов // Мир России. Социология, этнология. 2017. Т. 26, № 3. С. 90–116.

8. Сапунов М. Б., Тхагапсоев Х. Г. Культура критического дискурса о высшем образовании и науке (по страницам журнала) // Высшее образование в России. 2018. Т. 27, № 7. С. 20–27.

9. Giddens A. Central Problems in Social Theory: Action, Structure and Contradiction in Social Analysis. L., 1979. 294 p.

Статья поступила в редакцию 16.02.2019 г.

УДК 94(73)“18” + 371.64/.69 + 316.752

К. Ю. Сметанина

ПЕРВЫЕ АМЕРИКАНСКИЕ УЧЕБНИКИ ПО ИСТОРИИ США: ИХ СПЕЦИФИКА И ТРАНСЛИРУЕМЫЕ ЦЕННОСТИ

Статья посвящена проблеме идеологического содержания американских школьных учебников XIX в. Проанализированы запросы американского общества, ответом на которые стало появление первых национальных пособий по истории США: необходимость создания независимой системы школьного образования после Войны за независимость, а также сохранение и передача демократических ценностей, наследуемых отцами-основателями государства. Определены социокультурные функции ранних учебников.

К л ю ч е в ы е с л о в а: школьный учебник; культура; ценности; история США; XIX в.

На рубеже XVIII–XIX вв., после обретения американскими колониями независимости от метрополии, перед лидерами общества встала серьезная задача воспитания новых поколений в духе патриотизма и верности Республике. Главная роль в данном начинании отводилась школам: «...часто и неоднократно прочитывая отрывки, содержащие истинные правила и принципы... школьники заучат многие из них наизусть и пронесут в свою будущую жизнь. Следовательно, когда их разум окрепнет, они будут способны должным образом применить те принципы...» [23, *Preface*]. Однако под истинными подразумевались вовсе не универсальные, а американские истины [12, 2]. Как заявляет Б. Раш в своих «Размышлениях о должных принципах образования в Республике» (1786), система образования в США должна быть самобытной, а не копией модели любой другой страны, образование должно воспитывать верность отечеству, а развлечения — обучать демократическим ценностям; для поддержания национальной культуры особое внимание должно уделяться истории [9, 30].

СМЕТАНИНА Карина Юрьевна — аспирант кафедры региональных исследований факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (e-mail: karin.smetanina@gmail.com).

© Сметанина К. Ю., 2019

Целью данной статьи является анализ причин появления первых американских школьных учебников по национальной истории, выявление целей, которые преследовали авторы при их написании, а также рассмотрение транслируемых идей и представлений. История изучения содержания школьных пособий в современной гуманитаристике насчитывает несколько десятилетий. Среди основных направлений можно выделить анализ конструирования социальной памяти с помощью букварей, азбук и книг для чтения, а также исследование идеологических и социокультурных составляющих учебников истории, географии и обществознания.

Первые отечественные труды, посвященные всестороннему анализу учебной литературы по истории, стали появляться в начале 1980-х гг. в рамках исторической науки. Фундамент для последующих работ был заложен А. Н. Фуксом, в 1983 г. защитившим кандидатскую диссертацию, в которой ученый на основе анализа отечественных учебников времен Николая II, в первую очередь пособий Д. И. Иловайского, В. О. Ключевского и С. Ф. Платонова, обосновал правомерность их использования в качестве источников историографических исследований [8]. Более того, Фукс опубликовал несколько серьезных статей, посвященных проблеме идейной борьбы, развернувшейся во второй половине XIX в. вокруг содержания учебников, а также вопросам отражения в них определенных исторических концепций [7]. По мнению ученого, в школьных книгах реализуются социально-политические функции истории, главным образом идейно-воспитательные; по ним можно проследить государственную политику в области школьного исторического образования, его характер и задачи; учебники концентрированно отражают уровень развития научной мысли; с их помощью можно достаточно точно определить степень распространенности и влияния идей ведущих историков, а также изучить эволюцию подходов к оценке прошлого.

В 1990-х гг. в связи с болезненным распадом Советского Союза на несколько национальных государств в научной среде произошел мощный всплеск интереса к проблемам преподавания истории в школах и формирования памяти о прошлом. Критике ученых подверглись не только пособия XIX столетия, но также советские и современные учебники. Примерами тому служат коллективные монографии международного совета Ассоциации исследователей российского общества (АИРО) [3, 4], статьи И. С. Огоновской [5], Е. Е. Вяземского [1], О. Ю. Стреловой [6] и др. Как замечает Огоновская, дореволюционные учебники почти ничего не говорили об истории населявших Россию народов, в советский период пособия содержали лишь скудные сведения о культуре некоторых из них [5]. Поэтому рубеж XX–XXI вв. в странах СНГ и Прибалтики был ознаменован переосмыслением, или «национализацией», истории, «боями за историю», а в некоторых государствах — поисками исторического нарратива. По мнению участников проекта АИРО–XXI, главными вопросами, которые в то время задавали себе политики и историки, были: «кто мы?» и «в чем заключается наша непохожесть на других?» [4].

Однако проблема создания национальной идентичности, в том числе с помощью школьных пособий по истории, представшая перед государствами

постсоветского пространства, отнюдь не нова. Двести лет назад с ней столкнулось американское общество. В связи с этим тема данной статьи приобретает особую актуальность, поскольку решения, предложенные американскими просветителями, могут быть использованы нашими современниками в качестве как позитивного, так и негативного примера. Можно говорить об обилии исследований, посвященных отечественным текстам разных эпох, начиная от «Синописа» до современных пособий, а также наличии исследований подобного рода по другим регионам, но учебники США практически не изучались. Данная статья — первый опыт анализа большого корпуса источников XIX в., недоступных в России.

Призывы американских просветителей в первую очередь были направлены против английской системы образования, поскольку до Войны за независимость именно Великобритания являлась главным поставщиком образования, в том числе школьных книг, в колониях: «Пособия для американских школ в ранний период не могли произойти ни из какого другого источника, поскольку таковы были обстоятельства, в которых происходила наша ранняя колонизация... европейские учебники, изданные за границей или перепечатанные в Америке, использовались только до тех пор, пока техническое развитие не достигло такого этапа, когда книги можно было производить внутри страны в количестве, достаточном для удовлетворения спроса» [11, 15]. Однако не только технические достижения способствовали созданию собственных учебников. Во-первых, после разрыва с метрополией импорт английских товаров резко прекратился, поэтому «американские педагоги и производители учебников оказались сами по себе: они должны были либо создать свои пособия, либо обходиться без них» [9, 30]; во-вторых, как мы отметили выше, после обретения независимости возникла необходимость в автономной системе образования. Последняя причина была основной, поскольку в условиях отсутствия хорошо обученных учителей учебникам отводилась главная роль в процессе обучения. В связи с этим интересно отметить, что, по утверждению Джойса, главным методом образования в позапрошлом столетии было скучное зазубривание и декламация отрывков текста или заданных ответов на вопросы, поэтому дети получали знания главным образом благодаря самостоятельному чтению книг из домашней библиотеки, основу которых составляли Библия и учебники [19]. Таким образом, сама жизнь повышала значение школьных книг в процессе формирования ценностей и представлений американцев.

Несмотря на то, что политические деятели начали говорить о необходимости введения в школьный курс изучения истории уже в последней четверти XVIII в. [2], история США как отдельный предмет стала преподаваться только в 1820-х гг. [19, 44], в это же время возникло массовое производство первых учебников национальной истории. По данным Нитца, до этого времени в США были изданы только 8 или 9 книг (Карпентер говорит лишь о двух-трех [11, 196]), и ни одна из них не получила широкого распространения [20, 234]. Ученый объясняет это тем, что вплоть до Войны за независимость и создания союза между штатами интересы поселенцев ограничивались пределами своих колоний. Более того, на территории будущей страны к тому времени не произошло достаточного количества знаковых

исторических событий, которые могли бы послужить канвой для такого предмета, как национальная история. Поэтому история США зачастую включалась в хрестоматии для чтения и учебники географии, примерами чему могут служить такие популярные пособия, как «Американский сборник уроков чтения и устной речи» (1787) Н. Уэбстера и «География Америки» (1789) Дж. Морза.

