

# ИЗВЕСТИЯ

Уральского федерального  
университета

Серия 1  
Проблемы образования,  
науки и культуры

2019. Т. 25

№ 3 (189)

# IZVESTIA

Ural Federal University  
Journal

Series 1  
Issues in Education,  
Science and Culture

2019. Vol. 25

№ 3 (189)

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

### КОНФЕРЕНЦИЯ «ЦИФРОВИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНО-КУЛЬТУРНОЙ ПАМЯТИ: РОЛЬ ЖУРНАЛИСТИКИ КАК СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА»

Роль журналистики как социального института в эпоху цифровизации коммуникативно-культурной памяти: по итогам научно-практической конференции (О. Ф. Автохутдинова, Р. Л. Исхаков).....	6
Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Коммуникативно-культурная память в контексте реализации информационных стратегий массмедиа.....	12
Тарханова Е. В. Роль СМИ в формировании экономического мышления и экономического поведения населения.....	24
Сумская А. С., Свердлов С. А. «Аналоговое» и «цифровое» поколение аудитории СМИ: роль коммуникативно-культурной памяти в трансформации медиа-практик.....	32
Енина Л. В. Зачем нужны цитаты из советских газет в автобиографических текстах?.....	49

### ЖУРНАЛИСТИКА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Федотова Л. Н. Медиапотребление в России: резервы лидерства.....	56
Фаястов А. В. Работа PR-службы федерального университета со СМИ: модели, проблемы и перспективы.....	65
Исакова Е. А., Михайлова О. А. Текстовая категория «событие» в современном репортаже.....	81
Симакова С. И., Енбаева А. П. Мультимедийный сторителлинг: проблемы и перспективы.....	91
Букина Т. Г. Прагматический потенциал текста рекламной листовки.....	98
Подлубнова Ю. С. Уральская повседневность в свердловском фельетоне 1920-х гг. ....	106

Антошин А. В., Антошин В. А. Развитие феномена газетной периодики на юге Африки после Второй мировой войны.....	115
---	-----

### КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Кириллова Н. Б. Советская киношкола как авангард экранной культуры.....	122
Быстрова Т. Ю. Культурологическая верификация идеи «живой архитектуры» Никоса Салингароса.....	132
Шумихина Л. А., Березина А. В. Этно-религиозность как сущностная основа менталитета марийцев Урала.....	140
Головнева Е. В., Шанта И. Визуализация сакрального в культовой скульптуре народов Приамурья (по материалам коллекций В. К. Арсеньева и Б. Баратоши).....	145
Воробьева М. В. К вопросу о роли понятий «пошлость» и «мещанство» в укреплении социокультурных различий.....	156
Деятова О. Л. П. И. Чайковский о французской культуре (на материале писем и критических статей композитора).....	165

### ПСИХОЛОГИЯ

Путилова О. В., Виндекер О. С. Исследование психологической разумности в связи с базовыми личностными чертами.....	175
Ершова И. А., Завьялова М. А. Личностные характеристики и способы совладающего поведения невесток.....	186
Сергеева Т. Б., Глуханюк Н. С., Борисов Г. И. Личностная мобильность человека в пожилом возрасте.....	193
Распопин Е. В. Диагностика склонности к асоциальному поведению с помощью наблюдения за эмоциональной экспрессией при предъявлении стимулов морального содержания.....	202

*Токарская Л. В., Решетникова А. В.* Исследование жизнестойкости подростков с нарушениями зрения..... 213

*Пермякова М. Е., Леонтьева Е. А.* Мотивация к реабилитации и ее корреляты у пациентов с травмами опорно-двигательного аппарата. Часть 2 ..... 223

#### ОБРАЗОВАНИЕ: ВЫЗОВЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ

*Зборовский Г. Е., Амбарова П. А.* Проблемы образования «серебряной» общности в условиях пенсионной реформы..... 231

*Шуклина Е. А., Широкова Е. А.* Доверие к институциональным нормам высшей школы в оценках преподавателей..... 241

#### В ЛАБОРАТОРИИ УЧЕНОГО

*Веремчук Л. П.* Алексис Токвиль о формировании буржуазного уклада

во французской экономике эпохи Старого порядка..... 251

#### ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

*Гурарий А. Д., Сущенко А. Д., Пименова О. И.* Приведет ли цифровизация общественной жизни к новому неравенству в мире: мнения ученых (рец. на кн.: Digital Divide: the Internet and social inequality in international perspective / ed. by M. Ragnedda, G. W. Muschert. — Routledge, 2013. — 324 p.)..... 258

#### НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

В режиме диалога (*А. М. Меньщикова, Л. А. Назарова, Т. А. Слизирева*) ..... 262

Summary..... 267

# КОНФЕРЕНЦИЯ «ЦИФРОВИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНО- КУЛЬТУРНОЙ ПАМЯТИ: РОЛЬ ЖУРНАЛИСТИКИ КАК СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА»

*26 апреля 2019 г. на факультете журналистики УГИ УрФУ состоялась Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института». Тезисы выступлений прислали теоретики и практики сферы массовых коммуникаций из университетов Москвы и Санкт-Петербурга, Абакана, Астрахани, Барнаула, Владимира, Волгограда, Воронежа, Дубны, Екатеринбурга, Ижевска, Казани, Кемерово, Краснодар, Оренбурга, Перми, Саранска, Сургута, Тулы, Уфы, Челябинска. Также в конференции приняли участие преподаватели факультета журналистики Белорусского государственного университета (г. Минск).*

*Мы публикуем отчет о конференции и несколько статей, подготовленных по нашей просьбе авторами наиболее интересных докладов.*

## **РОЛЬ ЖУРНАЛИСТИКИ КАК СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНО-КУЛЬТУРНОЙ ПАМЯТИ: ПО ИТОГАМ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

Тон будущей научной дискуссии был задан докладами, прозвучавшими на пленарном заседании. Директор департамента «Факультет журналистики» УГИ УрФУ, доктор филологических наук, профессор *Б. Н. Лозовский* открыл заседание докладом о трансформации концепта «патриотизм» в медиа и «новом патриотизме», который культивируют СМИ. Поддержал и продолжил развитие некоторых тезисов, озвученных *Б. Н. Лозовским*, доктор философских наук, профессор *А. В. Меренков*. Он поднял неоднозначную, но острую проблему роли СМИ в сохранении исторической памяти. Кандидат педагогических наук *А. С. Сумская* посвятила свой доклад описанию «аналогового» и «цифрового» поколений аудитории. Доклад вызвал продолжительную дискуссию в зале, подтвердив актуальность заявленной темы конференции. Завершало пленарное заседание выступление доктора филологических наук, профессора *К. В. Киуру*, посвященное проблемам обучения молодого — «цифрового» — поколения студентов факультетов журналистики.

Красной нитью через все доклады, которые прозвучали на секциях, прошла тема формирования и отражения в медиакоммуникации культурной идентичности россиян «цифрового» и «аналогового» поколений. Применялись различные подходы в попытке разобраться: какое оно — новое «цифровое» поколение, каковы его признаки, ожидания, какие методы взаимодействия с ним работают, а какие нет, в какой информации нуждается «цифровое» поколение, какими компетенциями обладает. Изучение потенциальной аудитории новой формации значимо не только с точки зрения создания медийного контента, но и с точки зрения изменения подходов к журналистскому образованию, что и отмечали коллеги в своих докладах.

Кроме того, исследователи сосредоточили внимание на дальнейшем изучении возможностей конвергентной технологической среды, обеспечивающих формирование и трансляцию коммуникативно-культурной памяти в СМИ. Оценивалось, насколько редакции федеральных и региональных изданий, радиостанций и телеканалов подготовлены к тому, чтобы принять вызовы цифровизации, насколько традиционные СМИ готовы к смене своих форматов на цифровые, как выжить традиционным СМИ, когда им на пятки наступают соцсети, ставшие не только площадкой для повседневного общения, но и доступным источником новостей.

Традиционно бурно шло обсуждение такой болезненной для медиа темы, как сужение правового пространства для журналистской деятельности. Законодатель все строже спрашивает с распространителей информации (в этом году вступил в силу так называемый «закон о фейковых новостях»), но вопросы защиты прав журналистов остаются открытыми.

И наконец, довольно громко прозвучала в этом году тема развития религиозного медиадискурса: закрепление на рынке религиозных изданий и телеканалов, формирование характерных для них идеологических и типологических признаков. Практически в каждой секции были доклады, посвященные разным аспектам функционирования религиозных СМИ.

Первая секция «Печатные СМИ и сетевые издания» традиционно собрала исследователей, изучающих проблемы развития прессы и сетевых изданий. В частности, проблему изменения компетенций редактора СМИ в связи с цифровизацией многих редакционных процессов, в том числе в связи с конвергентностью, рассматривали *Г. И. Старкова*, *С. И. Бессонов*. Перечень условий, которые помогут предотвратить профессиональное выгорание редакторов при цифровизации профессии, сформулировал в своем докладе *Е. В. Олешко*. О трудностях, возникающих в процессе перехода традиционных СМИ в электронные форматы, рассказал *Ал. А. Селютин*. Освещались и проблемы перехода на цифровые платформы региональных изданий. Например, *Л. В. Гризлюк* исследовал проблему создания лонгридов журналистами ХМАО-Югры. О православных традициях в интерпретации современных светских изданий говорила *М. Ф. Попова*.

Не обошли своим вниманием участники конференции вопрос трансформации жанров и смены субъектных позиций в профессиональном дискурсе: место журналистка-эксперта в какой-либо области сегодня занимают блогеры, завоевывающие у аудитории больший, по сравнению с «традиционными» журналистами, авторитет. В частности, основные цели авторской реализации в блогах

фронтных журналистов обозначил *В. М. Амиров*, сходство и различие подходов профессиональных критиков и блогеров-любителей к рецензированию театральных постановок выделила *М. А. Мясникова*.

*В. Ф. Олешко* в соавторстве с *А. О. Фомченко* подготовили исследование русскоязычной прессы в США, в котором формулируется ряд положений о ключевых концептах коллективной коммуникативно-культурной памяти русских эмигрантов. В свою очередь, *Т. А. Глебович* рассказала о некоторых особенностях историй бездомных на портале «Такие дела». Изменению медиапредпочтений детской и молодежной аудитории посвятила свое исследование *М. Д. Грачева*. Этапы становления документального кино как вида искусства выделил *Д. С. Сиваш*.

Ряд докладов был посвящен медаобразованию и профессиональной подготовке студентов, магистрантов и аспирантов, обучающихся по специальности «Журналистика». Обзор исследований об актуальных медиатизированных коммуникативных практиках цифрового поколения сделал *В. А. Волкоморов*. Об этапах развития журналистики как научной сферы на примере диссертаций, защищенных по специальности 10.01.10 «Журналистика», доложил *Р. Л. Исхаков*. О методиках обучения юных корреспондентов, в том числе при помощи мультимедийных технологий, рассказали *Н. В. Юмашева*, *С. В. Лебедева*.

Вторая секция «Электронные СМИ» обсудила доклады о тенденциях развития электронных средств массовой информации. Новые вызовы, вставшие перед ТВ в связи с бурным развитием видеохостингов, привлекли внимание ряда исследователей. Цифровой архив в Интернете как отдельную телепередачу рассмотрел *И. В. Зиновьев*. Формату визуального радио как тренду эволюции современного радиовещания посвятила свое выступление *А. А. Журавлева*. *П. Ф. Сумской* и *В. Г. Соломешина* проанализировали документальный фильм А. Проханова, показанный центральными российскими телеканалами, и пришли к ряду значимых выводов о влиянии коммуникативно-культурной памяти автора произведения на способы трансляции символического капитала территории. Они справедливо указали, что непродуманность используемых в видеоряде символов приводит к тому, что показанная адресату «картинка» не только не способна поддержать авторский пафос, но в некоторых случаях и вовсе диссонирует с теми смыслами, которые автор пытается донести до своей аудитории.

Современные СМИ уже не могут обойтись без соцсетей, которые становятся и источником информации для традиционных медиа (в том числе и ТВ), и конкурентом, способным более оперативно донести до аудитории тот или иной факт. Сегодня журналисту проще взять комментарий в соцсетях, чем связаться с экспертом по телефону или почте. Однако участие в медиадискурсе не профессиональных, а так называемых «гражданских» журналистов порождает множество вопросов, в том числе и этических. *А. Д. Арсентьева* и *А. А. Морозова* попытались проиллюстрировать, как влияет на соблюдение этических норм (а точнее, разрушает их) интолерантный контекст в соцсетях. *А. С. Юферева* представила исследование технологической конвергенции как фактора трансформации института СМИ.

Третья секция «Исторический опыт журналистики» объединила ученых, посвятивших свои труды истории и теории журналистики. Например, изменения



типологии СМИ на рубеже XIX–XX вв. фиксирует *Л. Д. Иванова*. *Ю. В. Чемякин* рассказал об эволюции корпоративных медиа от многотиражек до современных цифровых изданий.

И наконец, предметом исследования для некоторых участников конференции стало творчество отдельных публицистов. В частности, *Н. Б. Граматчикова* описала образ пролетарского туриста как адресата в очерках Н. Ловцова. *И. М. Удлер* представила доклад о статьях и путевых письмах русских морских офицеров о Русской Америке.

Четвертая секция была посвящена актуальным речевым практикам журналистского дискурса. В частности, о специфике отражения в прессе концептов-структурантов поля «духовность» рассказала *В. В. Антропова*. Лексику блогеров на примере блога Ю. Дудя в Instagram проанализировал *К. С. Митягин*.