Однако в 1820–1830-е гг. пионеры школьного образования в США столкнулись с ужасающей реальностью: представители первого поколения американцев, те, кто создавал республику и отстаивал право нации на независимость, стали один за другим уходить из жизни и уносили с собой память о славных деяниях своих соотечественников и испытаниях, через которые им пришлось пройти. Поэтому в среде лидеров общества возник страх, что эта славная страница истории сотрется из памяти последующих поколений, а следовательно, исчезнет и осознание тех ценностей, ради которых сражались их предки. «Причины, почему тебе нужно познакомиться с историей своей страны, — пишет С. Холл во введении к своему учебнику в 1838 г., — различны. Ты скоро станешь гражданином самой примечательной республики... Ее люди в высшей степени выдающиеся. Происхождение их как нации было особенным; их испытания и страдания были продолжительными и суровыми; в то же время их развитие и рост были чудесными. Они сами выбрали себе правительство и законы, которые вызвали восхищение и удивление других просвещенных наций. И непростительно, чтобы молодежь этой страны оставалась несведущей в истории такого народа. Кроме того, многие из вас являются потомками тех, кто выступал *актерами* этих великий сцен... Но они стремительно покидают этот мир...» [17, 3–4]. Своеобразной кульминацией этих событий стала смерть «двух полубогов сотворения Америки» — Т. Джефферсона и Дж. Адамса, это печальное событие совпало с 50-летием Дня независимости [19, 23]. По замечанию Джойса, все это послужило непосредственным стимулом к созданию американских учебников по национальной истории.

Нередко в предисловии авторы озвучивали задачи, которые ставили перед собой при написании учебников, поэтому можно достаточно точно проследить их взгляды на то, какое представление должно сложиться у школьников о прошлом своей страны. Вслед за Расселом мы выделим несколько функций, которые выполняли ранние школьные учебники по истории США: обучение нравственности, религиозное воспитание, а также привитие духа патриотизма и гражданских ценностей. Кроме того, ученый отмечает, что авторы иногда примеряли на себя роль миротворцев в назревавших межнациональных конфликтах, позиционировали свои книги как инструмент для развития разума и мыслительных способностей школьника и как способ организации досуга [22].

Что касается первой задачи, то подавляющее большинство авторов пособий первой половины XIX в. считали своим долгом объяснить юным читателям, что хорошо, а что плохо. Например, Ч. Гудрич во введении к своей «Истории Соединенных Штатов Америки» (1823) пишет: «...надлежащим результатом всего чтения должно быть воспитание *“порядочных людей и благонамеренных граждан”*», и далее уточняет: «История показывает нам замечательные примеры добродетели, предприимчивости, мужества, щедрости, патриотизма и, согласно

естественному принципу подражания, побуждает нас копировать такие благородные качества» [14, 5]. Его брат Сэмюэл в своей книге (1831) также заявляет, что «...после знания религии и обязанностей, которые мы несем перед Богом и нашим соседом, история является самым важным из всех предметов... Она уведомляет нас о существовании зла и способах избежать его; она говорит нам о существовании добра и показывает, как достичь его» [15, iii].

Несомненно, укрепление веры в Божественное было еще одной из целей. «Искреннее желание автора — признается Н. Уэбстер в своей «Истории Соединенных Штатов» (1832), — в том, чтобы наши граждане на раннем этапе своей жизни поняли, что подлинным источником правильных республиканских принципов является Библия, в особенности Новый Завет, или христианская вера» [24, 6]. Подобную задачу ставит перед собой и Х. Хилдрет в «Обзрении Соединенных Штатов» (1830): «Важная цель данного труда — внушить молодежи представление об исключительной доброте Божественного провидения...» [18, iv].

Одной из первостепенных функций учебников по истории было привитие школьникам любви к родине и приверженности республиканским ценностям. К примеру, Э. Уиллард, рассуждая о том, почему школьникам необходимо изучать историю Америки, а не других стран, приводит несколько доводов, в том числе следующие: «Принимая во внимание самое важное благо от изучения истории, которое заключается в повышении индивидуальной и национальной добродетели, мы смело рекомендуем историю Американской республики. Здесь вы не найдете рассказов о наследственной власти и великолепии, которые воспламеняют в воображении молодежи желание к почестям. Здесь вы не найдете примеров распутных женщин, где внешние атрибуты королевской власти или благородства маскируют порок элегантным нарядом... здесь нет развращающих примеров дерзкого и преступного честолюбия, которое “кровью проложило себе путь к империи”. Единственное желание величия, которое наши дети могут извлечь из истории своих предков, — быть великим в своей добродетели» [25, xvi]. Дж. Олни в «Истории Соединенных Штатов» (1836) также отмечает: «История Соединенных Штатов изобилует интересными событиями и наставлениями... После многих лет тяжелого труда и преодоления опасностей наши благородные предки закладывают фундамент могучей державы и основывают те институты, которые одновременно являются гордостью и величием будущих поколений... Создание федерального правительства с конституцией и законами показывает мудрость и честность людей, чей пример достоин всемирного подражания» [21, 5].

Что касается четвертой задачи, которую выделил Рассел, а именно преодоление национальных предрассудков и продвижение идеи о международном мире, то нам сложно согласиться с тем, что она являлась универсальной для всех авторов первых учебников. Скорее подобные попытки были исключениями. Как правило же, на страницах пособий Англия изображается в основном негативно, она «подкупает, она льстит, она сеет раздоры, она оплачивает предательство и поддельвает деньги», в поведении Франции «нет ни капли добродетели или благородства» [25, xvii], индейцы предстают в виде дикарей с томагавками, которыми при любой возможности снимают скальпы с белых переселенцев, и т. п.

Напротив, целью авторов учебников вплоть до 1850–1860-х гг. было не только воспитать патриотов и благонадежных граждан, но и убедить их в неповторимости и превосходстве американского пути и институтов власти. «Исключительность была ключевой темой», — утверждает Джойс [19, 28]. «Они [граждане республики] составляют старейшую из наций в Западном полушарии, первую в списке республик. Они стоят впереди, будучи объектом ненависти некоторых, предметом восхищения многих и причиной изумления всех; являясь впечатляющим примером для людей всех стран» [16, 336], — таково было послание юным читателям. Более того, авторы выражали свою убежденность в том, что американцы — избранный Богом народ. Дж. Эмерсон выделяет следующие темы, на которые ученики должны знать правильные ответы: «Какая история по значению стоит на втором месте после Священной истории? — История нашей страны... Почему наша история вторая по значимости после Священной? — Потому что Бог не сделал того никому другому народу. Псалом 147:20» [13, 7–8]. И доказательством Божественного благословения Америки служат республиканский строй и свободы ее граждан: «Но если вы прочтете историю мира от дней Ноя до настоящего времени, вы не найдете ни единого закона, который принес бы столько блага человечеству, как эта Декларация независимости Соединенных Штатов Америки» [10, 307–308].

Таким образом, хотя еще в последней четверти XVIII столетия лидеры американского общества впервые стали говорить о необходимости создания автономной системы народного образования, ключевым компонентом которой станет изучение национальной истории, введение истории Америки как отдельного предмета в школы началось только во втором десятилетии XIX в. Главным стимулом к этому послужило осознание педагогами острой необходимости в сохранении и передачи будущим поколениям идей и ценностей, к которым стремились основоположники республиканского государства, в жестоких сражениях отстаивавшие свои гражданские свободы и право на самоуправление. Именно в это время стали появляться первые учебники по американской истории, которые в глазах современников выступали в роли главного хранителя и транслятора идеи об уникальности Соединенных Штатов и превосходстве их государственного строя над институтами власти стран Старого Света. Кроме того, с помощью своих пособий авторы стремились привить детям нравственные ценности, веру в Бога и воспитать в них преданность своей стране и почитание принципов, на которых строилось единство Штатов.

1. *Вяземский Е. Е.* Историческая политика государства, историческая память и содержание школьного курса истории России // Проблемы современного образования. 2011. № 6. С. 89–97.

2. *Джефферсон Т.* Автобиография. Заметки о штате Виргиния. Л., 1990.

3. Историки читают учебники истории : традиционные и новые концепции учебной литературы / под ред. К. Аймермахера, Г. Бордюгова. М., 2002.

4. Национальные истории на постсоветском пространстве — II / под ред. Ф. Бомсдорфа, Г. Бордюгова. М., 2009.

5. *Огоновская И. С.* Регионы и народы России: исторические экскурсии в школьных учебниках истории XIX–XXI вв. // Урал индустриальный. Бакунинские чтения: Индустриальная

модернизация Урала в XVIII–XXI вв. : материалы XII Всерос. науч. конф., посвящ. 90-летию заслуж. деятеля науки России, докт. ист. наук, проф. А. В. Бакунина, Екатеринбург, 4–5 дек. 2014 г. : в 2 т. Екатеринбург, 2014. Т. 1. С. 562–567.

6. *Стрелова О. Ю.* История в школе остается «полем битвы за прошлое», потому что «войны памяти» не утихают // Проблемы современного образования. 2012. № 6. С. 83–98.

7. *Фукс А. Н.* Идеинная борьба по вопросам содержания школьных учебников истории второй половины XIX века — 1917 г. // Народное образование. 1985. № 8. С. 82–85.

8. *Фукс А. Н.* Историографическое значение учебников и учебных пособий по русской истории для средних учебных заведений (90-е гг. XIX в. — 1917 г.) : дис. ... канд. ист. наук. М., 1983.

9. American Textbook Publishers Institute. Textbooks in Education: a Report from the American Textbook Publishers Institute to its Membership, its Friends, and Any Others Whose Interest in the Development of the Educational System in the United States Goes beyond a Mere Passing Fancy. N. Y., 1949.

10. *Bonner J.* A Child's History of the United States. N. Y., 1855. Vol. 1.

11. *Carpenter C. H.* History of American Schoolbooks. Philadelphia, 1963.

12. *Elson R. M.* Guardians of Tradition: American Schoolbooks of the Nineteenth Century. Lincoln, 1964.

13. *Emerson J.* Questions and Supplement to Goodrich's History of the United States. 3rd Stereotyped ed. Boston, 1832.

14. *Goodrich C. A.* A History of the United States of America. 3rd ed. Hartford, 1823.

15. *Goodrich S. G.* The First Book of History: For Children and Youth. Boston, 1831.

16. *Hale S.* History of the United States, from Their First Settlement as Colonies, to the Close of the War with Great Britain, in 1815. N. Y., 1825.

17. *Hall S. R., Baker A. R.* School History of United States: Containing Maps, a Chronological Chart, and an Outline of Topics for a More Extensive Course of Study. Andover, 1839.

18. *Hildreth H.* A View of the United States: For the Use of Schools and Families, etc. Boston ; Baltimore, 1830.

19. *Joyce B.* The First U. S. History Textbooks. Constructing and Disseminating the American Tale in the Nineteenth Century. Lanham, 2015.

20. *Nietz J. A.* Old Textbooks: Spelling, Grammar, Reading, Arithmetic, Geography, American History, Civil Government, Physiology, Penmanship, Art, Music, as Taught in the Common Schools from Colonial Days to 1900. Pittsburgh, 1961.

21. *Olney J.* A History of the United States on a New Plan: Adapted to the Capacity of Youth: To Which Is Added the Declaration of Independence and the Constitution of the United States. New Haven, 1836.

22. *Russell W.* The Early Teaching of History in Secondary Schools // The History Teacher's Magazine. 1914. Vol. 5, № 7. P. 203–208.

23. *Webster N.* Elements of Useful Knowledge. Vol. 1 : Containing a Historical and Geographical Account of the United States : For the Use of Schools. Hartford, 1806.

24. *Webster N.* History of the United States: To Which is Prefixed a Brief Historical Account of Our English Ancestors, from the Dispersion at Babel, to Their Migration to America, and of the Conquest of South America, by the Spaniards. New Haven ; Louisville, Ky., 1832.

25. *Willard E.* History of the United States, Or Republic of America: Exhibited in Connexion with Its Chronology and Progressive Geography; by Means of a Series of Maps... : Designed for Schools and Private Libraries. 2nd ed., Rev. and Cor. N. Y., 1829.

Статья поступила в редакцию 03.03.2019 г.

ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

УДК 821.161.1-1 Жданов + 801.731

Т. А. Снигирева

КНИГА ДВУХ ПОКОЛЕНИЙ*

Рец. на кн: Русская поэзия Сибири XX века: Иван Жданов / отв. ред. С. А. Комаров. — Тюмень : Изд-во Тюм. гос. ун-та. 2017. — 392 с. : [12] с. ил. — (Литературные звезды Сибири ; вып. 3).

В рецензии высоко оценивается коллективная работа сибирских ученых, посвященная Ивану Жданову, современному поэту, чье творчество, несмотря на его безусловную значимость, еще не было предметом углубленного литературоведческого анализа. Анализ научной логики монографии, ее концептуально-исследовательских узлов позволяет говорить о том, что апробированный типолого-сравнительный метод дополняется в ней методом интерпретационным. Несомненным научным результатом стал богатый комплекс продуктивных идей, филологическая реализация которых, во-первых, отмечена характерной для известной в России поэтологической школы глубиной, виртуозной техникой анализа текста «повышенной сложности», во-вторых, подтверждает важность традиции передачи научного знания от учителя к ученику. Взгляд двух поколений на один и тот же предмет исследования не только не прерывает преемственности поколений, но обнаруживает свою безусловную филологическую состоятельность.

К л ю ч е в ы е с л о в а: Иван Жданов; научная филологическая школа; ученые Сибири; традиции; текст повышенной сложности.

Книга, посвященная поэзии Ивана Жданова, одного из самых сложных и безусловных поэтов современности, — третья в серии «Литературные звезды Сибири» (первая — «Творчество П. П. Ершова: сказка и стих» вышла в 2013 г., вторая — «Извне и изнутри Сибири: А. Чехов — А. Вампилов — В. Шукшин» — в 2014 г.).

* Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 19-512-23003 РЯИК_а «Самосознание и диалог поколений в русской и венгерской литературной практике XX–XXI веков».

СНИГИРЕВА Татьяна Александровна — профессор кафедры русской и зарубежной литературы Уральского федерального университета; ведущий научный сотрудник сектора русской литературы Института истории и археологии УрО РАН, г. Екатеринбург (e-mail: tas0905@rambler.ru).

© Снигирева Т. А., 2019

Инициатор и редактор серии проф. С. А. Комаров точно определяет критерий выбора как героев книг, так и авторов, о них пишущих: «Значимым элементом замысла серии было и то, что исполнителями проектов выступают специалисты именно вузов Урала и Сибири. Эта особенность обеспечивает соответствие объекта и субъекта исследования» (с. 5). Для монографии о творчестве Ивана Жданова характерны еще две особенности: она создана при совместном усилии трех крупных филологических школ, имена представителей которых хорошо известны российской гуманитаристике (С. А. Козлова, Барнаул; И. И. Плеханова, Иркутск; С. А. Комаров, Тюмень). Это, во-первых. Во-вторых, монография подтверждает важность традиции передачи научного знания от учителя к ученику: взгляд двух поколений на один и тот же предмет исследования не только не прерывает преемственности поколений, но, как в случае с книгой ученых Сибири, обнаруживает свою безусловную результативность. Профессора, под научным руководством которых О. Н. Меркуловой и Н. С. Чижовым были успешно защищены кандидатские диссертации, посвященные Ивану Жданову (заметим, что первая была защищена в Томском государственном университете, вторая — в Уральском федеральном университете), продолжают щедро отдавать свои знания и страницы монографии своим ученикам.

Монография выстроена по классической трехчастной композиции. Первая глава «Иван Жданов: о себе, о нем, о его творчестве» посвящена описанию жизненного и творческого пути писателя, во второй — «Всеединое в метафизической поэзии Ивана Жданова» описываются философские принципы, определяющие резкую индивидуальность художественного мировидения поэта, в третьей — «Поэзия Ивана Жданова: проблемы поэтики» представлена и проанализирована система особенностей авторского миромоделирования: от характера мифопоэтики до принципов субъектной организации стихотворных текстов И. Жданова и специфики образного языка. В каждой части есть свой смысловой контрапункт.

Поэтическое творчество Ивана Жданова рассмотрено через сюжетно-смысловой комплекс идеи возвращения.