Практики формирования идентичности и идентификации также находились в зоне внимания участников конференции. Сигналы перформативной самоидентификации в автобиографическом тексте описала *Л. В. Енина*, *А. Ю. Мельникова* определила роль визуальной презентации в социальных медиа в формировании культурной идентичности молодежи (на материале соцсети «ВКонтакте»), *М. М. Чудинова* обозначила визуальные коды фотографий, посвященных дню рождения (на материале соцсети Instagram), об отражении политической идентичности в городских медиа говорила *А. В. Грошева*. Дискурсивные практики конструирования идентичности города на примере прецедента со строительством храма Святой Екатерины в Екатеринбурге выделила *Э. В. Чепкина*.

Проблематике политического дискурса в СМИ посвятили свои работы *Е. В. Каблуков*, озвучивший некоторые процедуры исключения в современном медиадискурсе, использующиеся как способы борьбы с инакомыслием, и *С. О. Калганова*, рассказавшая о дискурсивных практиках представления эксперта и практиках разрушения его авторитетности в публикациях о происшествии в Солсбери.

Научные изыскания, обобщенные результаты которых в своих докладах представили участники конференции, подтверждают важность продолжения попыток осмысления теоретических представлений и отраслевых фреймов как аксиологических составляющих профессии журналиста. Налаживание диалога между «аналоговым» и «цифровым» поколениями, сохранение благодаря медиаресурсам коммуникативно-культурной памяти, как доказали в своих докладах участники конференции, требует трансформации профессиональных компетенций и ставит перед теоретиками и журналистами-практиками новые задачи, которые необходимо решать уже сегодня.

Накануне, 25 апреля 2019 г., в рамках Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института» прошли **Студенческие научные чтения**.

Для студенческого научного общества департамента «Факультет журналистики» Уральского гуманитарного института УрГУ проведенные чтения — дважды юбилейные. Во-первых, они проводились в год 60-летия образования факультета журналистики (1959 г.). Во-вторых, это год 20-летия возрождения студенческого

научного общества — СНО (в 1999 г.). Два юбилея подводят итоги новейшего двадцатилетия студенческой науки в департаменте «Факультет журналистики» Уральского гуманитарного института Уральского федерального университета.

Обратимся к вехам истории. 1 апреля 1944 г. был объявлен конкурс на лучшую студенческую научно-исследовательскую работу по специальности с присуждением премий. Был создан исследовательский кружок по изучению истории печати Урала, опыта газетной практики, форм наглядной агитации. Кафедра газетной техники утвердила план разработки комплексной темы, распределив соответствующие разделы между преподавателями.

Еще в феврале 1945 г. правительство СССР приняло специальное постановление «О мероприятиях по преобразованию и укреплению Свердловского государственного университета». В нем указывалось: «В целях создания на Урале научного и культурного центра по подготовке высококвалифицированных специалистов по различным отраслям наук, преобразовать Свердловский государственный университет в Уральский государственный университет им. А. М. Горького, возложив на него подготовку научных и педагогических кадров для Урала и Западной Сибири». Студенческие научные кружки как составная организационная часть уральской научной школы были включены в структуру высшего образования. Большой источниковый фонд научно-исследовательской работы студентов (НИРС) журфака хранится в архиве Уральского федерального университета. Так, фонд выпускников 1944 г. включает 37 архивных дел, 1945 г. — 25, 1946 г. — 29, 1947 г. — 42, 1948 г. — 61 архивное дело.

В послевоенные годы на отделении журналистики был создан исследовательский кружок, в который записалось 40 студентов; уже на майской конференции 1948 г. члены кружка В. Постоев, А. Курасов, В. Калачинский, Фикри Вогли (Албания) сделали интересные сообщения о работе печати. Председателем совета студенческого научного общества отделения журналистики в 1948–1953 гг. была избрана Людмила Болдырева. Позднее она пришла на факультет — работала старшим лаборантом кабинета печати кафедры теории и практики советской печати (1953–1957).

В сентябре 1959/60 уч. г. отделение журналистики УрГУ было преобразовано в факультет. Министерство высшего и среднего специального образования СССР приказом № 49 от 19.10.1959 г. определило состав кафедр — теории и практики печати (заведующий доцент В. А. Шандра), истории печати (доцент А. И. Курасов), в их штат вошло 11 преподавателей.

Из рядов студентов-исследователей журфака УрГУ вышли в большую науку В. Н. Муравьева (позднее доцент БГУ, Уфа), А. П. Бажова-Гайдар (Институт истории АН СССР), А. М. Галанов (Литературный институт им. А. М. Горького), С. А. Минюрова (ректор УрГПУ), Ю. Н. Тундыков (УрГУПС), В. Д. Мансурова, Ю. П. Пургин (Алтайский университет), В. Л. Иваницкий, Л. Л. Реснянская, Г. Г. Щепилова (все — МГУ), А. Ю. Быков, С. И. Сметанина (все — СПбГУ), Г. В. Громько (Тольяттинский университет), Т. В. Ворожцова (декан факультета журналистики Московского института гуманитарного образования и информационных технологий), В. А. Новоселова (Йоркский университет, Канада),

Д. Л. Стровский (Ариэльский университет, Израиль), а также преподаватели университета В. И. Олигин-Нестеров (профессор, организатор уральской экономической науки), Б. В. Павловский (член-корреспондент Академии художеств), Г. Б. Иванцов (экономфак), Ю. А. Ермаков (кафедра политических наук) и факультета — Л. И. Копяк, А. И. Курасов, В. В. Кельник, Л. А. Кропотов, В. Н. Маров, С. Л. Тимофеева, В. Н. Фоминых, В. А. Шандра, а также нынешнее поколение ученых, преподавателей. Этот ряд можно продолжать...

Студенческое научное общество активно действовало в 1970-х — первой половине 1980-х гг. Во второй половине 1980-х гг. научно-исследовательская работа студентов ослабла, и СНО прекратило свою деятельность. Лихолетье 90-х гг. прошлого века притормозило научно-исследовательскую работу студентов (НИРС); работа в специальных научных семинарах была сведена деканатом до уровня рядовых занятий в расписании. Возник эпистемологический разрыв между научением навыкам журналистского «ремесла» и публицистическим освоением реальной действительности. В педагогическом коллективе нарастала проблема «смены поколений».

В апреле 1999 г., ровно двадцать лет назад, на факультете журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького возродилось студенческое научное общество. Студенческая научно-исследовательская работа велась по синергийным законам самоорганизации. Руководителями СНО избирались активные студенты: Александр Русаков (1999), Андрей Дуняшин (2003), Павел Хохлов (2004), Илья Орлов (2005), Никита Большихин (2006), Александр Булыгин (2007), Кристина Щур (2008), Кристина Столяр (2010), Анна Солодянкина (2013), Анна Шашева (2016), Ирина Чепарухина (2017), Михаил Вербицкий (2018). Стало массовым участие студентов в Студенческих научных чтениях: так, в 2009 г. участвовал 81 докладчик, в 2010 г. — 81, в 2011 г. — 40, в 2012 г. — 45, в 2013 г. — 47, в 2014 г. — 56, в 2016 г. — 74, в 2017 г. — 66, в 2018 г. — 87 студентов. В 2014 г. в связи с 70-летием образования в Уральском университете студенческого научного общества приветственное письмо студентам, профессорам и преподавателям Уральского федерального университета прислал председатель Уральского отделения РАН, академик РАН В. Н. Чарушин.

Студенческие чтения–2019 открылись пленарным заседанием, на котором опытные исследователи напутствовали молодых. Уровень задала кандидат психологических наук О. Виндекер, которая выступила с сообщением «Мотивация достижения: этюды самоэффективности». Директор Центра развития памяти «Мемори-Я» психолог Ж. Водолажская поделилась секретами в сообщении «Есть ли что-то общее...».

По итогам Студенческих чтений–2019 выходит сборник статей, включающий тексты 60 авторов, среди них студенты и магистранты из Минска (Республика Беларусь), Абакана, Екатеринбурга, Нижневартовска, Саранска, Сургута, Уфы, Челябинска, Ханты-Мансийска.

Решением компетентного жюри лучшими докладами на секциях Студенческих чтений признаны сообщения студентов бакалавриата УрФУ Юлии Паюсовой (2-й курс), Ярославы Васильевой (3-й курс), Анны Гринь (3-й курс), Ирины

Гильфановой (3-й курс), Марии Трошиной (3-й курс Челябинского университета), Полины Борисенко (4-й курс) и магистрантов УГИ УрФУ Павла Архипова, Ксении Веселухиной, Максима Горковенко. Все они награждены дипломами организационного комитета Всероссийской научно-практической конференции и ценными подарками.

*О. Ф. Автохутдинова, Р. Л. Исхаков*

УДК 070.15 + 004.032.6 + 316.7

**В. Ф. Олешко**  
**Е. В. Олешко**

### **КОММУНИКАТИВНО-КУЛЬТУРНАЯ ПАМЯТЬ В КОНТЕКСТЕ РЕАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ МАССМЕДИА\***

В статье, с опорой на выводы классического труда Мориса Хальбвакса, авторы характеризуют деятельность российских массмедиа новейшего периода в контексте определения их роли в формировании коммуникативно-культурной памяти. Так как в рамках этой памяти происходил не только обмен информацией, но и постоянная перемена сфер ее употребления, в качестве методологии был использован коммуникативный подход. Сущностные характеристики развития института журналистики при этом выделены и описаны в рамках трех информационно-коммуникативных стратегий: нового журнализма, пиарналистики и конвергентной журналистики.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** коммуникативно-культурная память; массмедиа; стратегии; журнализм; PR-налистика; конвергенция; концепт «эффективность»; аудитория; идентичность.

Цифровизация сегодня системно изучается в качестве одного из важнейших трендов развития журналистики информационной эпохи прежде всего в контексте технологических трансформаций медиаотрасли [19]. При этом нередко на периферии научного знания остаются подходы, свидетельствующие, с одной стороны, об объективном характере смены этапов новейшего периода развития института журналистики и целеполагании интенций по формированию

---

\* 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).

ОЛЕШКО Евгений Владимирович — доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета (e-mail: prs2424@mail.ru).

© Олешко В. Ф., Олешко Е. В., 2019

коммуникативно-культурной памяти<sup>1</sup>, а с другой — о влиянии на данные процессы перманентно совершенствующихся возможностей (обусловленных в первую очередь социальным заказом) для создания контента как диалогового, так и манипулятивного содержания. В методологическом плане данного рода проблематика, как показывает проведенный авторами анализ, представлена чаще всего в предельно широком диапазоне постановки задач. Поэтому в статье будут дифференцированы факторы, определявшие на различных этапах новейшей истории сущностные характеристики основного предмета нашего исследования, и основные аспекты влияния на столь же объективный и насущно необходимый для социальной практики процесс формирования профессиональной идентичности журналистов.

На рубеже XX–XXI вв., в условиях смены технологических укладов в производстве, технологиях предоставления продукции и услуг, изменения принципов управления этими и другими процессами, т. е. на этапе перехода к информационному обществу, СМИ оказались в достаточно трудном положении. Как отмечает В. Л. Иваницкий, в тот период «права и свободы, дарованные российским СМИ, были очень быстро поглощены практикой работы фирмы, которая убедительно продемонстрировала журналистам, что для элементарного биологического выживания простого провозглашения либеральных ценностей недостаточно» [9, 22]. В условиях, когда развитие массмедиа практически полностью определялось рыночными отношениями, а кризисные явления в экономике спорадически влияли на способность элементарного выживания, наиболее дальновидные СМИ или просто имеющие соответствующие возможности (к примеру, солидных спонсоров или потенциальных акционеров) стали активно «укрупняться», прежде всего развивать холдинговую систему экономической организации своей деятельности. Сыграл в этом процессе свою роль и фактор борьбы за рекламодателей, которых все больше стал привлекать Интернет как сравнительно недорогой канал «точной» доставки не только коммерческой, но и политической рекламы. Противостоять этому можно было, только давая возможность размещать ее на разных, принадлежащих вам или коммерческим партнерам, носителях.

Особо следует выделить значимость в XXI в. генезиса социальных сетей, а также активного формирования конкурентной среды со стороны контента, транслируемого с помощью Глобальной сети непрофессионалами, прежде всего гражданскими журналистами. В новейших исследованиях акцентировано внимание и на том факте, что современный мультимедийный текст следует рассматривать как синкретичное единство вербальных и невербальных компонентов, не только обладающих связностью и цельностью, но и имеющих определенную

---

<sup>1</sup> «Коммуникативная память охватывает то содержание памяти, которое постоянно меняется в процессе ежедневной коммуникации внутри социальных групп. <...> Опираясь на труд социолога Мориса Хальбвакса, посвященный коллективной памяти, Ян Ассман доказывает, что индивид формирует свои воспоминания, постоянно обмениваясь ими с другими членами групп, в которые входит сам. В отличие от культурной памяти, коммуникативная память характеризуется неформальностью и неустойчивостью, так как в рамках этой памяти происходит не только обмен информацией, но и постоянная перемена сфер ее употребления». — *Эжман М.* Воспоминания пространства. URL : <http://gefeter.ru/archive/9540> (дата обращения: 12.02.2019).

целенаправленность и прагматическую установку. Ведь эра перехода к так называемой *журналистике 3.0* характеризуется наличием огромного количества неавторизованных поставщиков новостей и возможностью мгновенной трансляции информации с места событий, а тем самым формирования определенного рода отношения к происшедшему.

Таким образом, идея конвергенции как слияния технологий создания и трансляции мультимедийных текстов, сближения/объединения медиарынков и различных массмедиа, функционирующих на принципах координации, взаимодействия и системной работы с реальной и потенциальной аудиторией, имела объективные предпосылки не только технологического, экономического, но и социально обусловленного характера. И если в 70–80-е гг. XX в., т. е. на первых этапах развития данных процессов, речь шла о координации, как мы сейчас понимаем, идеологически обусловленных действий разнополярных по технологическим интенциям печатных и электронных СМИ [25], то в настоящее время связующим звеном между разнородными каналами передачи чаще всего является один и тот же контент, который форматируется с помощью различных технологий и предназначен в качестве информации мультимедийного характера удовлетворять насущные интересы и потребности самых различных субъектов массовой аудитории, помогая в течение последних полутора десятилетий преодолевать «традиционные «ограничители» старых СМИ» [4, 39].