Пестро составленная прологовая глава «Иван Жданов: о себе, о нем, о его творчестве», в которой по крупницам собраны факты биографии поэта, выстроено его генеалогическое древо (здесь очень важен и визуальный ряд — серия сохранившихся фотографий семьи), даны интервью с поэтом, сопровождающиеся тончайшим анализом поэтического мира, в целом создает очерк творческого поведения Ивана Жданова, позволяет выстроить «метасюжет Пути»: «"Портрет", или, как в первоначальном варианте, "Был послан взгляд..." (1982) — призвание, выбор Пути, его начало. "Неразменное небо" (1990) — мессианизм художника как попытка связать "распавшуюся цепь времен" в тяжелую, переломную для страны и личности эпоху. "Место Земли" (1991) — это обретение почвы под ногами, поиск новых координат места Земли в расширяющейся Вселенной, попытка самоидентификации лирического субъекта, новой духовно-творческой ориентации в пространстве руин. "Присутствие погасшего огня" (1993) — стихи разных лет как отражение духа погасшей исторической эпохи. "Фоторобот запретного мира" (1998) — в названии метафора поэзии — "фоторобота" запретных, то есть

заповедных, сокровенных, сакральных миров <...>. “Воздух и ветер” (2006)... подведение предварительных итогов перед новым “раздувом” ветра. “Уединенная мироколица” (2013) — возвращение к истокам как потребность “собирать камни” и отдавать долги» (с. 71–72).

Во второй части книги «Всеединое в метафизической поэзии Ивана Жданова», очертив сущностные контуры творчества Ивана Жданова, один из авторов монографии точно замечает, что «...Жданов — автор парадоксальный и по образу высказывания, и по форме присутствия в литературе. С одной стороны, это метафорически плотная и трудно прочитываемая поэзия, а с другой — проза (эссе и статьи), отличающаяся ясностью мысли и доступным стилем изложения» (с. 73). Пожалуй, ни одна современная исследовательская работа, посвященная поэтам XX и XXI вв., не обходится ныне без контекстуального вписывания той или иной творческой индивидуальности в определенную художественную парадигму. Поэзия И. Жданова в какой-то степени провоцирует на использование именно такого подхода. Ее можно определить как авангардную, если понимать авангард в качестве «разрушения средствами искусства литературных канонов и норм» (И. Васильев), можно говорить о сюрреализме, основанном на принципе письма как выражении бессознательного (М. Ямпольский), абсурдизме, как «самодостаточном и закрытом текстовом «бытии-в-себе» (Д. Токарев), экспрессионизме, актуализирующем «грандиозный процесс самоотчуждения» (Н. Пестова). Такое впечатление, что поэзия И. Жданова «рифмуется» с любой художественной парадигматикой. Отсюда вписывание его творчества по ведомству постмодернизма (в варианте метареализма) (М. Н. Эпштейн, М. Н. Липовецкий), модернизма (Л. П. Быков, К. А. Кедров, И. В. Кукулин), неомодернизма («высокого модернизма») (Т. Л. Рыбальченко, С. А. Комаров).

Этот научный сюжет очевиден и, конечно, оправдан. Однако оригинальность представленной на суд гуманитарной общественности первой книги о И. Жданове определяется тем, что авторы, имея в виду и используя апробированный типолого-сравнительный метод, решительно дополняют его методом интерпретационным. Несомненным научным результатом стал изложенный в монографии богатый комплекс продуктивных, креативно насыщенных и дискуссионных идей, филологическая реализация которых, и об этом необходимо сказать еще раз, отмечена характерной для известной в России поэтологической школы Сибири глубиной, неожиданностью наблюдений, небанальностью исследовательских линий, владением виртуозной техникой анализа текста «повышенной сложности».

Авторов монографии интересует то «поэтическое состояние языка» (Ж. Женет), которое исключает себя из пределов мира в его повседневных проявлениях и может быть результатом только того творящего «я», которое выпадает из языкового наполнения обыденной реальности, создавая свою версию бытия и свою формулу бытия, т. е. корреспондирует с тем языковым состоянием и сознанием, которым говорит и в котором рождается философия. Стремление соотнести язык философии и язык поэзии, решить вопрос терминологического определения данного феномена: метафизическая, философская, религиозная, интеллектуальная

поэзия, поэтическая онтология, поэтическая метафизика — привело исследователей к точечным, но точным определениям основных индивидуально неповторимых свойств поэтической интонации и образного мышления И. Жданова, которые предстают как «опыт боли», как «формула страдающей человечности», как способность к высокой «духовной концентрации». Главное, на наш взгляд, достижение этого фрагмента книги — обнаружение и анализ парадоксальной органики совмещения метафизики всеединства с трагедийным экзистенциальным опытом поэта.

В этой же главе исследуются постулаты духовного самоопределения поэта, характерологические черты его этики, значимость творчества в прозрении-воспроизведении всеединого. Реконструированная логика поэтического волеизъявления поэта, обусловленная «напряженным процессом вслушивания», особым «резонансом с миром», приводит к аргументированному заключению о том, что Иван Жданов как поэт-метафизик предлагает свою, индивидуально выверенную и выстраданную версию ответа на онтологический вызов, свой вариант «мужества быть» — растворение в языке и растворение в Боге: «...слово в поэзии Ивана Жданова в потенциале и в поэтическом откровении обладает глубиной и многомерностью смысла, адекватного такой объемности, которая соразмерна смыслу существования мира и человека» (с. 104). Здесь, думается, осуществлен подход к одному из важнейших для русской поэзии XX–XXI вв. постулатов — к «оправданию языка» или «лингводицею», своеобразно явившей себя и в творчестве И. Жданова, ибо лингводицея возможна только в поэзии, которая, являясь особым состоянием языка, способна выразить неизъяснимое и впрямую связана с возможностью (воспринимаемой как дар и как наказание) творца к божественному/метафизическому постижению мира/человека. Лингводицея представляет концептосферу русского поэтического языка, в которой традиционные антиномии верх — низ, мир горний — мир дольний, душа — тело, бытие — быт, поэт — человек находятся скорее в коррелятивно-комплиментарном состоянии, нежели в конфликтном. Лингводицея — ядро общей картины мира русской поэзии и являет себя в создании особого, порой тайного кода, понятного только посвященным; в утверждении власти Слова над Поэтом, ведомости Поэта Словом, экзистенциальной подчиненности Поэта Слову/Языку («поэт — часть речи»). С точки зрения метафизики лингводицею русской поэзии определяет следующая система поэтико-философской версии бытия: профетическая сила поэтического слова; сакральный характер самоидентификации русского поэта; мученическая судьба поэта в России как знак его избранничества и мессианства; стихотворение как Жизнетворение и Боготворение («и творчество и чудотворство»); Слово как преодоление смерти и выход в бессмертие; поэзия как высшая этика, оправдывающая существование человека и человечества. На наш взгляд, избранная в монографии формула, определяющая особое место И. Жданова в ряду поэтов-метафизиков и метареалистов — «метафизическая духовность», вполне вписывает его в пространство классической русской поэзии как XIX, так и XX в. Обнаружение, называние и анализ свойств мира поэта (ощутимость образов, чувственная достоверность, значимость пластичной метафоры, интонационная

сила и узнаваемость) приводят к точному по отношению к И. Жданову выводу: его поэзия не словесна, но словна.

Один из основных тезисов этой части книги бесспорен, это — метафизическая лирика: «Мир в поэзии Ивана Жданова обречен на единство, ибо таково изначальное мировосприятие поэта, поместившего в центр своей вселенной всеотзывчатое сознание художника: все со всем связано, все во всем отражено. Времена, культуры, люди, вещи, природа живут, включенные в общий резонанс и взаимодействие» (с. 84). Он будет варьироваться и развиваться в иных аспектах в заключающей монографию главе «Поэзия Ивана Жданова: проблемы поэтики», в которой одним из важнейших векторов исследования станет анализ метасюжета возвращения, осмысленный как выбранный поэтом Путь, постоянно реализующий себя в мистерии преобразования.

Не менее значимы не только для понимания поэтической оригинальности Ивана Жданова, но и для новейшей поэзии в целом размышления о свойствах поэтического нарратива. Здесь будет уместно привести два высказывания Жданова из его работы, посвященной поэту-современнику: «Я познакомился с ним (Евгением Блажеевским. — Т. С.) в период своего внутреннего сомнения в понятии “лирический герой”». И еще одно, могущее быть оцененным как характеристика своей поэзии посредством определения чужой, но не чуждой: «Я высказался, как мог, а теперь — слушайте: есть такие голоса, которые сами отвечают за себя» (И. Жданов. «Беззащитное мужество Евгения Блажеевского»).