Причем один из самых авторитетных социальных мыслителей и исследователей современного мира Мануэль Кастельс, анализируя данные тенденции, отмечал, что пришествие мультимедиа равносильно не только концу разделения между аудиовизуальными и печатными средствами массовой коммуникации, но и «...между общедоступной и высокой культурой, развлечениями и информацией, образованием и пропагандой. Все проявления культуры — от самых элитных до самых популярных — соединяются в этой цифровой вселенной» [12, 346]. Необходимо отметить и тот факт, что в сложившейся ситуации одной из главных фаз координации деятельности и развития медиапредприятий (по В. Л. Иваницкому — фирм массмедиа) становится *content management*, поскольку эффективное управление данным процессом, по сути, определяет направления их экономической стратегии и социальной политики. Контент в качестве основной категории, характеризующей творческую продукцию современных массмедиа, определяется в теории журналистики как «технично-технологическая и гуманитарная медиалингвистическая технология для создания современного языка СМИ и высокотехнологичных электронных услуг» [14, 204]. Трудно не согласиться с тем, что одной из самых существенных качественных характеристик контента является его гипертекстуальность. Но, на наш взгляд, нельзя фактор «синергии печатных и аудиовизуальных текстов» [Там же, 205] относить исключительно к мультимедийным их представлениям, как бы абсолютизируя при этом лишь дигитильную составляющую. Диалоговые возможности сугубо вербального контента традиционных печатных СМИ, как свидетельствует новейшая практика [20], также далеко не исчерпаны.

Если акцентировать внимание на факторах, определявших на различных этапах новейшей истории в том числе и содержание коллективной

коммуникативно-культурной памяти, то с точки зрения реализации модельного подхода к практике массмедиа коммуникативные стратегии можно определить как одну из форм или моделей планирования работы массмедиа в условиях постоянно меняющегося информационного ландшафта. Ведь еще автор фундаментальной концепции моделирования американский философ Марк Вартофский отмечал, что «...создаваемые нами когнитивные артефакты — это модели, то есть *репрезентации* (выделено нами. — В. О., Е. О.) для нас самих того, что мы делаем, чего хотим, на что надеемся. Поэтому модель — это не просто и не только отражение или копия некоего состояния дел, но и предполагаемая форма деятельности, репрезентация будущей практики и освоения форм деятельности» [5, 10].

Но ведь в широком смысле ментальная репрезентация может пониматься как объект с определенными семантическими свойствами, определяющими смысловое содержание, в том числе и транслируемых массмедиа текстов. Следовательно, *коммуникативные стратегии в наиболее общем виде можно рассматривать и как планирование информационной деятельности, и как формирование контента, отбор способов, а также приемов его трансляции, которые обеспечат достижение успеха на информационном рынке*. Разумеется, социально-политические изменения последних десятилетий с неизбежностью привели к переосмыслению в теории журналистики роли технологий производства и передачи информации в реализации конечных целей акторов. Также они все чаще стали рассматриваться как синтезирующая основа реализации аксиологических аспектов медиaprостранства в условиях формирования и развития информационной культуры современного общества в целом и профессиональной культуры журналистов в частности.

Вместе с тем, с точки зрения понимания истоков формирования коммуникативных тенденций, определяющих в настоящее время концепт «эффективность реализации целей журналистов конвергентных редакций», очень важным является историографическое описание стратегических подходов новейшего времени к организации деятельности массмедиа, поскольку только в этом случае можно будет сформулировать и некие прогнозные ожидания их дальнейшего развития.

**Стратегия «нового журнализма»**, долгое время, наряду с нормативными теориями прессы [22], определявшая исследовательские практики различных зарубежных, а с середины 80-х гг. прошлого века и отечественных научных школ, как известно, была сформулирована в период индустриальной революции начала XX в. Главными критериями качества в так называемый «гутенберговский период» функционирования СМИ долгое время считались высокий тираж и рейтинги электронных массмедиа. В том числе они являлись важнейшими компонентами и показателями системных взаимоотношений не только с массовой аудиторией, но и с властными структурами, представителями различных социальных институтов и структур, рекламодателями и т. д. Основное назначение данного рода текстов, представленных на разных носителях, чаще всего состояло в распространении общественно значимой информации.

Для решения этих задач журналисты привлекались как трансляторы и режиссеры — интерпретаторы актуальных *событий*. К таковым в первую очередь относились те из них, которые характеризовали разнообразие человеческих повседневных

практик и вариантов самоорганизации индивидов, а также различных социумов. Не случайно термин «событие» нередко трансформировался исследователями журналистики того периода как «*со-бытиé*» с ударением на последний слог, т. е. совместное бытие какой-то группы или общества в целом. Подчеркнем, что в современных научных исследованиях концепт «событие» определяется как «квант структурированного знания о динамическом фрагменте картины мира» [21, 3]. Его репрезентацию, по мнению ученых, можно наблюдать как в различных ситуациях и контекстах, так и в новостных сообщениях и аналитических статьях. Конкретно же медиасобытие с точки зрения дискурсивного подхода в современной лингвистике описывается чаще всего как бы «сквозь призму» субъекта-журналиста. Принимая во внимание тот факт, что единое референтное событие может порождать различные представления, обусловленные картиной мира личности, легко убедиться на примерах новейшей практики деятельности, в первую очередь брендовых СМИ, в значимости трансляции конкретных медиатекстов не только в традиционных для них форматах.

В рамках же стратегии нового журнализма до появления новых информационных технологий, и прежде всего Интернета, схема акта коммуникации выглядела, как правило, традиционно: коммуникатор посылал месседж (от англ. *message* — сообщение, донесение) адресату и получал от него в той или иной форме обратную связь, опосредованно — те или иные поведенческие реакции индивида, конкретной аудиторной группы или даже всего социума, а в исключительных случаях — общества в целом. Разумеется, в СМИ в те или иные периоды реализовывались и более сложные модели коммуникации, и организация обратной связи, но исключения лишь подтверждали общую тенденцию достаточно четкого деления на тех, кто отправлял, и тех, кто получал информацию. Информативно-коммуникативная функция являлась основной для журналистики того периода, поскольку не только определяла ее специфику, но и обеспечивала возможность реализации других функций, от которых зависели те или иные компоненты коммуникативно-культурной памяти. Таких, например, функций-целей, как управленческая, отражения и формирования общественного мнения, воспитания и социализации, или таких функций-методов, как пропаганда и агитация, а также ряда других. Прагматически обусловленная деятельность коммуникаторов различного типа также осуществлялась чаще всего в ситуациях, которые можно обозначить как творчески стимулированные и утилитарно-практические. Эта деятельность, в свою очередь, могла быть ограничена или, напротив, динамизирована некоторыми обстоятельствами индивидуально-личного, социально-культурного, профессионального, собственно творческого и другого характера [18].

Причем в рамках традиционной парадигмы исследований журналистской практики 70–80-х гг. прошлого столетия чаще всего выделялись два основных уровня осуществления творческой деятельности субъектами информационной деятельности: *исполнительский уровень* и *уровень планирования*. На первом, по мнению авторов [3], происходит описание и копирование образцов ее выполнения, на втором делается попытка структурирования, выстраивания некоей иерархии. Можно привести немало по-настоящему публицистических текстов



того времени, например, созданных в период перестройки. Можно вспомнить в связи с этим сборник «Иного не дано», в который были включены статьи ведущих представителей советской интеллигенции по наиболее острым вопросам коренной перестройки всех сфер жизни общества середины 80-х гг., опубликованные в печатных СМИ [10]. Они вызвали в свое время широкий отклик у массовой аудитории, были отмечены в различной форме профессиональным сообществом. Однако, как мы через годы понимаем, журналистика в этом случае не сыграла той роли, которую можно было ей отвести как «описателю», а во многом и катализатору актуальных социально-политических процессов в обществе и как действенному «агрегатору» идей, помогающему реализовать их в реальные дела и поступки. Причем не отдельных людей, а постоянно меняющегося и перманентно развивающегося социально ориентированного общества в целом.

Поскольку журналистика того периода, будучи средством информирования, чаще всего полностью «находилась в руках власти, под диктатом партийной идеологии» [13, 16], то так называемое сетевое планирование работы редакций печатных СМИ было одной из форм повсеместного контроля «по вертикали управления» над содержанием. С небольшими изменениями в силу специфики работы подобное сетевое планирование осуществлялось и на радио, и на телевидении. Причем здесь оно было отягощено еще и обязательной процедурой расшифровки аудиального и визуального материала перед выходом в эфир.

Лишь во второй половине 90-х гг. в системе редакционного планирования, прежде всего региональных СМИ, как свидетельствовал С. М. Гуревич [7], произошли серьезные изменения. Повышение значимости для массовой аудитории оперативной информации и профессиональной авторской аналитики привело, по сути, к разрушению прежней системы редакционных планов. Ведь основой ее являлись сетевые графики и перспективные планы, разрабатывавшиеся на длительные периоды (квартал, полугодие, год). Отказ от перспективного планирования аргументировался руководством СМИ в первую очередь невозможностью противостоять в условиях рыночной экономики конкурентам из независимых и новых по типологии и форматам массмедиа, а также неспособностью отражать в своих сообщениях при старом подходе непрерывные изменения той или иной конкретной экономической или социально-политической ситуации.

На самом же деле, на наш взгляд, причины были не только в этом. Стратегия нового журнализма все чаще вступала в противоречие с так называемой пиар-журналистикой, некоей гибридизацией журналистики и связей с общественностью, которая на волне развития новых информационных технологий получала все большее развитие. Как показал наш анализ, формирование с начала 1990-х гг. коммуникативной **стратегии пиар-журналистики** было обусловлено, с одной стороны, возросшей в разы гражданской и политической активностью широких масс, ищущих в массмедиа ответы на волнующие вопросы бытия в период кардинальной реструктуризации власти, а с другой — возникновением на постсоветских территориях в тот период структур, осуществляющих активнейший политический и коммерческий пиар при посредстве традиционных СМИ. Тут и там возникающие, как грибы, отделы по связям с общественностью, пресс-центры,

протокольные и иные службы, в идеале призванные гармонизировать отношения государства, корпораций, различных социальных организаций и граждан, стали широко использоваться для манипулирования общественностью с привлечением медийных средств. Именно тогда, по мнению исследователей, «повсеместным явлением стала *пиарналистика* — аномальная подмена журналистики пиаром, подрывающая способность прессы к созданию адекватной медийной картины событий, существенно сужающая возможности реализации печатными и электронными СМИ их критической функции и подрывающая общественное доверие к ним» [15, 9].

Примечательный факт: в феврале 2004 г. на конференции Фонда защиты гласности, посвященной вопросам независимости региональной прессы рубежа веков и журналистской этике, отмечалось, что «до 80 процентов журналистских публикаций имеют своим источником официальные и коммерческие пиар-службы или инспирированы ими» [16, 116]. Нет необходимости доказывать лишней раз, что журналистика и PR как виды информационной деятельности имеют немало типологических черт сходства, но отнюдь не родства и тождественности. И главное их отличие заключается в интенциях субъектов информационной деятельности. Петербургский исследователь А. Д. Кривонос, проанализировав большой объем данного рода произведений, зачастую никак специально не маркируемых в СМИ, пришел к выводу, что надо иметь в виду следующие основные дифференцированные признаки пиар-текстов, отличающие их от сугубо журналистских/публицистических: иницированность базисным субъектом PR; способность формировать публичный капитал базисного субъекта; как правило, адресованность четко избранной группе потребителей; скрытое авторство; «изоциренный» способ доставки информации целевой аудитории [17]. При этом нужно учитывать, что в современной теории журналистики по поводу взаимовлияния журналистики/публицистики и публич-рилейшнз существуют достаточно противоречивые точки зрения. Но большинство авторов сходится в том, что любые тексты, имплицитованные интенциями коммуникаторов, по той или иной причине скрытыми от коммуникантов, не могут быть отнесены к сугубо публицистическим. Достаточно вспомнить, что термин «публицистика» происходит от латинского *ad publicum*, риторического приема обращения к публике — активной части аудитории.

Общественная значимость и прагматически обусловленная полезность тех или иных PR-текстов, как, впрочем, и их жанрово-тематическое разнообразие, в период разнопланового развития пиарналистики нередко отходили на второй план, что рано или поздно осознавалось потребителями — массовой аудиторией. Манипулятивное имиджетворчество СМИ, как правило, лишнее критического подхода к объективной реальности и активизирующееся в период предвыборных политических кампаний различного уровня, также не способствовало в данном случае повышению их авторитета. Обусловлено это было в первую очередь тем, что перманентно возникающие кризисные явления в экономике в целом или в отдельных ее отраслях, отражавшиеся, к примеру, на реальной покупательной способности людей, а также фактор нереализованности большинства обещаний

кандидатов приводили к снижению влияния традиционных источников массовой информации.

Более того, в первом десятилетии XXI в., как свидетельствуют, в частности, исследования ВЦИОМ, стал значительно возрастать индекс доверия к Интернету как каналу коммуникации: так, в 2008 г. информации, получаемой в Глобальной сети, доверяли 49 % опрошенных респондентов, в 2012 г. — уже 64 % [11]. Именно в эти годы происходит активная технологическая перестройка практически всех без исключения традиционных СМИ, обновление приемов и способов работы с перманентно возрастающими потоками информации, их владельцы и руководители приходят к простой истине, что только *многоканальность* или *многоплатформенность* позволяют соперничать массмедиа с гражданскими журналистами и иными непрофессиональными создателями или трансляторами при посредстве Сети разнообразного контента. В широком же смысле можно именно с десятых годов XXI столетия вести отсчет не только повсеместной цифровизации медиаконтента, но и расширению числа субъектов, участвующих в процессе формирования коллективной коммуникативно-культурной памяти россиян.

В этом смысле показательна тенденция, обусловленная тем фактом, что несколько интернет-проектов рунета в 2016 г. обошли крупнейшие российские телеканалы по охвату аудитории в возрасте 12–44 лет в крупных городах России (с населением более 700 тыс. человек; 700+). «Это данные TNS за июнь 2016 г., в которых учтена как мобильная аудитория рунета (те, кто заходит на сайты с мобильных устройств), так и традиционная (с ПК и ноутбуков). Самый большой охват месячной аудитории (те, кто заходит на сайт или включает телеканал не реже раза в месяц) у Google — 88 %. На втором месте “Яндекс” — у него 87,2 %; на третьем — “В контакте” с 86 %, на четвертом — YouTube с 82,7 %, на пятом — Mail.ru с 81,8 %. “Первый канал” — лидер по популярности среди телезрителей — занимает только шестое место с 81,5 %. Еще меньше у “России 1”, СТС и ТНТ» [2].

В декабре того же 2016 г. *Ericsson ConsumerLab* представила результаты глобального исследования, в котором сотрудники попытались с помощью активных пользователей спрогнозировать развитие главных потребительских IT-трендов. И как выяснилось, аудиторию сегодня больше всего интересует все, что касается разработок в области искусственного интеллекта и виртуальной реальности. В частности, 40 % активных пользователей хотели бы заменить традиционные дисплеи своих компьютеров на VR/AR-устройства. Но примечательно было и другое: большинство респондентов при этом отмечали, что «...социальные сети скорее не объединяют людей со всего мира, а разделяют их по группам в закрытых сообществах социальных сетей. Каждый третий опрошенный сообщил, что социальные медиа стали для него главным источником новостей, и только 25 % полагаются на телевизионные новостные передачи и газеты. При этом 28 % сказали, что их друзья — более надежный источник информации, чем СМИ» [1].

А то, что нерегулируемые информационные потоки могут влиять не только на формирование долговременной информационной памяти, но и на массовое поведение людей, а в ряде случаев даже способствовать совершению асоциальных поступков, было осознано всеми, включая властные структуры, на многих

примерах из новейшей истории России. Достаточно вспомнить массовые беспорядки, спровоцированные футбольными фанатами на Манежной площади в Москве в 2002 и 2010 гг., события в карельской Кондопоге в 2006 г., противостояние водителей-дальнобойщиков принятию решений о введении платы за проезд по ряду трасс, едва не приведшее к транспортному коллапсу в 2015 г., и ряд других. К тому же социальные сети, как свидетельствуют новейшие исследования социологов, именно с начала XXI в. нередко использовались как организующая структура представителей различных оппозиционных групп, агитирующих людей за те или иные формы открытого протестного поведения. Ведь «деятельность как их лидеров, так и рядовых участников в значительной степени теперь зависит от тех из информационных источников, что предоставляют возможность очень быстро мобилизовать население» [23].

Учитывая совокупность вышеизложенных факторов, **стратегию конвергентной журналистики**, на наш взгляд, можно определить прежде всего как интеграцию информационных и коммуникативных технологий в единый ресурс. При этом отметим, что основные цели коммуникации с учетом уже более современных реалий, описанных в науке, можно определить как:

- конвенциональные (согласие, заключение договора в ситуации конфликта или поддержание договора — конвенции);
- конфликтные (обнаружение разногласий и акцентуация на разногласиях участников коммуникации с тем, чтобы создать конфликт, или поддержание, разжигание существующего конфликта);
- манипуляционные (захват смыслового пространства, т. е. коммуникации с тем, чтобы навязать участнику коммуникации свою коммуникативную стратегию и соответственно свое видение реальности) [8].

В. В. Тулупов эту типологию экстраполирует на деятельность СМИ следующим образом: «...среди различных целей коммуникации (конвенциональная, конфликтная, манипуляционная) “качественная” пресса выбирает первую, “бульварная” ориентируется на вторую, “пропагандистская” — на третью» [24]. Соглашаясь с данной точкой зрения, вместе с тем отметим, что ко всем без исключения группам массмедиа в настоящее время подобный подход вряд ли можно отнести. Аргументируем этот вывод хотя бы тем, что современная *мультизадачная аудитория* меньше всего ориентируется на конкретный тип массмедиа, поскольку пользователи в силу объективных и субъективных причин не могут долгое время фокусироваться на каком-то одном источнике информации. А доминантными при этом являются такие факторы, как новизна сообщения или, напротив, всеобщая обсуждаемость тех или иных фактов или явлений, аналитическая или иллюстративная составляющая текстов, их представленность авторитетными/известными лицами, тиражирование многофункциональных информационных потоков с помощью различных медийных платформ, удобных для восприятия человеком в различных условиях, и т. д. и т. п.

Если вернуться к одному из начальных методологических тезисов данной статьи, в котором мы сформулировали предположение о том, что стратегические цели массмедиа можно разделить на интенциональные — на достижение которых

направлена деятельность субъекта, и технологичные — по критерию описания способов достижения этих целей, то проведенный анализ новейшей практики позволяет сделать два вывода:

1. Степень успешности реализации стратегии конвергентной журналистики, а следовательно, и вычленение/определение в современных условиях факторов, влияющих на процесс формирования коммуникативно-культурной памяти россиян, зависят прежде всего от того, насколько быстро субъекты информационной деятельности могут реагировать не только на процессы эффективной интериоризации массовой аудиторией информации, но и на изменения в ее поведении.

2. Если ранее представители СМИ в рамках реализации стратегий *нового журнализма* и *пиар-журналистики* как процесса гибридации журналистики и связей с общественностью чаще всего своей задачей считали с помощью тех или иных способов и приемов сформировать более-менее постоянные аудиторные группы, то сейчас новые технологии, с помощью которых пакетируется или транслируется контент, не только определяют тренды развития массмедиа, но и являются ключевым фактором влияния конкретных субъектов информационной деятельности на общественное мнение или даже в целом на общественную жизнь регионов.

Вместе с тем требуется учитывать и тот факт, что следствиями технологического и коммуникативного совершенствования каналов информации, практически безграничного увеличения их пропускной и репрезентативной способности являются не только ускорение процесса генерации и дальнейшей трансляции значимых по той или иной причине новостей, но и размывание критериев профессионализма коммуникаторов. Оно выражается как в снижении уровня достоверности транслируемого ими контента, так и в формировании того, что уже получило в теории наименование *копиаст* или *чурналистика* (от англ. глагола *to churn out* — штамповать). Причем если еще несколько лет назад, как мы показали, речь чаще всего шла об усилиях по тиражированию информации, подготовленной PR-отделами пресс-служб, то в настоящее время копиастом не чураются заниматься даже солидные традиционные издания. Причем эта практика характерна не только для отечественных СМИ, но и для ведущих зарубежных. Сошлемся на мнение авторитетного британского репортера Ника Дэвиса, более тридцати лет проработавшего в ведущих британских газетах — «Гардиан», «Санди таймс», «Обсервер». В своей книге «Flat Earth News» («Новости с плоской Земли»), разоблачающей манипулятивные приемы и технологии, используемые в современной журналистике, он свидетельствует, что «...согласно исследованиям, проведенным в Кардиффском университете, 60 % публикаций в английской прессе состоят из перепечаток или материалов, предоставленных пиар-агентствами. Еще 20 % содержат очевидные элементы пиара. 8 % основаны на сомнительных источниках, которые невозможно проверить. Только 12 % текстов прессы созданы самими журналистами» [26, 52].

Нельзя не принимать во внимание и достаточно распространенную сегодня, особенно в местных СМИ, практику *репостинга* — представления (нередко даже без указания источника) абсолютной копии отдельно взятого сообщения, уже существующего, к примеру, в социальных сетях, «живом журнале» или даже на каком-либо форуме. И подобного рода вопросов этического характера, прежде

всего к журналистам, может возникнуть немало. С большей долей доказательности можно утверждать, что все это является следствием размывания границ профессиональных правил и норм и актуализирует проблему формирования профессиональной культуры не только журналистов, но и в целом медиаспециалистов, участвующих в процессе формирования и трансляции контента. Поскольку реализация стратегии конвергентной журналистики в условиях глобализации и цифровизации характеризуется предельной *субъективизацией* отношений отправителей и получателей информации, что обуславливает нахождение практически любого человека в непрерывном прямом или опосредованном социальном или массово-коммуникационном взаимодействии, то проблема формирования коммуникативно-культурной памяти тесно сопряжена, на наш взгляд, с проблематикой формирования гражданской идентичности личности россиянина, а также конкретно — профессиональной идентичности журналиста конвергентной редакции. Что касается последнего термина, то в силу малоизученности и вместе с тем научной перспективности данного направления исследований, мы определяем это понятие и его составляющие как *процесс и результат оптимального/адекватного согласования «внутренних» и «внешних» условий творческой самореализации личности*. И если процесс преломления «внешних» условий через «внутренние», чаще всего анализируемые по результатам коллективного редакционного труда, описан в новейшей литературе достаточно подробно [6, 51–71], то практические индивидуальные действия и творческое поведение медиаспециалистов новой формации, связанные с их профессиональным и личностным самоопределением как субъектов труда в информационную эпоху, остаются малоисследованными. Их невозможно отделить от правовой культуры, этических императивов, а также от медиаэкологии как нового направления осмысления происходящих трансформаций во всех сферах под воздействием цифровизации контента и в целом новых информационных технологий, в том числе и в сфере формирования коллективной коммуникативно-культурной памяти.

---

1. Бельц Е. 10 главных IT-трендов 2017 года [Электронный ресурс]. URL : <https://therunet.com/infographics/21012> (дата обращения: 18.12.2018).

2. Брызгалова Е., Голицына А. «Яндекс» больше не единственный интернет-ресурс, который превзошел телеканалы по охвату // Ведомости. 2016. 12 сент.

3. Бухарцев Р. Г. Творческий потенциал журналиста. М., 1985. 140 с.

4. Вартанова Е. Л. Конвергенция как неизбежность // От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже тысячелетия / отв. ред. Я. Н. Засурский и Е. Л. Вартанова. М., 2000. С. 32–39.

5. Вартофский М. Модели: репрезентация и научное понимание : пер. с англ. М., 1988. 508 с.

6. Вырковский А. В., Галкина М. Ю., Колесниченко А. В. и др. Трансформация журналистской работы под влиянием новых технологий: поиск информации, жанры медиатекстов, редакционная культура // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. № 5. С. 51–71.

7. Гуревич С. М. Газета и рынок: как добиться успеха : пособие для журналистов. 2-е изд., перераб. и доп. М., 1998. 238 с.

8. Дацюк С. Коммуникативные стратегии [Электронный ресурс]. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/2751> (дата обращения: 10.01.2019).

9. *Иваницкий В. Л.* Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2011.
10. *Иного не дано / под общ. ред. Ю. Н. Афанасьева.* М., 1988. 671 с.
11. Исследование ВЦИОМ: Рейтинг доверия средствам массовой информации среди россиян в 2012 году [Электронный ресурс]. URL: <http://gtmarket.ru/news/2012/08/02/4744> (дата обращения: 18.01.2019).
12. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. 608 с.
13. *Ковалева М. М.* Понятие «журналистика» как миф // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2011. № 2 (89). С. 15–16.
14. *Короткова Е. Н.* Мультимедийные средства массовой коммуникации: контент и технологии // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. 2008. Вып. 70. С. 205–206.
15. *Короченский А. П.* Журналистика после СССР: два десятилетия обретений и утрат // Журналистика постсоветских республик: 20 лет спустя : сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, 2012. С. 8–9.
16. *Короченский А. П.* Осторожно: пиарнастика! // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры. Екатеринбург, 1995. С. 116–117.
17. *Кривоносов А. Д.* PR-текст в системе публичных коммуникаций. 2-е изд., доп. СПб., 2002. 288 с.
18. *Олешко В. Ф.* Журналистика как творчество. М., 2005. 222 с.
19. *Олешко Е. В.* Конвергентная журналистика: профессиональная культура как фактор оптимизации информационно-коммуникативных процессов : дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж, 2018 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.science.vsu.ru/dissertations/6215/.pdf>
20. *Понтес Родригес Анхела.* Назад в «бумагу»: интервью с издателем журнала Jot Down [Электронный ресурс] // Журналист. 2017. № 7–8. URL: <https://jrnlst.ru/nazad-v-bumagu-intervyu-s-izdatelem-ispanskogo-zhurnala-jot-down> (дата обращения: 24.02.2019).
21. *Резникова С. И.* Концепт «событие» и способы его вербальной репрезентации в СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2006.
22. *Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т.* Четыре теории прессы. М., 1998. 223 с.
23. *Скобелина Н. А.* Институционализация общественных движений в российском обществе конца XX — начала XXI века (социологический анализ) : дис. ... д-ра социол. наук. СПб., 2014 [Электронный ресурс]. URL: [cheloveknauka.com/institutsionalizatsiya-obschestvennyh-dvizheniy-v-rossiyskom-obschestve-kontsa-xx-nachala-xxi-vekov](http://cheloveknauka.com/institutsionalizatsiya-obschestvennyh-dvizheniy-v-rossiyskom-obschestve-kontsa-xx-nachala-xxi-vekov) (дата обращения: 18.02.2019.).
24. *Тулупов В.* К вопросу о конвенциональной стратегии в журналистской деятельности [Электронный ресурс]. URL: <http://www.km.ru/referats/AF45C3548A11461AB44543057164315C> (дата обращения: 12.02.2019).
25. *Хелемендик В. С.* Союз пера, микрофона и телекамеры (Опыт системного исследования). М., 1977. 316 с.
26. *Davies N.* Flat Earth News. L., 2009. 420 p.