Подобные реплики или развернутые высказывания И. Жданова в связи с возможностями термина «лирический герой», которые можно найти в его статьях или интервью, но главное — тщательный анализ стихотворных текстов И. Жданова привели к чрезвычайно актуальным размышлениям о способах воплощения «я-субъекта» в современной поэзии. Во всяком случае, по отношению к метафизической лирике И. Жданова кажется точным утверждение о том, что «субъектный кризис в неподцензурной поэзии 1970–1980-х гг., выразившийся в дискредитации возможностей создания лирического высказывания путем прямого претворения личного переживания автора в слове, отразился в поэтическом творчестве И. Жданова в программном отказе от лирического героя» (с. 324).

Все, что касается предложенной в монографии интерпретации поэтического мира И. Жданова, не вызывает и не может вызвать значимых возражений и благодаря несомненной талантливости молодого поколения исследователей, точно направляемых поколением учителей. Некоторое смущение вызывает категорически-односторонняя оценка состояния поэзии советской эпохи. В самом начале книги читаем: «В кризисной социокультурной ситуации второй половины XX века восстановление связи с традицией становится единственным источником преодоления энтропии беспамятства как следствие выпадения русской литературы в советский период из непрерывного процесса культурной преемственности» (с. 14–15). И это не оговорка, но позиция: «Начиная свой творческий путь в 1970–1980-х годах, поэт, как и другие представители неподцензурной (экспериментальной, согласно официальной формулировке) поэзии, ориентировался на опыт культуры Серебряного века и пытался в творчестве преодолеть полувековой

разрыв с ней, пришедшийся на советскую эпоху» (с. 158). Столь явно односторонний взгляд на сущность поэзии советской эпохи (утверждение о разрыве в движении русской поэтической мысли более чем сомнительно и не выдерживает никакой критики) спровоцирован, возможно, понятным максимализмом молодости, пока не приобретенным умением уходить от апологетики своего героя, что особо ощутимо в финальном и откровенно некорректном по отношению ко всем поэтам второй половины XX в. (как «официальным», так и «неофициальным») выводе книги: «Младший современник А. Ахматовой, Б. Пастернака, М. Цветаевой, культивируя в творчестве опыт классической и неклассической лирики, продолжил прерванную традицию Серебряного века и одним из первых среди русских поэтов выразил трагическое мироощущение человека XX века и осознание необходимости возвращения к целостности мира путем восстановления глубинной связи его с бытием и с другими людьми» (с. 349). Излишняя прямолинейность в оценке роли своего героя мудро оттенена публикацией в разделе «Вместо заключения» глубокой, не ведущей никакой категоричности, полной размышляющего милосердия «Элегией смоковницы» Ольги Седаковой, «соседки по времени» и по «поэтическому цеху» Ивана Жданова, которому и посвящено это стихотворение:

Кто просит — однажды получит.
Кто просит прощенья —
однажды будет прощен. Кто от стыда
не поднимет лица — тот любимее всех. Сердце ему обнимает
лишенье, как после долгой разлуки жениха
обнимают или отца (с. 352).

Рецензия поступила в редакцию 20.02.2019

УДК 070.1:321 + 327.56:355.01

Д. В. Соколова

МЕДИАТИЗАЦИЯ ВОЙН ВО ВЬЕТНАМЕ И АФГАНИСТАНЕ**Рец. на кн.: Авдони́на Н. С. Журналистика и политика вооруженного конфликта. Архангельск : Изд-во САФУ им. М. В. Ломоносова, 2018.**

Ключевые слова: Вьетнам; Афганистан; журналистика; политика; пресса.

В условиях вооруженных столкновений СМИ не просто информируют аудиторию о происходящих событиях, роль медиа значительно трансформируется и в некотором смысле СМИ становятся одной из сторон конфликта, используя потенциал информационного оружия. Причем медийные каналы могут как способствовать успеху действующего правительства, формировать общественное мнение и создавать позитивные образы, так и нивелировать усилия политиков, акцентируя внимания на боевых и человеческих потерях, ошибках в стратегии и тактике, чрезмерной жестокости воюющих.

В издательстве Северного (Арктического) федерального университета им. М. В. Ломоносова вышла монография доцента кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Натальи Сергеевны Авдониной, посвященная взаимопроникновению журналистики и политики в период военных конфликтов.

В первой главе автор рассматривает вооруженные конфликты в политическом и журналистском дискурсах, анализирует формы взаимодействия власти и СМИ в период боевых столкновений. Как отмечает Н. С. Авдони́на, СМИ выполняют функции регулятора политической коммуникации и их роль не заканчивается с завершением вооруженного конфликта, поскольку ликвидация последствий войны происходит не только на экономическом и политическом, но также на идеологическом уровнях. Из повестки дня постепенно выводятся темы и сюжеты, связанные с войной, проходит период военной медиатизации, формируются прогностический и синхронный образы войны, затем «медиатизированный образ войны закрепляется в популярной культуре, особенно кинематографе, посредством которого осуществляется осмысление опыта участия в войне» (с. 108).

Конкретный образ как форма истолкования и представления события в процессе осознания аудиторией массмедийного контента является итогом медиатизации. Конструирование итогового образа войны, взаимозависимость, взаимовлияние и взаимопроникновение журналистики и политики в условиях вооруженного конфликта является основной проблемой исследования Н. С. Авдониной. Внимание автора сконцентрировано на двух крупных военных столкновениях

СОКОЛОВА Дарья Валерьевна — кандидат филологических наук, научный сотрудник кафедры новых медиа и теории коммуникации факультета журналистики Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (e-mail: darina0306@gmail.com).

© Соколова Д. В., 2019

XX в. — конфликтах во Вьетнаме (1957–1975) и в Афганистане (1979–1989). Данные вооруженные конфликты оказали влияние на экономические и политические процессы, происходящие как собственно в азиатских государствах, так и в США и СССР, поскольку конфликты были опосредованным столкновением и продолжением политики двух сверхдержав. Несмотря на то что эти войны завершились десятилетия назад, нарративы вьетнамского и афганского конфликтов остаются востребованными и звучат в СМИ до сих пор: в американских СМИ проводятся аналогии с войнами в Афганистане (2001–2014) и Ираке (2003–2011), а в отечественных СМИ обращаются к историческому опыту в связи с военной операцией в Сирийской Арабской Республике.

Н. С. Авдони́на анализирует материалы ведущих американских и советских изданий: *The New York Times*, *The New York Times Magazine*, *The Washington Post*, *The Wall Street Journal*, *Life* и др.; «Комсомольская правда», «Правда», «Огонек», «Новое время» и др. Автор приводит аналитическую справку массмедийной оценки реализации политики вооруженных конфликтов, отмечает тональность материалов, выделяет тенденции, характерные для разных этапов данных конфликтов. В аналитической справке о динамике формирования медиатизированных образов войн во Вьетнаме и в Афганистане выделяются смысловые единицы «настоящие герои» и «не-герои», доминировавшие в прессе США и ставшие ключевыми темами ликвидации последствий войны на идеологическом уровне в свете небывалого распространения посттравматического стрессового расстройства и раскрытия информации об ущербе, причиненном гражданскому населению Вьетнама и природе страны. Подробно анализируются ключевые темы афганского конфликта.

При исследовании медиатизации войн во Вьетнаме и Афганистане автор исходит из того, что итоговый медиатизированный образ формируется из прогностического, синхронного и ретроспективного образов, складывающихся при подготовке, непосредственно во время и по завершении боевых действий соответственно. Данное умозаключение представляется закономерным не только для конфликтов во Вьетнаме и в Афганистане, но также для других войн.

Во второй главе монографии на основе результатов контент-анализа автор выделяет несколько этапов медиатизации войны во Вьетнаме (период «необъявленной войны», «кризис доверия», разоблачительный, заключительный) и в Афганистане (пропагандистский и «открытие войны»). Интересен авторский вывод о том, что медиатизация войны во Вьетнаме в большей степени определялась медийной логикой и по мере эскалации конфликта и очевидных ошибок американского военного руководства увеличивалось количество негативных материалов в прессе.

Действительно, первоначально репортеры рассматривали события во Вьетнаме как часть экспансии коммунистов, победивших на выборах в Китае, и как один из элементов конфронтации с Советским Союзом, не как «сюжет о Вьетнаме, а как сюжет о Вашингтоне, или Москве, или Париже» [3, 52]. Данную военную кампанию патетично называли не просто войной за Вьетнам: «Это даже не война против Китая. Это война за будущее Азии. Это, возможно, так же важно, как все

предыдущие войны США в этом столетии» [1]. Однако американская пресса пересмотрела свои взгляды после смерти мирных жителей в результате государственного переворота 1960 г. и Буддистского кризиса 1963 г.