*Статья поступила в редакцию 27.05.2019 г.*

## **РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ**

Рассматривается роль деловых изданий в формировании экономического мышления и экономического поведения населения. Большое внимание уделяется роли эксперта, чье мнение приводится в аналитическом материале, а также проблеме «наивного» доверия экономической аналитике.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** деловая журналистика; бизнес-издания; экономическое мышление; экономическое поведение.

В условиях финансовых кризисов, экономических реформ, а также во времена экономической неопределенности средства массовой информации не только выступают в качестве транслятора значимой для населения экономической информации, которая помогает массам ориентироваться в современной экономической ситуации, но и формируют экономическое поведение населения. Безусловно, на поступки людей и принятие решений влияют массовые издания в целом, телевидение и интернет-ресурсы. При этом нам интересно посмотреть, как тексты на финансовую тематику именно в деловых изданиях оказывают влияние на поведение населения. Мы решили анализировать деловые СМИ, поскольку именно они обеспечивают экспертное мнение в экономических вопросах и оказывают наибольшее влияние на формирование экономического мышления.

Одна из гипотез, которую нам предстоит проверить: оказывают ли СМИ значительное влияние на формирование экономического мышления, которое является основой экономического поведения.

Несмотря на насыщенность современной информационной среды крупными достаточно компетентными федеральными изданиями, поиск релевантной экономической информации остается непростым занятием.

Во-первых, федеральные деловые издания предпочитают акцентировать внимание на макроэкономических проблемах, что вряд ли может служить для жителей региона руководством к финансовым и экономическим действиям.

Во-вторых, во имя обеспечения социальной и политической стабильности многие федеральные издания довольно часто отходят от непредвзятого анализа изложения актуальных экономических тем, и контент их информационных ресурсов все чаще содержит элементы пропаганды и рассуждения на отвлеченные темы. Все это повышает роль региональных деловых изданий, обладающих возможностью взаимодействовать с региональными экспертами, способными разъяснить экономическую специфику города или региона.



Вместе с тем в условиях неопределенности, в которых находится общество из-за длительного экономического спада, и в целом невысокого уровня финансовой и экономической грамотности в стране людям необходимы издания, способные публиковать адекватную и вызывающую доверие информацию. Поэтому все чаще работе с федеральными СМИ люди предпочитают обращение к ресурсам региональных деловых изданий. В этом контексте региональные СМИ становятся незаменимы, поскольку удел федеральных изданий — крупный бизнес и государственные управляющие, диктат которых в регионах воспринимается не позитивно.

Проблемой экономического мышления занималось большое количество исследователей как в сфере экономики, так и в сфере социологии. В представлении А. Архипова экономическое мышление — это «...процесс познания человеком, социальной группой, обществом экономической действительности, экономических отношений, осознания своего места в них и выработки соответствующего образа экономического поведения. Его тип и характер определяются экономическими отношениями, практикой хозяйствования, закономерностями экономического развития» [2, 138].

В. Попов понимает под этим понятием «индивидуальное свойство человека, социальной общности осмысливать экономические явления, познавать их, усваивать и соотносить экономические понятия, категории, теории с реальностью и соответствующим образом ориентироваться в экономической жизни» [11, 146].

Бесспорно, экономическое мышление является основой экономического поведения населения, под которым мы предлагаем понимать «систему социальных действий, которые, во-первых, связаны с использованием различных по функциям и по назначению ограниченных экономических ценностей (ресурсов), и, во-вторых, ориентированы на получение пользы (выгоды, вознаграждения, прибыли) от их обращения» [4, 47].

На протяжении жизни человек, профессионально или непрофессионально, осознанно или нет, выбирает модель экономического поведения. На что он опирается? Чьи советы и рекомендации могут изменить экономическое мышление индивида? В данной статье мы попытаемся показать, как деловые СМИ способны оказывать влияние на экономическое мышление и поведение населения.

### **Роль деловых СМИ в период экономической нестабильности**

Безусловно, экономическое мышление и экономическое поведение формируется благодаря взглядам и представлениям, основанным на личном опыте людей. Однако наравне с этим значительный вклад в формирование экономического поведения и экономического мышления вносят медиа и средства массовой информации.

Исследователь Н. Зинькович отмечает, что в период кризисных явлений и экономической нестабильности население пребывает в «состоянии неопределенности, а отсутствие достаточного количества информации для проведения анализа изменения экономического состояния экономики, домохозяйств и индивидов, а также нагнетание кризисных настроений препятствует грамотному финансовому планированию и распределению ресурсов» [5, 28].

Кроме того, в условиях социально-экономических рисков экономическое мышление населения становится наиболее подвержено влиянию внешних факторов. В периоды неопределенности люди склонны обращаться к опыту и знаниям других людей, экспертов. Такое поведение объясняется в том числе низким уровнем финансовой грамотности, когда людям не хватает знаний для формирования экономического поведения. Именно в этот момент на передний план деятельности СМИ выходит задача формирования экономического мышления.

Почему для своего исследования мы выбрали именно деловые СМИ? По двум причинам. Первая — престижность деловых СМИ и высокая степень доверия к их информации. В период недостатка информации население массово обращается к качественным СМИ, к которым по праву относятся деловые издания. Таким образом, можно предположить, что читатель, находясь в сомнениях по поводу будущего экономического поведения, обратится за дополнительной информацией к деловым СМИ.

Вторая причина: несмотря на то, что деловые издания в обществе принято считать узкоспециализированным типом СМИ (например, исследователь В. Сергачев отмечает, что «деловая пресса призвана в первую очередь обеспечивать информационные потребности предпринимательства» [13, 42]), мы склонны согласиться с мнением исследователя В. Амирова, который полагает, что «деловые СМИ предназначены не только для бизнесменов, но и для людей, которые могут быть вовлечены в бизнес-процессы» [1, 7].

Более того, на наш взгляд, информация в деловых изданиях может быть полезна всем субъектам экономики, к которым относятся и государство, и частные предприятия, и домашние хозяйства.

Под домашним хозяйством принято понимать «...экономическую единицу в составе одного или нескольких лиц. При этом доходы домашнего хозяйства могут состоять из заработной платы, арендной платы, прибыли индивидуального предприятия, процента от ценных бумаг и т. д., а одной из функций домашнего хозяйства является ведение семейного бюджета» [3, 78].

При такой трактовке домашние хозяйства могут являться одним из наиболее многочисленных по составу субъектов экономики, а значит, и одним из основных участников финансовой системы.

Фактически к подобной экономической единице можно отнести любого работающего человека, который получает доход, распоряжается им и занимается ведением семейного бюджета. Означает ли это, что информация в деловых изданиях может быть интересна и полезна любому работающему гражданину? В общем да, однако не стоит забывать, что отличительная черта деловых изданий — отстаивание интересов бизнеса. Это накладывает особый отпечаток на подачу информации, в частности, каждый материал отвечает на генеральный вопрос: «Что это значит для собственника бизнеса, владельцев материальных активов?» Данный фактор оказывает серьезное влияние на подачу информации и сокращает число интересующихся информацией, которая публикуется в деловых СМИ.

Мы выяснили, что информация в деловых изданиях предназначена не только для владельцев бизнеса, но и для широкого круга лиц. Теперь нам предстоит

понять, каким образом публикуемые в деловых СМИ тексты влияют на экономическое поведение и экономическое мышление населения.

### **Примеры влияния СМИ на экономическое мышление**

В финансовых и деловых СМИ во времена экономической нестабильности население ищет ответ на вопросы: «Что происходит с экономикой в стране?», «Как к этим экономическим явлениям относиться?». Дело в том, что в период трансформации экономической системы у населения смешиваются старые и новые представления и понятия об экономике. Читателям требуются разъяснения по поводу происходящего. При этом не всегда информация, которую население получает из государственных СМИ, согласуется с реальной жизнью.

Здесь показательными становятся аналитические материалы «Ведомостей». Например, автор Эллы Панеях опубликовала в феврале 2019 г. аналитический материал под заголовком «Системная проблема холодильника» [9]. В тексте речь идет о падении реальных доходов населения, которые зафиксировал Росстат, приводится мнение экономистов, которые утверждают, что в ближайшие годы предпосылок для роста реально располагаемых доходов не предвидится. Далее автор указывает, что население уже заметило отличие наполнения холодильника от того, что транслирует телевидение. «Понимание проблем с холодильником постепенно сдвигается от простой констатации отсутствия денег к осознанию системных проблем, негативно отражающихся на состоянии кошельков граждан», — пишет Э. Панеях.

Еще один материал, который был опубликован в «Ведомостях», носил заголовок «Почему мы снова хотим перемен». В нем автор Владимир Петухов отмечает, что сегодня «...очередной кризис, начавшийся в 2014 г., и сменившая его экономическая депрессия отсрочили или даже “обнулили” планы на будущее значительного числа россиян. В результате для многих стало очевидным, что поддержание статус-кво в ситуации экономической депрессии и деградации социальных институтов фактически означает консервацию застоя и кризисных явлений и, как следствие, дальнейшее ухудшение и без того сложного материального и социального положения для каждого» [10].

Мы не беремся оценивать высказывания автора, но важно отметить, что он выступает экспертом, дает оценку происходящему, строит причинно-следственные связи и прогнозирует дальнейшее развитие событий. Эти примеры наглядно демонстрируют, как деловые СМИ выступают интерпретаторами происходящего.

Читатель может принимать позицию автора, а может и спорить с ней, тем не менее ему становится известна экспертная точка зрения, он сможет опираться на нее, когда будет предпринимать попытку объяснить себе или окружающим происходящие экономические события в стране.

Еще одним примером интерпретирующего текста можно считать публикацию «Потребительский пессимизм и жесткая бюджетная политика. Куда движется экономика страны?» на сайте DK.RU (издание «Деловой квартал»), в которой главный экономист Альфа-Банка, руководитель Центра макроэкономического

анализа Наталия Орлова рассказывает, что ждет экономику страны. В компетентности эксперта читатель не сомневается, регалии эксперта заставляют с доверием отнестись к публикуемому мнению. В частности, Наталия Орлова рассказывает, что «...в экономике нет очевидных и понятных для населения точек роста. Население сегментируется: есть группа людей, доход которых не то чтобы сильно растет в последние годы, но у них есть накопленный запас прочности. А есть группа, которая сильно потеряла за последние годы, и из ловушки низких доходов выбраться не может. Необеспеченные люди из-за недостаточного роста экономики не могут понять, куда двигаться, как сегодня выбрать профессию» [8].

Такие публикации не дают конкретных советов относительно того, какого экономического поведения стоит придерживаться, однако они оказывают сильное влияние на формирование экономического мышления.

Следующий вопрос, с которым читатель может обращаться к деловым СМИ: «Что делать?»

В деловых СМИ читатели стремятся найти экспертное мнение, на основе которого можно сделать вывод: какого экономического поведения следует придерживаться. Более того, для широких масс желательно не просто экспертное мнение, а наличие в материале совета или схемы поведения, которой стоит придерживаться.

Эту гипотезу подтверждают статистические данные «самых читаемых по итогам 2018 г. материалов на сайте DK.RU», которые оказались в распоряжении автора статьи. Среди них материалы со следующими заголовками: «Без паники: что на самом деле начнет делать налоговая со счетами россиян с 1 июля», «Экономия на мелочах: как накопить 72 000 руб. в год, ни в чем себе не отказывая?», «Секрет богатства в экономии. 12 вещей, на которые успешные люди никогда не тратят деньги», «Российский покупатель не будет прежним. Потребление ради потребления — больше не тренд», «Хочешь не хочешь, а копить придется. Три реальных способа накопить на пенсию с 40 лет».

Стоит обратить внимание, что данные тексты обращены не к узкому слою населения, например, предпринимателям, а к широкой массе. Данные материалы рассказывают о том, будет ли налоговая контролировать все переводы и поступления на карты физлиц и будет ли начислять по ним налоги, какие привычки стоит изменить, чтобы экономить в год до 72 тыс. руб., и т. д.

Наиболее показательной можно считать серию публикаций про стоимость недвижимости. Эта тема широко освещается в деловых СМИ и касается всех субъектов экономической деятельности.

С начала 2018 г. банки снижали ставки по ипотеке и весьма успешно освещали эту кампанию в СМИ. Результат не заставил себя ждать. В октябре издание «Эксперт» в материале «Ипотека побила рекорд, рекорд может побить ипотеку» [6] сообщило о рекордных объемах выданной ипотеки. В материале речь шла, например, о том, что лето–осень 2018 г. оказались наиболее благоприятным периодом для покупки недвижимости в ипотеку. Тогда же аналитики и эксперты в сфере недвижимости высказывали предположения, что те, кто хочет купить недвижимость, должны успеть сделать это до начала 2019 г. Деловые СМИ пестрили заголовками о росте цен на недвижимость с 2019 г.: так, в «Деловом квартале» вышел

материал «“Раньше квартиры разлетались, как горячие пирожки”. Как рынок меняет работу риелторов?» [15], «Эксперт» опубликовал материал «Ипотечный бум заканчивается», в котором говорилось о росте цен на недвижимость в 2019 г., а также о росте ипотечных ставок.

Данные публикации стали для населения сигналом к тому, что необходимо успевать изменить свои жилищные условия, пока экономическая обстановка благоприятна. Читатели прислушались к мнению экспертов, в итоге 2018 г. оказался для рынка недвижимости самым благоприятным за последние четыре года, именно в этот год было совершено наибольшее количество сделок начиная с 2014 г. Таким образом, публикации в СМИ оказали определяющую роль при выборе экономического поведения в случае с приобретением недвижимости в 2018 г.

Еще одним результатом таких публикации стал рост цен на недвижимость в начале 2019 г., который был основан на прогнозах экспертов. Так, «Деловой квартал» опубликовал мнение руководителя Всероссийского центра национальной строительной политики Александра Моора. В статье «Пока мы видим только скачок цен на жилье. И чем ближе лето, тем это заметнее» он объясняет, что «...прогнозы экспертов о росте цен на недвижимость вызвали панику среди покупателей и ажиотаж среди продавцов. Последние подняли цены, ориентируясь только на прогнозы, в результате в первые месяцы 2019 г. мы получили скачок цен. При этом реальные сделки совершаются по гораздо более низкой цене, чем заявляют продавцы. Это говорит об искусственно созданном феномене» [14].

Особого внимания читателей в период экономических депрессий заслуживают материалы-прогнозы, в которых эксперты отвечают на вопрос: «К чему все приведет?»

Мы склонны полагать, что данный тип публикаций может вызвать фундаментальный сдвиг в экономическом мышлении населения, поскольку именно такие публикации могут заложить в умах читателей новые представления об экономической реальности.

Материалы-прогнозы не требуют от читателя усилия осмысления, не призывают спорить с автором или же критически посмотреть на точку зрения эксперта. Если интерпретирующие материалы повествуют о произошедшем событии и лишь объясняют причины свершившегося факта, то материалы-прогнозы способны создать установку в умах читателей.

В этом случае показательным может быть текст «Население беднеет, а расходы растут. Кризис потребления может наступить к концу 2019-го», который опубликовал «Деловой квартал» в феврале 2019 г. В материале экономист, например, говорит о том, «...что 2020 год будет еще чуть более тяжелым, чем 2019-й. Резких одномоментных обвалов на горизонте, конечно, не видно. Но тренд на постепенное ужесточение кризиса продолжится. Дальше, за 2020 год, заглядывать сложно. Иными словами, предпосылок к тому, чтобы все начало улучшаться до 2021 года, нет. Что будет дальше — вопрос. Если восстановление и возможно, то не ранее 2021-го» [16].

Сторонний читатель может отметить, что негативный посыл автора формирует у читателя пессимистическое настроение относительно будущего. Однако

не будем забывать, что мы говорим о деловых изданиях, целевая аудитория которых подготовлена, имеет представление об экономических событиях в стране и без лишних эмоций реагирует на прогнозы экспертов.

Еще один показательный текст, способный повлиять не только на экономическое мышление, но и на экономическое поведение читателя, также был опубликован в «Деловом квартале», его заголовок «Совет хранить деньги в стеклянной банке и в валюте сейчас актуален, как никогда» [12].

В материале финансовый аналитик рассматривает различные варианты развития экономических событий, которые могут произойти в России в ближайшем будущем. В частности, эксперт высказывает уверенность в том, что Россию ждет ухудшение общей экономической ситуации. Далее аналитик отмечает: «...с 2011 г. настоятельно всем рекомендую хранить деньги в основном в валюте. Те, кто моему совету последовал, очень оценили такие вложения в 2014 г. Я оставляю рекомендацию о сбережениях в валюте и сейчас, потому что, к сожалению, рубль не вызывает достаточного доверия и желания в нем что-то сберегать. Не могу поверить, что я, финансист с 20-летним стажем, это говорю, но совет хранить деньги в валюте и в стеклянной банке — сейчас самый актуальный» [12].

Данный совет для подготовленного, финансово образованного читателя является поводом для размышления, а для неподготовленного может стать призывом к действию.

После 2014 г., когда произошло резкое обесценивание рубля на фоне заверений представителей власти в том, что валютный рынок стабилен, комментариям в СМИ со стороны ЦБ или правительства население не верит. В этом случае гораздо большее влияние на население имеют мнения экспертов или же поведение толпы.

Так, летом 2018 г. появилась информация о возможном введении американских санкций в отношении России, что серьезно скажется на курсе рубля. Одновременно с сообщениями о грядущих масштабных санкциях спрос на валюту в банках России вырос на 20 %. Аналитик издания «Эксперт» рассказывал, что на валютное поведение особое влияние оказывает «психология толпы», а также сообщения в СМИ: «...психология поведения толпы такова, что при росте стоимости доллара все бегут и их покупают. Зачастую многие оказываются в выигрышном положении. Проблема только в точке выхода из доллара» [7].

Таким образом, мы видим, что СМИ формируют определенное восприятие информации у читателя и мотивируют его к тем или иным поступкам. В зависимости от того, какая информация преобладает в СМИ, меняется экономическое поведение населения, а значит, и экономическое мышление.

Нельзя не отметить и особое настроение населения. Тот факт, что реальные доходы населения не растут уже на протяжении пяти лет, а также отсутствие предпосылок для роста экономики, приводят к тому, что население охотно доверяет негативным и пессимистичным прогнозам относительно будущего экономики страны, а осторожные позитивные прогнозы вызывают у него сомнения.

Каждое экономическое явление имеет психологический аспект. Зачастую в периоды экономической нестабильности психология масс может внести определяющий вклад в развитие событий. Массовое ожидание «черного дня» неминуемо

приводит к его наступлению. Причем здесь действуют законы экономики: излишняя осторожность в расходах, повышенная экономия денежных средств приводят к тому, что экономика недополучает денег. Кто-то не купил новый автомобиль, значит, какой-то продавец не получил прибыль, раз он не получил прибыль, то компания закрывается. Таким образом, психология масс определяет, в каком состоянии будет находиться экономика, а следовательно, и экономическое благополучие каждого.

В связи с этим вызывает беспокойство безусловная уверенность населения в экспертности деловых и финансовых изданий, а также массовое следование советам определенных экспертов и аналитиков.

Как мы отмечали выше, такая степень доверия объясняется не высоким уровнем осведомленности экспертов, а низкой финансовой грамотностью населения и особым психологическим настроением. Пытливый ум читателя в каждом таком материале старается найти подтверждение собственных гипотез и вычленивает из текста ту информацию, которая поддерживает его представления о происходящем.

---

1. *Амиров В. М., Белоусов А. А.* Деловая журналистика: социальный компонент в бизнес-публикации // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 3 (116). С. 5–10.

2. *Архипов А. Ю.* Современное экономическое мышление: вопросы теории и практики развития : дис. ... д-ра экон. наук. Ростов н/Д, 1999. 341 с.

3. *Буга А. В., Кудряшов В. С.* Основы экономической теории : учеб. пособие / под. ред. А. В. Буги. М., 2017. 282 с.

4. *Верховин В. И.* Экономическое поведение : учеб. пособие : в 2 ч. М., 2015.

5. *Зинькович Н. В.* Иррациональные модели экономического поведения населения в период структурного кризиса // Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования : XVIII Междунар. конф. памяти проф. Л. Н. Когана, 19–20 марта 2015 г., г. Екатеринбург. Екатеринбург, 2015. С. 2342–2346.

6. *Королева А.* Ипотека побила рекорд, рекорд может побить ипотека [Электронный ресурс]. URL: <http://expert.ru/2018/10/19/ipoteka-pobila-rekord--rekord-mozhet-pobit-ipoteku/> (дата обращения: 02.04.2019).

7. *Королева А.* Россияне покупают миллиарды долларов и евро [Электронный ресурс]. URL: <https://expert.ru/2018/09/20/zachem-rossiyane-pokupayut-dollar-yi-i-evro/> (дата обращения: 02.04.2019).

8. *Орлова Н.* Потребительский пессимизм и жесткая бюджетная политика. Куда движется экономика страны? [Электронный ресурс]. URL: <https://nn.dk.ru/news/potrebitelskiy-pessimizm-i-zhestkaya-byudzhelnaya-politika-kuda-dvizhetsya-ekonomika-strany-237118628> (дата обращения: 07.04.2019).

9. *Панелях Э.* Системная проблема холодильника [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/columns/2019/02/27/795317-holodilnika> (дата обращения: 02.04.2019).

10. *Петухов В.* Почему мы снова хотим перемен [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2019/03/31/797871-hotim> (дата обращения: 02.04.2019).

11. *Попов В. Д.* Экономическое сознание: сущность, формирование и роль в социалистическом обществе. М., 1981.

12. *Селянин К.* Совет хранить деньги в стеклянной банке и в валюте сейчас актуален, как никогда [Электронный ресурс]. URL: <https://ekb.dk.ru/news/sovet-hranit-dengi-v-valyute-i-v-steklyanno-y-banke-seychas-samuy-aktualnyu-237111397> (дата обращения: 02.04.2019).

13. *Сергачев В. Я.* Деловая пресса региона: состояние и перспективы развития : дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2000.

14. *Стихина Е.* Пока мы видим только скачок цен на жилье. И чем ближе лето, тем это заметнее [Электронный ресурс]. URL: <https://ekb.dk.ru/news/poka-my-vidim-tolko-skachok-tsen-na-zhilie-i-chem-blizhe-leto-tem-eto-zametnee-237119745> (дата обращения: 02.04.2019).

15. *Тарханова Е.* «Раньше квартиры разлетались, как горячие пирожки». Как рынок меняет работу риелторов? [Электронный ресурс]. URL: <https://ekb.dk.ru/news/ranshe-kvartiry-razletalis-kak-goryachie-pirozhki-eto-vremya-proshlo-237113077> (дата обращения: 02.04.2019).

16. *Юрченко К.* Население беднеет, а расходы растут. Кризис потребления может наступить к концу 2019-го [Электронный ресурс]. URL: <https://ekb.dk.ru/news/naselenie-bedneet-a-rashody-rastut-krizis-potrebleniya-mozhet-nastupit-k-kontsu-2019-go-237117543> (дата обращения: 02.04.2019).

*Статья поступила в редакцию 12.04.2019 г.*

УДК 070.1 + 004.032.6 + 316.74

**А. С. Сумская**  
**С. А. Свердлов**

### **«АНАЛОГОВОЕ» И «ЦИФРОВОЕ» ПОКОЛЕНИЕ АУДИТОРИИ СМИ: РОЛЬ КОММУНИКАТИВНО-КУЛЬТУРНОЙ ПАМЯТИ В ТРАНСФОРМАЦИИ МЕДИАПРАКТИК\***

Статья посвящена осмыслению российских поколенческих медиапрактик в эпоху цифровизации. Обобщены характеристики, поведенческие сценарии «аналогового» и «цифрового» поколения аудитории СМИ, выявлено влияние коммуникативно-культурной памяти поколений на трансформацию их медиапредпочтений. Признано, что срединное «эхо-поколение» («поколение цифровой эйфории») является связующим между «аналоговым» и «цифровым», способным обеспечить преемственность моделей и смыслов коммуникации посредством трансляции медиапрактик «прошлого и будущего».

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** «аналоговое» и «цифровое» поколение аудитории СМИ России; коммуникативно-культурная память; поведенческие характеристики.

Динамичные изменения медиаиндустрии в эпоху цифровизации обуславливают трансформацию аудитории СМИ, ее поведенческих практик. Современная цифровая среда — это «реальность текучая и скоростная» [18, 9]. В связи с этим весьма уместно замечание Д. Ротенберга: «Цифровая информация хранится вечно или пять лет, смотря что наступит раньше» [35, 2].

---

\* Исследование проведено при поддержке РФФ (грант № 19-18-00264).

СУМСКАЯ Анна Сергеевна — кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры телевидения, радиовещания и технических средств журналистики Уральского федерального университета (e-mail: Anna.sumskaia@urfu.ru).

СВЕРДЛОВ Сергей Александрович — магистр психологических наук, аспирант кафедры общей и социальной психологии Уральского федерального университета (e-mail: s.a.sverdlov@mail.ru).

© Сумская А. С., Свердлов С. А., 2019



А. Г. Качкаева констатирует наступление ситуации «цифрового разрыва», который, на наш взгляд, проявляется в предпочтении поколениями российской аудитории СМИ разных коммуникационных площадок, часто в несовпадающих медийных средах. В свое время Ю. Левада заметил: «Разрыв поколений, о котором принято говорить, — это, по существу, ценностный раскол, воплощенный в противостоянии небольшой, но значимой группы доминирующей традиции, системе, строю. Такой раскол становился возможным в определенных обстоятельствах социально-исторического развития» [11, 10]. По мнению И. Г. Шестаковой, «мы находимся на этом историческом промежутке коренного перелома в жизни людей, где возникли проблемы природы человека — возможности и необходимость адаптации к изменяющейся инфраструктуре бытия» [28, 47]. Этот разрыв имеет как позитивные, так и негативные последствия. Результаты адаптации к изменяющейся культуре коммуникации, трансформации медиапрактик в поколенческой перспективе исследованы нами на примере региональной медиаиндустрии [21, 23, 24]. Так, результаты анализа позиционирования региональных телеканалов в восприятии представителями «электронной цифровой культуры» свидетельствуют о ценностно-смысловых доминантах, которые маркируют телеканалы как «ориентированные в прошлое», что делает межпоколенческий разрыв глубже, противоречия контрастнее [20].

М. Р. Арпентьева, относясь весьма критично к изменениям в современной медиасфере, пишет: «Лоскутными, фрагментированными становятся и жизнь, и отношения, и деятельность, и понимание себя и мира. Это — инфляция идентичности, фальсификация мышления и “нехватка нехватки”. Это — отчужденность, одним из проявления которой выступает беспризорность, реальная или виртуальная, “цифровая”» [2, 151].

Тем не менее перспективы цифровых трансформаций не только для медиаотрасли, но и для жизнеустройства современного человека многообещающие. Глобальные тренды цифровизации являются объектом внимания практиков российской медиаотрасли. Так, в 2018 г. выявлено, что Россия в общемировом рейтинге по цифровизации занимает 11-е место. К трендам цифровизации в медиа, которым присвоен статус прорывных и устойчивых, относятся: стремительное развитие онлайн-игр со смартфонов; дополненная реальность как основной формат отображения медийной информации; облачные решения для хранения и потребления высококачественного контента; рост передачи видео высокого разрешения; переход видеоигр от нишевого к широкому рынку для всех возрастов; популярность социальных сетей в потреблении контента; алгоритмизация новостной ленты потребителя [16].