Стали появляться кадры, свидетельствовавшие о страданиях мирного населения Вьетнама, о военных преступлениях, совершаемых американскими военнослужащими, в том числе применении напалма и убийстве мирных жителей в деревне Сонгми (Милай). К концу 1960-х гг. поменялась риторика. Как отмечал президент США Ричард Никсон, «...средства массовой информации были дружелюбнее по отношению к нашим врагам, чем к нашим союзникам. <...> Соединенные Штаты, которые только намеревались помочь Южному Вьетнаму защитить себя, были преподнесены как агрессор, а поддерживаемый Советским Союзом Северный Вьетнам — как борцы за свободу» [2, 117].

В отличие от вьетнамского конфликта медиатизация войны в Афганистане «...проходила в ракурсе политической логики. На каждом из двух этапов советские массмедиа принимали предложенные властями концепты, необходимые для “политического обыгрывания” решения о военной помощи либо факта политического и морального осуждения этого решения» (с. 110). Действительно, ввод войск в Афганистан в советской прессе обуславливался логикой конфронтации мировых держав, делался акцент на миротворческом характере военной операции, что схоже с медиатизацией вьетнамской войны в американской прессе. Существенным отличием, как отмечает Н. С. Авдониной, стала преобладание героизации интернационального долга после пересмотра в 1986 г. внешнеполитической программы и обличительной кампании в отношении решения Л. Брежнев о вводе войск в Афганистан. Тема дегероизации военнослужащих получила меньшее освещение в советской прессе по сравнению с американской печатью. Советские журналисты акцентировали внимание на бытовых проблемах, таких, как льготы, трудности процедуры награждения, деятельность профсоюзов и реабилитационных центров. Интересен подробный авторский анализ публикаций о данных конфликтах.

Монография Н. С. Авдониной «Журналистика и политика вооруженного конфликта» является актуальной и оригинальной, результаты проведенного исследования могут быть интересны как военным и историкам, так и журналистам и политологам. Материал, изложенный в монографии, может быть использован при подготовке учебных курсов по истории зарубежной и отечественной журналистики. Данная монография представляет ценность для медиаисследователей и углубляет существующие представления о взаимопроникновении журналистики и политики в период военных конфликтов во Вьетнаме и в Афганистане.

1. *Donovan H.* Vietnam: The War is Worth Winning // *Life*. 1966. 21 Mar. P. 7–11.
2. *Hudson M., Stanier J.* War and The Media. Sutton Publishing, 1999.
3. *Wyatt C. R.* Paper Soldiers: The American Press and the Vietnam War. Chicago, 1993.

SUMMARY

JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

- Fayustov A. V.* A University Branding Campaign at the Ural Federal University: Ural Federal University's Experience of Media Collaboration.....5
- Along with commercialization, massovization and internationalization in global education space, there is another important process affecting higher education institutions — mediatization. The universities seeking to rise up the rankings and enhance their market shares are getting engaged in practices that are typical for the media sphere rather than the academic sphere. To be successful, federal universities need a balanced information policy, an efficient PR department and a clear branding strategy. However, there is no comprehensive model for branding of the federal university. This article discusses the problems of brand promotion in higher education and analyzes the experience of the Ural Federal University in the sphere of information policy development and Public Relations. The key elements of the university's branding strategy are outlined and the innovative techniques of involving the university's academic community into brand promotion activities are described.
- Key words:** Federal university; higher education; branding; information policy; PR.
- Popova M. F., Murashova E. P.* Economy Related Issues in the Region and Local Press: Peculiarity Content Strategies17
- The article discusses the models of presenting economic information in regional and local socio-political newspapers. Thematic directions, tasks, specificity of interpretation of informational newsbreaks are revealed.
- Key words:** Economic journalism; economy related issues; regional press; content strategies; local media; audience.
- Zinovyev I. V., Nikiporec T. V.* TV Presenter Alexander Nevzorov in the reflection of the «600 Seconds» program25
- The article summarizes the characteristics of the TV presenter on the basis of previously developed classifications. The authors analyzed the work of the famous Russian TV presenter Alexander Nevzorov regarding the «600 seconds» program. The main features of Alexander Nevzorov's work are revealed in the article: evaluative style of news reporting, artistry, improvisation on the air, directness of judgments, active influence on public opinion.
- Key words:** TV presenter; TV program «600 seconds»; Alexander Nevzorov; evaluative style; artistry; improvisation; directness; influence on public opinion.
- Oleshko V. F., Taushkanova A. E.* The Practice of Presenting Effective Texts in Social Networks (on the Example of Communities of «Vkontakte»).....33
- The problem of the effectiveness of mass communication activities is actualized by the processes of improving information technology and widespread digitalization of content. The article highlights the experience and problems of creation, as well as the systematic presentation in the group «Vkontakte» advertising texts received among practitioners naming «effective». The analysis showed that one of the main characteristics of such texts is the surprise of the content or form of its presentation, focus on entertainment, game realization and the presence of a direct indication of the undoubted benefit of this kind of information for the consumer.
- Key words:** Text; effective text; brand; social networks; manipulation; identity.

- Antropova V. V.* The Concept “Spiritual” in the Texts of Elite Magazine Periodicals” Narcissistic Axiodominant39
- Studying the problem of value identification in mass media, the author refers to the concept “spiritual” as an authentic axiological foundation of identity searches. The realization of “spiritual” in the discourse of elite periodicals is described through the concept analysis. The revealed cognitive strategies of concept-building testify to the significant transformation of the structure and the manifestation of signs of narcissistic identity as a variant of social and cultural norm.
- K e y w o r d s:** axiology of journalism; discourse; concept; value meanings.
- Oleshko E. V.* The Essential Characteristics and Structural Content of Information Culture Russian Society46
- The article analyzes various research approaches to the analysis of components that determine the content and structure of the concept “information culture”. On the basis of the conducted research the author reveals the basic constructs characterizing relations between separate objects or events in the cultural and information space. It is proved that human development in the conditions of information flows and permanent development of technologies, which become more complicated from year to year, requires purposeful formation of not only elementary information literacy of the population, but also a systematic approach to assessing the effectiveness of labor of professionals.
- K e y w o r d s:** culture; information culture; media culture; mass media; identity; Internet; interactivity; meaning creation.
- Oleneva P. N., Golousova E. S.* Cross-Cultural Strategies regarding the journalistic activity (following the Example of Russian and Foreign Correspondents)53
- The authors of this publication explore the use of cross cultural strategies regarding the international journalist’s work. As the empirical base we have selected reports and interviews shown on CNN, BBC and Russia Today TV channels. The authors focus on communication models that journalists use while dealing with the representatives of other cultures. They suggest that well-chosen cross-cultural strategy allows the journalist to communicate effectively with representatives of other cultures, create vivid television stories, provide viewers with maximum information about a particular event or a person.
- K e y w o r d s:** cross-cultural strategies; international journalist; journalistic activities.
- Yufereva A. S., Kukhareno Yu. S.* Communicative Convergence: referring to the Features of the Functioning of Mass Media in the Context of Internet (based on the Results of Social Research)60
- This article is devoted to convergence as the process which affects the sphere of mass media. The communicative level of convergence is being analyzed in detail because this level allows us to reflect the main tendencies in the development of mass media. The main goal of this article is to describe peculiarities of interaction between professional journalists and social subjects like bloggers, freelancers, etc. In order to investigate the heart of the matter, the author has carried out the social research. The main goal of this research was to mark out particular characters of the communicative level of convergence. In accordance with this goal, the directive interviews with 20 mass media professionals have been conducted in November — December 2016. This research reveals the regularities in the development of mass media as an institution.
- K e y w o r d s:** media; convergence; communicative convergence; bloggers; civil journalists; the Internet; web 2.0.
- Babikova M. R.* Variety of genres regarding the Internet Memes in Modern Nationalistic Discourse67
- The article presents the most popular genres of Internet memes in the modern nationalistic discourse. In the course of the study, the classical genres of Internet memes have been found in the modern nationalistic discourse; they are: macros, advice, comics, and a postcard. All texts, we have analysed, are united by a common thematic field: binary opposition “FRIEND” — “FOE”. These texts circulate primarily in online communication and social networks. General features and composition of these texts have been analyzed regarding the their color scheme and repetition of meme signs. The practical significance of this research is in its relevance for linguistic expertise of extremist materials.
- K e y w o r d s:** nationalistic discourse; Internet meme; Internet communication; creolized text; genre; macro; demotivator; postcard; comic strip; advice.