Безусловно, это влияет на трансформацию культуры практик повседневности человека, формирование цифровой культуры коммуникации. М. Р. Арпентьева, развивая мысль о том, что традиционная культура значительно изменилась, а культура цифровая еще не сформировалась, приходит к выводу: «Эта культура отлична от аналоговой, традиционной культуры. В аналоговой — есть центр и периферия, есть запреты и предписания, нравственные ориентиры и система опирающихся на них норм поведения и общения. В инфокоммуникационной

(цифровой) культуре признаки аналоговой культуры подвергаются трансформации. В результате встает вопрос: культура ли это, и если это культура, то как формируется и развивается человек и общество в этой культуре» [1, 4].

Л. Манович, автор книг по теории цифровой культуры, считает, что в эпоху «всепроницающей компьютеризации, информационного взаимодействия человека и цифровой среды, с помощью новых технологий становятся видимыми невидимые слои современной культуры, рождаются культурные объекты» [13, 73]. Эти объекты становятся культурным наследием цифровой эпохи, «культурный софт» меняет наши поведенческие стратегии, способы медиапрактик, восприятие действительности. Как мудро заметил А. Тарковский, «время не может исчезнуть бесследно, ибо это субъективная, духовная категория; и время, которое мы прожили, оседает в нашей душе, как опыт, помещенный во время» [37, 58].

Полагаем, коллективная коммуникативная и культурная память имеет значение для формирования и функционирования медиапрактик, преодоления коммуникационных барьеров (по А. В. Соколову) в межпоколенческом взаимодействии.

Таким образом, выявленное противоречие между потребностью адаптации человеческой общности к «изменяющейся потребности бытия» и возможности человека в освоении цифровых медиапрактик актуализирует изучение поведенческих характеристик аудитории СМИ, ее поколенческих сценариев, возникших под влиянием коллективной коммуникативной и культурной памяти, трансформации коммуникации (социально-коммуникационной деятельности) посредством медиа.

Исследование основано на применении социально-коммуникационного подхода в интерпретации А. В. Соколова, опирается на теорию коммуникативной и культурной памяти немецких историков культуры Яна и Алейды Ассман, теорию поколений Хоува — Штрауса, концепции поколений Ю. Левады, Е. И. Ивановой, школу теории поколений в России Е. Шамис, концепцию медиаполиса С. Г. Корконосенко.

Цели предпринятого теоретического исследования: обоснование и трактовка феноменов «аналогового» и «цифрового» поколений СМИ; выявление влияния коммуникативно-культурной памяти на трансформацию поколенческих медиапрактик.

В работе использованы два параметра для определения отнесенности к тому или иному поколению СМИ. Первый основывается на изучении теории поколений, обеспечивающей хронологический возрастной социокультурный срез, второй — на анализе особенностей социально-коммуникационного взаимодействия аудитории на основе цифровых технологий.

Проблема исследования поколений не является принципиально новой для научного сообщества. Цикличность поколений описывалась еще в период Средневековья в работах Ибн Хальдуна и включала четыре генерации: основатель, продолжатель (сын основателя), имитатор (внук), разрушитель (правнук). Вклад в развитие поколенческой проблематики внесли ученые XIX в. — В. Дильтей, Дж. Феррари, О. Конт, К. Маркс и Ф. Энгельс, А. П. Ростислав-Петровский; XX и XXI вв. — К. Маннгейм, Ф. Ментре, Х. Ортега-и-Гассет, Н. Хоув и В. Штраус,

Е. И. Иванова, М. Р. Мирошкина, Ю. Левада, В. Т. Лисовский, Б. Ц. Урланис, А. Юрчак.

«Поколение — складывающаяся в силу объективных социально-демографических и культурно-исторических условий общность современников, имеющих типичные социально-психологические, идейно-нравственные и этнокультурные характеристики, сходные духовные ценности, социальный опыт и образ жизни» [7, 265].

Теория поколений разработана американскими учеными Н. Хоувом и В. Штраусом, апробирована и адаптирована для многих стран мира [8]. В России наибольший вклад в разработку теории поколений внесли Ю. Левада, Е. И. Иванова, а в популяризацию представлений о поколенческих кластерах — Е. Шамис, А. Антипов, Е. Никонов.

В контексте данного исследования примем за основу понимание поколения как «группы людей, рожденных в определенный период, испытавших влияние одних и тех же событий, особенностей воспитания, окружающего мира и обладающих одинаковыми ценностями» [27, 16]. Согласно, что поколенческие ценности, соответственно и медиапривычки, формируются под влиянием событий, происходящих в окружении человека. Происходит это в возрасте до 10–12 лет, т. е. в период социализации личности. Эти ценности и обусловленные ими медиапривычки человек транслирует на протяжении всего жизненного пути.

Таким образом, в основе формирования поколенческих групп лежит не столько демографическое понимание общности, сколько историко-символическое (по В. Т. Лисовскому), поскольку группы формируются на основе общности современников, жизнь которых совпала с особым интервалом истории, сделав их свидетелями и участниками определенных событий. Под поколением аудитории СМИ понимаем группы лиц, период социализации которых совпал с ростом популяризации того или иного вида СМИ — печати, радио, телевидения или Интернета и сформировал соответствующие приоритеты в медиапотреблении и медиаповедении.

Если исходить из значимости событий, определивших различия в поколениях СМИ, то, пожалуй, одним из важнейших в контексте нашего исследования является переход от аналогового к цифровому способу производства и вещания. До 80-х гг. XX в. мировая медиаотрасль располагала только аналоговыми и печатными моделями вещания. Радио и телевидение использовали аналоговый (волновой) способ передачи сигнала, имеющий такие характеристики, как непрерывность, длительность и сила, при этом ограничивались качеством, количеством и безопасностью передачи информации. Обозначенный период известен относительно небольшим количеством отечественных электронных СМИ. Перевод СМИ на цифровой код, имеющий дискретный характер, позволил многократно увеличить количество и качество передачи информации [25]. Это дало толчок к развитию цифровой медиаиндустрии, или компьютерных, программируемых медиа (по Л. Мановичу). Цифровой сигнал, в некотором смысле, привел к тем цивилизационным изменениям, которые наблюдаем в настоящее время — множественности цифровых СМИ и медиа, медиатизации жизни современного человека, цифровизации его многих практик, в том числе и коммуникационных.

К аналоговым СМИ относятся все средства, транслируемые посредством аналогового сигнала. Первично аналоговыми мы называем СМИ, которые возникли на основе использования аналогового способа передачи информации, но впоследствии стали использовать цифровой. Первично цифровыми мы обозначаем те СМИ, которые изначально использовали цифровой способ передачи информации и Интернет как способ доступа к контенту.

Это дает основание для выделения, как минимум, двух основных аудиторных кластеров: «аналогового» и «цифрового», которые отдадут приоритет в потреблении первично аналоговым и печатным либо цифровым СМИ. Аудиторию, для которой привычнее использовать первично аналоговые СМИ, назовем «аналоговым» поколением, а аудиторию, для которой предпочтительнее цифровые медиа, — «цифровым» поколением.

В своей работе мы ориентируемся на поколенческий ряд XX в., разработанный Ю. Левадой, Е. И. Ивановой, отечественной школой теории поколений Е. Шамис. Связь поколений и наиболее значимых событий в развитии аналоговых и цифровых СМИ отражена в табл. 1.

Таблица 1

**Концепции поколений, разработанные отечественными исследователями, и развитие аналоговых и цифровых СМИ**

Поколенческий ряд Ю. Левады	Социально-демографические поколения Е. И. Ивановой	Школа теории поколений в России Е. Шамис
Основание: наиболее значимые, переломные для российской истории моменты	Основание: значимые этапы жизни современников на основе взаимосвязи понятий «социальное время» и «поколение»	Основание: влияние на группу людей, рожденных в определенный период, событий окружающего мира, воспитания, приводящее к формированию одинаковых ценностей
1. 1905–1930 — революционный перелом	1. 1917–1928 — Первая мировая война, реализация идей «советского эксперимента»	1. 1903–1923 — поколение победителей
<i>Развитие проводного (аналогового) радиовещания</i>		
2. 1930–1941 — «сталинская» мобилизационная система	2. 1929–1938 — формирование «государственного тоталитаризма»	2. 1923–1943 — молчаливое поколение
3. 1941–1953 — военный и послевоенный период	3. 1939–1953 — историческое испытание советского государства в условиях Второй мировой, Великой Отечественной войн и их последствия	3. 1944–1963 — поколение бэби-бумеров
4. 1953–1964 — «оттепель»	4. 1953–1964 — опыт первой демократизации общества, «оттепель»	

Окончание табл. 1

Поколенческий ряд Ю. Левады	Социально-демографические поколения Е. И. Ивановой	Школа теории поколений в России Е. Шамис
<i>Развитие аналогового телевидения</i>		
5. 1964–1985 — «застой»	5. 1964–1985 — развитой социализм, социально-экономическая и политическая стагнация	4. 1964–1984 — поколение X (13-е поколение)
<i>Развитие цифровых СМИ, медиа и Интернета в России</i>		
6. 1985–1999 — «перестройка» [9, 8–10]	6. 1985–1991 — опыт второй демократизации общества, социально-экономическая перестройка	5. 1985–2003 — миллениумы  6. 2004–2024 — поколение «национальной безопасности» [25].
	7. 1992–1999 — политическое переустройство и смена идеологий	
	8. 2000 — до настоящего времени: «На пути модернизации и консолидации общества» [6, 10]	

Таким образом, данные концепции, раскрывая и конкретизируя этапы общественно-политического и социально-культурного развития России, могут быть в совокупности использованы для выявления характеристик «аналогового» и «цифрового» поколений российских СМИ.

Примем во внимание утверждение разработчиков теории поколений в России, что смена поколенческих циклов связана с урбанизацией: в провинциальных городах, сельских территориях смена поколений происходит медленнее в силу устойчивости уклада жизни, влияние информационных технологий запаздывающее, не такое преобразующее. Однако в городских сообществах с населением больше 20 тыс. человек применение теории поколений одинаково успешно. Результаты социологических исследований подтверждают, что российское «цифровое» поколение преимущественно проживает в городах-миллионниках и многотысячниках, а аналоговое — в малых городах и сельской местности [4].

Итак, в основе 2-го параметра, значимого для соотнесения медиааудитории с тем или иным медиапоколением, — идея С. Г. Корконосенко о развитии медиаполиса как «своеобычного цивилизационного образования», создаваемого медийной коммуникацией и лишённого пространственной определенности, в котором «обыденная личность» активна в своем медиаповедении. «Медиажизнь» в этом медиаполисе «протекает по собственным законам и правилам...» [9, 16]. В связи с этим считаем значимой компетентностью современной аудитории СМИ «информационную дееспособность» или, иными словами, «техническую продвинутость», владение/невладение которой приводит к появлению нового типа неравенства — информационного и соответственно класса «новых бедных» — тех, кто не владеет навыками пользователя Интернета...» [21, 51].

Развивая идеи С. Г. Корконосенко, можно выделить поколения СМИ, в основе различия которых лежат не интервалы истории, а прежде всего «информационная дееспособность» и медиаповедение в цифровой среде. Тогда «аналоговое» поколение можно определить как разновозрастную аудиторию СМИ, которая предпочитает первично аналоговые СМИ и печать, не владеет на высоком уровне информационными технологиями и использует их дискретно в повседневных практиках, при этом территориальная локализация этой аудитории не имеет значения. Поведенческие сценарии «аналогового» поколения: линейность и последовательность в восприятии информации; предпочтение крупных форм (фильмов, романов, повестей, очерков и пр.), обстоятельной «длинной коммуникации». В свою очередь, «цифровое» поколение, независимо от возраста и места локализации читателей, слушателей, зрителей, пользователей, мы идентифицируем как медиааудиторию, владеющую информационными технологиями на высоком уровне, использующую, прежде всего, цифровые СМИ и медиа на основе мобильных устройств, предпочитающую короткие формы коммуникации, воспринимающую информацию нелинейно и дискретно.

Несмотря на явную значимость поколенческих паттернов и их связи с устойчивостью медиапрактик, среди современных исследователей в принципе есть противники идеи поколений, в частности, цифрового поколения [33]. Тем не менее мы считаем, что поколения аудитории формируют культурные поля в социальном пространстве (по А. В. Соколову) в результате движения смыслов в социальном времени на основе воспроизведения «недавнего или отдаленного прошлого», поскольку коммуникативно-культурная память предполагает активную роль «определенной помнящей общности» (по А. Ассман).