Selivanova I. V. The Functions of Metaphor Regarding Political Events (following the analysis of the Spanish Press)74

It seems evident that metaphors are commonly used with some degree of effectiveness by politicians to achieve their own goals. Native speakers have no trouble understanding these figures of speech, especially if they are interested in politics and have sufficient background knowledge to understand the context in which they are used. It is widely known that metaphors in political discourse perform several functions. They are used to propagate political ideals and political ideologies, to persuade the voting public and as an instrument of positive self-presentation for politicians. Apart from being used as a face-saving strategy, metaphors also reveal speakers' ideological positions. This article is dedicated to metaphor functioning in regards to political events covered in Spanish press. The study has shown that metaphors in political discourse are used to help the voting public to understand complicated political issues and therefore to express their attitudes towards them. It has been found out that politicians and journalists use a wide range of metaphors from various semantic fields, however, military, sports and theatre metaphors predominate in Spanish quality press. Not only do they grab public's attention, but also explain the material in a more comprehensive way. The study of metaphors in political discourse will aid in discovering manipulation techniques and determine some basic principles of journalistic texts.

Key words: metaphors; politics; political discourse; media language; Spanish; Spanish press.

Dmitriev O. A. The Use of the Worldview Notion in the Coverage of Alternative Media81

Various media outlets try to implement the content presentation methods that would influence the change in the concepts and the worldview of the target audience. That's why it is very important to specify the knowledge about concepts, its spheres and the worldview within the framework of linguistic, psychologic and cultural studies. This scientific background turns out to be quite useful in the analysis of the socio-political news coverage in the alternative media. The article touches upon the key notions in cognitive linguistics that could be applied to the analysis of the journalistic content on the example of Al Jazeera TV channel.

Key words: alternative media; sphere of concepts; militants; terrorism; Al Jazeera International TV channel.

LITERARY STUDIES

Rabinovich V. S. The Features of the Lost Generation Literature in the Work of the Writers Who Were Not Participants of World War I90

According to the idea of the article, the phenomenon of "lost generation" in the 20th century literature can be seen as the trend of vast scale, which does not only include classical texts by E.-M. Remarque, R. Aldington and E. Hemingway, but it also contains considerable ray of texts, written by the authors, who were not the direct participants of military operations, and not did not always refer to military operations in general, and consisted of very different plots. However, they are united by the general sense of the total crisis of values, produced by the WWI. According to this approach V. Woolf's novel "Mrs Dalloway", D.-H. Lawrence's novel "Lady Chatterley's Lover", A. Huxley's creative activities of 1920th in general and even the story by the Russian writer L. Andreev "The Yoke of the War" (1916) can be to some extent considered as the "lateral" phenomena of the literature of "lost generation".

Key words: literature of «lost generation»; first world war; crisis of values; V. Woolf; D.-H. Lawrence; A. Huxley; L. Andreev.

Bortnikova A. V. Genre And Thematic Peculiarities of F. A. Arseniev's Prose102

The article is the first systematization of the multi-genre works by F. A. Arseniev, a writer and an ethnographer. The main hypothesis concerns the genre heterogeneity of his prose. There are two distinguished genres and thematic blocks: 1) stories and essays on hunting and ethnography with a documentary basis; 2) popular scientific articles and books devoted to studying the natural features of Poshekhonsky uyezd, Vologda and Zyryansky regions. Particular attention within the first block is paid to the collection «Hunting Stories» («Okhotnichy rasskazy»), one of Arseniev's most famous literary works. The composition of this collection (1864), as well as its widened second collection (1885), are studied in detail. The peculiarities of the hunting story genre realization in Arsenyev's prose are distinguished. In particular, the author's manner of presentation is described as characterized by his orientation towards the reliability, factuality, and documentary. The second thematic block studies Arsenyev's business prose, his historical monograph, and his collections on local history.

Key words: F. A. Arsenyev; Ural literature; Russian literature of the XIX century; essay; hunting narrative; ethnographic fiction; flash fiction; local history; Komi-zyryane.

Feshchenko I. N. Fernando Pessoa's "Rubaiyat" 114

Abstract: The article considers the system of philosophical ideas in Fernando Pessoa's Rubaiyat poem. Deep analysis and comparative studies of the Portuguese Rubaiyat and the Rubaiyat of Omar Khayyam, translated by E. Fitzgerald, showed that if Fitzgerald's Khayyam can be called "tender epicurean," Pessoa's Khayyam is "sad epicurean," combining the features of epicurean and stoics. The comparative analysis of the philosophy of the two Rubaiyats was continued on the basis of modern translations of the Persian Rubaiyat into Russian. Similarities were found: contradictory statements, showing the difficult path of knowledge, traces of the provisions of Sufi teachings, Sufi images, symbols, and ideas about the inexorable power of Rock over human destinies, about reincarnation, the thought of God's abandonment of our Universe, the path of liberation of man — renunciation of everything low in himself and enriching one's own life and the universe with the fruits of one's thoughts. The differences in philosophy, symbolism, and poetic compositions of both poets are clarified in this article too. On the basis of facts, obtained as a result of a comparative analysis, the hypothesis of the Portuguese researcher about the possibility of considering the "author" and lyrical hero of the Pessoa's poem as another heteronym of the "soul maker" was confirmed.

Key words: synthesis of cultures; literatures and philosophies; Rubayat; heteronym; Epicureanism; Sufism; stoicism.

CULTURE STUDIES

Murzina I. Ya. Kyrie eleison: existential problems of Opera "Thy Greek passion" 130

The article is devoted to the first Russian staging of the Opera "The Greek passion" by the Czech composer B. Martinu based on N. Kazantzakis's novel "Christ Recrucified". The emphasis is made on ethical issues. Based on the comparison of the text of the literary source and its musical-theatrical interpretation, the review reveals the existential motives of both works. The complex combination of everyday and evangelical stories is emphasized, symbolic meaning of which is conveyed by music. A special place is given to the scenography of the performance, which combines the conciseness of scenery, video projection, paraphrase of famous paintings. It is noted that the specificity of the genre of the opera as a synthetic work of art is adequate to existential problems, it makes it possible to talk about the senses of human existence. In conclusion, the question is raised about the demand for musical and dramatic performances created by composers of the twentieth and early twenty-first centuries, in the modern world.

Key words: opera; "The Greek passion"; B. Martinu; N. Kazantzakis; UralOpera; existential meanings.

Shishkin A. G., Morozova O. O. Dialogue of Cultures: staging of the Opera Satyagraha by Philip Glass at the Ekaterinburg State Academic Opera and Ballet Theater 138

Art is examined by the author of the paper as a vital means of shaping an image of this art's native culture through the eyes of another culture. The technique of bringing together Oriental (Indian) and Western (European, American) cultures in Glass' Satyagraha, and the specific perception of the opera by the Russian audience are analyzed.

Key words: dialogue of cultures; art; Gandhi; Satyagraha.

PSYCHOLOGY

Permiakova M. E., Leontyeva E. A. Motivation for Rehabilitation and its Correlates in Patients With Injuries to the Musculoskeletal System. Part 1 149

Rehabilitation of people with disabilities is one of the priorities of social policy in Russia. This article presents the research results of motivation for rehabilitation, personal and behavioral characteristics, with which it could be associated, of patients with injuries of the musculoskeletal system. The hypothesis has been proposed concerning low or unstable motivation for rehabilitation in the majority of patients and differences in preferred coping strategies, personal characteristics and values in men and women. Participation in the study involved 47 rehabilitants, aged between 25 and 50 years. The following diagnostic tools were used: "The University

of Rhode Island Change Assessment Scale”; The five-factor personality questionnaire “Big five”; “Coping strategies” questionnaire by R. Lazarus; The projective technique “Ideals and values” by E. V. Selezneva and Yu. V. Sinyagin. The results of the study confirmed the assumption regarding the low or unstable motivation for rehabilitation in most rehabilitants (87.2 %). Both coincidences and significant differences in the preferred coping strategies have been identified as well as personal characteristics and values in men and women, consideration of which can improve the efficiency of the rehabilitation process.

Key words: patients with injuries of the musculoskeletal system; motivation for rehabilitation; coping strategies; personal characteristics and values.

Yudina N. A. The Problem of Evaluation of Subjective Quality of Life 156

The article is the continuation of theoretical development of the problem of subjective quality of life. Evaluation of subjective quality of life requires the creation of a methodology that determines the level of human satisfaction with their lives. Such a method should be developed taking into account the subjective assessment of the subject of his life situation. Such a technique should take into account many factors that influence the formation of subjective quality of life, and include an assessment of the individual’s quality of satisfaction of his needs, the process of self-development and self-realization, assessment of compliance of the basic parameters and conditions of the individual’s life with his value orientations and ideas about the desired level of life.

Key words: subjective quality of life; satisfaction of needs; values; self-realization.

EDUCATION: CHALLENGES OF THE MODERN WORLD

Zborovskiy G. E. Conceptualization of Trust as a Fundamental Problem of Russian Higher Education ... 162

A general description of the conceptualization of trust is provided, its necessity for a fruitful theoretical and empirical study of the fundamental problem of Russian higher education is substantiated. Conceptualization of trust covers its conceptual range, types, structure. Particular attention is drawn to the possibility of the emergence of non-linearity of trust in higher education. The author offers an interpretation of the non-linearity of confidence in high school through a set of a number of its specific features and characteristics. At the conceptual level, the differences and contradictions between interpersonal, community and institutional trust are shown. The possibilities of operationalization of the basic concepts and structural elements of trust are revealed.

Key words: conceptualization; trust; higher education; interpersonal; community; institutional trust; non-linear trust.

AT THE SCHOLAR’S LABORATORY

Smetanina K. Y. First American US-History Schoolbooks: Their Characteristics and Values Conveyed 174

The article focuses on the ideological content of the American school books in the 19th century. The demands of the American society have been analyze, which predetermined the emergence of the first American US-history school books, namely the necessity to create an independent system of public education after the American revolution. It was also important to preserve and communicate the democratic values cherished by the founding fathers of the United States of America. Moreover, the article identifies the sociocultural functions of the early textbooks.

Key words: school book; culture; values; American history; 19th century.

BOOK REVIEWS

Snigireva T. A. The book of two generation..... 181

Book review on: Russian Siberian poetry of the XX century: Ivan Zhdanov / managing editor S. A. Komarov. Tyumen : Tyumen State University Publishing House, 2017. 392 p [12] with illustrations. (Literature stars of Siberia ; vol. 3).

In the following review a composite work of Siberian academics, dedicated to a modern poet Ivan Zhdanov, is highly appreciated. Ivan Zhdanov's work, despite its definitive significance, has not been a subject matter of system-oriented fundamental literary analysis yet. The analysis of scientific logic and conceptual research centers of this monography makes it possible to state that the typological comparative method, already approved, is positively complimented with the interpretive method. A measurable complex of productive ideas, expounded in the monography, becomes a doubtless scientific outcome. Philological realization of these ideas, in the first instance, is indicated with intensity, typical for famous Russian poethological school, and masterful technique of the analysis of texts with "higher complexity"; in the second instance, the importance of traditional transferability of scientific knowledge from teacher to student is confirmed. Two generations' insight in the same subject of research doesn't break the continuity of generations, but demonstrates its undeniable philological competence.

Key words: Ivan Zhdanov; philological scientific school; academics of Siberia; traditions; text with higher complexity.

Sokolova D. V. Mediatisation of Vietnam and Afghanistan Wars187

Book review on: *Avdonina N. S.* The Journalism and Military Policy. Arhangelsk : NArFU Publ., 2018.

Key words: Vietnam; Afghanistan; journalism; politics; print media.

ИЗВЕСТИЯ
УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
Серия 1
Проблемы образования, науки и культуры
2019. Т. 25
№ 2 (186)

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».
Адрес учредителя: 620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51.

Дата выхода в свет 04.06.2019. Формат 70 × 100 ¹/₁₆.
Уч.-изд. л. 17,0. Усл. печ. л. 16,25. Бумага офсетная.
Печать офсетная. Тираж 500 экз. Заказ 201.

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 науки и высшего образования Российской Федерации, журнал публикует статьи по двум отраслям науки: 10.00.00. **Филологические науки** (группа специальностей 10.01.01. **Русская литература**, 10.01.10. **Журналистика**); 24.00.00. **Культурология** (24.00.01. **Теория и история культуры**, 24.00.03. **Музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов**).
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.

8. Отправка статьи для публикации в журнале означает согласие автора на обработку персональных данных и размещение статьи в открытых интернет-источниках.

Требования к авторскому оригиналу

1. Авторский оригинал должен иметь следующую структуру:

а) сведения об авторе: фамилия, имя, отчество — полностью, ученые степень и звание, должность, место работы, телефоны, в т. ч. сотовые, e-mail (обязательно!), домашний почтовый адрес. Аспирантам и докторантам необходимо указать, в сфере каких наук они выступают соискателями ученого звания;

б) инициалы и фамилия автора на русском языке;

в) заголовок статьи на русском языке;

г) краткая, 5–7 строк, аннотация к статье на русском языке (ГОСТ 7.9.—95; включает характеристику основной темы, проблемы, объекта, цели работы и ее результаты, указывает, что нового несет в себе данная статья в сравнении с другими, родственными по тематике и целевому назначению; ее рекомендуется писать простыми предложениями, без сложных синтаксических конструкций);

д) ключевые слова по исследуемой проблеме;

е) инициалы и фамилия автора, заголовок статьи, аннотация к статье, ключевые слова на английском языке (обращаем внимание авторов на необходимость представления качественного перевода, неадекватный перевод может стать основанием для отклонения статьи);

ж) основной текст статьи с отсылками на затекстовые библиографические ссылки;

з) список затекстовых библиографических ссылок в алфавитном порядке (см. образцы оформления).

2. Оформление библиографического аппарата.

После написания статьи автор оформляет библиографические ссылки в соответствии с требованиями ГОСТа Р 7.0.5—2008 «Библиографические ссылки. Общие требования и правила составления»:

а) цитируемые литература и другие источники располагаются в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или первой букве названия других источников. Литература и источники на иностранных языках располагаются в конце затекстового списка по латинскому алфавиту. Затем весь затекстовый список нумеруется по порядку. Например:

1. *Бернштам Т. А.* Приходская жизнь русской деревни. СПб., 2005.

2. Выступление Президента на сборе руководящего состава Вооруженных сил от 16.11.2006 г. : [сайт Президента РФ]. URL: <http://www.kremlin.ru> (дата обращения: 14.02.2007).

3. *Герцен А. И.* С того берега // Соч. : в 9 т. М., 1956. Т. 3. С. 58–112.

...

9. *Коробкин М.* Уральское хозяйство и внешний рынок // Хоз-во Урала. 1925. № 27. С. 8–10.

10. *Куропаткин А. Н.* Отчет генерал-адъютанта Куропаткина : в 4 т. Санкт-Петербург; Варшава, 1906–1907. Т. 1.

11. *Николаев И. А., Марушкина Е. В.* Бедность в России [Электронный ресурс] // Экономический анализ. М., 2005. URL: <http://www.fbk.ru> (дата обращения: 12.01.2012).

12. *Шаццлло К. Ф.* Консерватизм на рубеже XIX—XX вв. // Русский консерватизм XIX столетия. Идеология и практика / под ред. В. Я. Гросула. М., 2000. С. 56–64.

13. *Smyth A.* Nationalism and modernism [Electronic resource]. URL: <http://www.e-bookspdf.org/download/nationalism-and-modernism-anthony-d-smith-pdf.html> (accessed: 02.09.2014).

б) внутритекстовые ссылки обозначаются цифрами в квадратных скобках следующим образом: [1] — общее указание на книгу или другой источник по теме исследования; [1, 23] — первая цифра указывает на источник прямого или косвенного цитирования согласно алфавитному списку источников, вторая (курсивом) — на страницу.

Примечание. При ссылке на электронный ресурс страницы не указываются.

в) отсылки на архивные документы в тексте оформляются аналогично: в квадратных скобках, элементы отсылки через запятую. Ссылки на архивный источник за текстом — по правилам

оформления затекстовых ссылок. Название архива, если оно не является общепринятым, расшифровывают:

1. ГАСО (Гос. арх. Свердл. 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.

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	