Культурная память включает «обосновывающие воспоминания», утверждающие законность и оправданность существующего порядка вещей [3, 36]. В концепции памяти Ян Ассман выделяет 2 полюса — коммуникативную память (недавнее прошлое) и культурную память (абсолютное прошлое) [29, 133]. Ученые доказывают, что коммуникативная память функционирует в пределах 2–3 поколений, а культурная — более длительное время [30, 17]. Мы считаем, что в эпоху цифровизации кардинальная смена поколенческих моделей медиапотребления происходит значительно быстрее. Алейда Ассман, исследователь исторического сознания Германии и объединенной Европы, фиксирует 3 полюса: память как воспоминание о современном прошлом, культура как воспоминание о давнем прошлом и личность как представитель общества, обладающего памятью. Согласно этой теории обеспечивается «конкретизация идентичности», так как культурная память способствует сохранению и воспроизведению знаний, на основании которых «группа получает осознание своего единства и особенности» [31]. Таким образом, мы полагаем, что цифровизация влияет на динамику формирования идентичности поколений. А. Rigney, исследуя вопросы формирования культурной идентичности, разрабатывает модель передачи культурной памяти через средства массовой информации и выделяет такие этапы, как отбор, объединение, повторение, воспроизведение, трансформация и тиражирование представлений в СМИ, при этом имитируются переживания и отношение поколения к событиям

и фактам ближнего и дальнего прошлого [34, 26]. В повседневной коммуникации человек одновременно оперирует навыками коммуникативной памяти на основе «исторического опыта в рамках индивидуальных биографий» и отражает смыслы, которые хранятся в культурной памяти идентичных групп. Таким образом, в каждый момент коммуникации используется, по нашему мнению, коммуникативно-культурная память, которая обладает свойствами синкретизма и обеспечивает целостность восприятия [22]. Анализ присвоения культурной памяти на основе медиатехнологий представлен в работе авторитетной нидерландской исследовательницы Дж. ван Дейк (José van Dijk). В своей работе профессор приходит к выводу, что следы индивидуальной памяти в цифровых медиа являются одновременно личными и коллективными и, таким образом, обретают статус культурного достояния, вписанного в более широкие культурные рамки, чем просто личные воспоминания [32, 263].

Обобщения данных на основе теорий поколений позволили выделить не только «аналоговое» и «цифровое» поколение, но и промежуточное, так называемое «эхо-поколение». Основные и альтернативные названия поколений и их визуализация представлены в табл. 2.

Годы рождения, особенности социализации, ценности и устойчивые сценарии поведения поколений советских/российских СМИ:

**1-я группа — «аналоговые» поколения.**

1.1. *Победители / строители, 1903–1923 гг. (Е. Шамис). Поколение «сталинской мобилизации»; люди, рожденные в 1910-е гг. (Ю. Левада)* «Условия формирования: раскрестьянивание, урбанизация, массовый террор, массовое образование, принудительное единообразие и единомыслие» [10, 7].

1.2. *Молчаливое поколение, 1923–1943 гг. (Е. Шамис). Поколение военного и послевоенного периода; люди, рожденные в 1920–1928 гг. (Ю. Левада)* Это время «чистки» (высылки целых народов), создания идейно-политических основ «холодной войны». «Жертвами истребительной “идеологической борьбы” стали уже не “классовые враги”, а “свои”, безропотно принявшие режим и воспитанные им, но заподозренные в каких-то чуждых влияниях» [Там же, 7].

1.3. *Беби-бумеры, 1944–1963 гг. (Е. Шамис). Поколение «оттепели»; люди, рожденные с 1929 по 1943 г. (Ю. Левада). Поколение первой демократизации общества, 1953–1964 гг. (Е. И. Иванова).* «Это первые годы сдержанной либерализации режима, формирование первой в советской истории поколенческой группы, свободной от массового страха и связанной с надеждами на гуманизацию социализма» [Там же, 8].

1.4. *Поколение «застоя»; люди, рожденные в 1944–1968 гг. (Ю. Левада).* «Впервые в советской истории формируются ориентации массового потребительства, “верхушечной” коррупции. Поколенческая группа “несбывшихся надежд” начала 60-х годов превращается в группу протеста. Главная установка власти — “никаких перемен”» [Там же]. «В историческом бэкграунде этого российского поколения есть жизнь в закрытом обществе, основанном на сокрытии информации, которая сегодня открылась. <...> что составляет для них нескончаемый источник

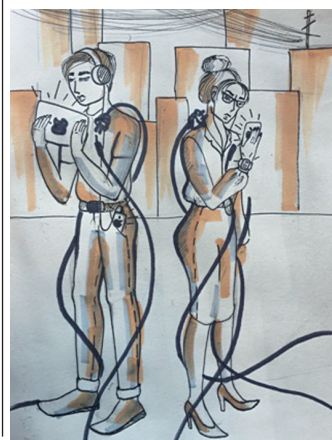
Таблица 2

## Поколения советских/российских СМИ

## Основные и альтернативные названия поколений

«аналоговое» поколение	промежуточное поколение	«цифровое» поколение
<p>Аборигены доцифровой эпохи (И. Г. Шестакова).</p> <p>«Цифровые иммигранты» (М. Р. Арпентьева).</p> <p>«Сегодня еще живет последнее поколение многомиллионной жизни наших предков, живущих вне эры Интернет, это “Живые свидетели эры До-интернета”. Больше никогда в истории не будет такого поколения» [28, 48]</p>	<p>«Дважды рожденные» (twice-born) (У. Джемс).</p> <p>Поколение X, переходное или эхо-поколение (Н. Хоув и В. Штраус).</p> <p>Поколение «электронного пограничья» (М. Кастельс).</p> <p>13-е поколение, летящие (Е. Шамис).</p> <p>Поколение эйфории, поколение условно среднего возраста (И. Г. Шестакова)</p>	<p>Поколение Y, Z (Н. Хоув и В. Штраус).</p> <p>Сетевое поколение — Net Generation (М. Шпитцер).</p> <p>Digital native (М. Пренски) [36].</p> <p>Поколение новой реальности, поколение скорости (И. Г. Шестакова).</p> <p>Цифровые аборигены, новые «медиалюди», «человек коммуникационный» (А. Г. Качаева).</p> <p>«Цифровые беспризорники» (М. Р. Арпентьева).</p> <p>«Поколение Путина» (М. Р. Мирошкина) [14, 31].</p> <p>«Домоседы», «поколение национальной безопасности», «вновь молчаливое поколение» (Е. Шамис)</p>

## Визуализация поколений\*



\* Рисунки выполнены Дарьей Реутовой, студенткой департамента искусствования и социокультурных технологий Уральского федерального университета.



дискомфорта, который отгораживает от всех остальных поколений и от социальной жизни вообще» [28, 49]. Пионерия, комсомол, рабочие бригады и прочие подобные общественные организации развили в этом поколении склонность к коллективизму, но не отняли у него индивидуальность и склонности к лидерству. Эти люди умеют создавать команды и достигать трудные цели. Они любят спорт, стараются сохранять свое здоровье и активность как можно дольше, так как потеря активности означает потерю значимости. Конкуренентоспособны во всем, чем занимаются. Поколение, которое сейчас находится у власти, занимает ключевые посты в управлении крупными компаниями и корпорациями [26].

### **2-я группа — «эхо-поколение».**

*Поколение X, 1964–1984 гг. (Е. Шамис). Поколение «перестройки»; люди, рожденные в 1969–1982 гг. (Ю. Левада). Поколение второй демократизации общества, 1985–1991 гг. (Е. И. Иванова). Поколение «странников» (Н. Хоув и В. Штраус).*

«Поколение, свободное от “советского” наследия и памяти о нем, но свободное и от переломов... борьбы за какие бы то ни было социальные цели. Они ничего не выбирали и тем более не завоевывали, им ни к чему не нужно приспособляться» [10, 14]. «Это первое за столетие поколение прагматиков. Они в основном привержены существующему рынку и ограниченному политическому разнообразию, но не потому, что предпочли их каким-то другим порядкам, а просто потому, что ничего другого не видели» [Там же]. «Поколение большое, сильное, которое прорвалось сквозь перемены 90-х и 2000-х!» [26]. «Оно обладает особой уникальностью, поскольку оказалось на переломе эпох» [Там же]. «Это поколение ощутило на себе всю драматичность жизни, поскольку по ним рикошетом ударили все потрясения новой реальности, заставившей не просто прогибаться, а коренным образом перестраиваться весь фундамент бытия человека». «Поколение, которое оказалось за чертой переломного момента... когда научно-технические достижения, трансформирующие жизнь человека и общества, возникают многократно на протяжении жизни одного поколения» [28, 48]. Выросли в условиях большой автономности, «с ключом на шее» — никто не указывал, когда, где и что делать. В отличие от родителей менее привязаны к родине и реже испытывают патриотические чувства. Ценности — свобода, профессионализм, стремление досконально вникать во все, чем занимаются, уникальность, полезные связи, значимость качества [26]. При выборе работы руководствуются возможностью проявить свои умственные и творческие способности. Вместе с тем поколение полноценно не востребовано. «Практически единственная роль, при которой они становятся адресатами диалога, — это роль родителей. Когда же речь идет о развитии городов, проектах инноваций и прочих инфраструктурных изменениях, слова и обращения направлены больше на миллениумов и беби-бумеров». «Иксы», обладая высочайшим уровнем профессионализма, не понимают, куда им идти и где себя применить с накопленным багажом знаний и умений [5].

### **3-я группа — «цифровые» поколения.**

3.1. *Миллениумы (Y), 1985–2003 гг.* Глобализация стала причиной того, что впервые за многие десятилетия поколения Y в мире и России почти не отличаются друг от друга [19]. Игреки формировались в эпоху гласности, поэтому

легко верят на слово [19]. Поколение «эпохи подъема, индивидуального прагматизма и самонадеянности характеризуются военными успехами в молодости и политическими достижениями в зрелом возрасте. Наибольшее влияние такие поколения оказывают на развитие технологий» [Там же]. «Воплощать мечты и получать задуманное для игроков в порядке вещей, и само понятие успеха наполняется совершенно новым нестандартным смыслом. Для поколения Y престижная работа и высокая должность не являются мечтой». «Я хочу знать, что от меня что-то зависит. Я хочу двигать механизм, а не просто быть шестеренкой» [Там же]. Игроки хотят получить от жизни максимум удовольствия, развивать свою личность, попробовать все: забраться на Килиманджаро, нырнуть в океан, прыгнуть с парашютом. Люди, принадлежащие к этому поколению, очень ценят свое время, им важно все успеть. Они нацелены на результат, надеются только на себя, редко просят помощи у старших. И при этом игроки рассчитывают на вознаграждение, и не в отдаленной перспективе, а здесь и сейчас, поскольку не готовы думать на дальнюю перспективу, должны знать, во что вкладывают свое время. Важнейшей чертой игроков остается оптимизм, ведь они родились и росли в относительно благополучный период, когда экономическое благосостояние многих семей было стабильным. Этот оптимизм и чрезмерная, на взгляд старших, уверенность в себе могут стать причинами конфликтов с представителями других поколений.

«Мы сами пробьемся, мы сами достигнем» — вот главный девиз поколения Y. Поколение настроено быть героями, хотя может отрицать это [19]. Его называют «потерянным поколением». В процессе взросления миллениумы часто слышали, что многое из изучаемого им не пригодится. В школах обучение было ориентировано на оценки, а не на уяснение ключевых человеческих ценностей. Это привело к тому, что в момент формирования картины мира у подростков-миллениумов не появилось четкого понимания будущего, этические стимулы остались не ясны [26]. Их адаптивность к этой среде выше, чем у предыдущих поколений, во всех отношениях (вещи, возможности, скорость перемен) [28, 48]. Они поддерживают тесные отношения с родителями. Им важно быть вместе с лидером, который заявляет собственную позицию, имеет цели и «болеет» за страну [27].

3.2. *Хоумлендеры (Z), центениалы, 2004–2024 гг. Поколение «художников» (Н. Хоув и В. Штраус).* Растут в ситуации дефицита живого общения. Для них цифровая среда является естественной. Одаренные и незаурядные. Это молодое поколение, которое родилось «с мобильным телефоном в ручонке» и никакой другой реальности не видело; играющие дома. Поколение наступающей «экономики впечатлений»: многозадачное, «смотрящее»; уайеристское, интерактивное; играющее, проектное [16, 19]. Их девиз: жить настоящим и быть счастливыми [5]. Существует теория, согласно которой поколение Z по аналогии с «молчаливым поколением» замкнется, защищаясь от внешней среды. Однако на этот раз поколение Z найдет убежище не в семье и литературе, а в виртуальной реальности. Синтез основных медиапрактик поколений, их медийных привычек представлен в табл. 3.

Таблица 3

Медиапривычки поколений советских/российских СМИ

Медиапривычки поколений		«цифровое» поколение
«аналоговое» поколение	промежуточное поколение	«цифровое» поколение
<p>Для поколения победителей, молчаливого поколения и беби-бумеров печата и радио являются значимыми источниками информации. Телевизор для них очень важен еще со времен традиций ходить в гости к тем, у кого он появлялся [17]. «Это поколение, которое не просто знает, как взглядел мир вне этих новшеств, как люди жили, работали, общались и “добывали” информацию в доцифровую эпоху, но и поколение, в большинстве своем не принявшее эти новшества. Соответственно, они не находятся в состоянии эйфории, что на их глазах все это случилось, а некоторые даже чувствуют себя (являются) жертвами» [28, 48]. Старшее поколение не может принять эту новую реальность и пытается как-то психологически противостоять ей [Там же, 49]. «Цифровые технологии вызывают у них затруднения: по отношению к ИКТ в основном пассивны, при работе в Интернете и с цифровыми устройствами действуют осторожно, стараются выработать порядок или алгоритм действий, упорядочить действия; осваиваются достаточно долго, выполняют действия медленно, напряженно, сосредоточенно; чаще всего в ходе труда или обучения с помощью цифровых устройств и технологий работают в индивидуальном режиме; навыки работы с ИКТ являются приобретенными» [2, 150].</p> <p>Эти поколения интересуются общественно-</p>	<p>Поколение X росло, когда телевизоры были в каждой семье. Для них важно то, что «сначала ТВ было черно-белым, а потом стало цветным, и оно было цветным дома» [17]. Поколение, зная эпоху медленных изменений и доцифрового бытия, всё же «вскочило в ухающей трамвай» и успело за всеми новшествами [2, 50].</p> <p>Представители поколения X являются активными пользователями цифровых технологий, но они еще не являются «цифровым» поколением [28, 50]. Они владеют технологиями сразу 2 поколений, потребляют информацию с 4 медиаплатформ (радио, телевидение, Интернет, печатные журналы).</p> <p>«Дважды рожденные» знают и понимают о возможности писать ручкой и сравнивают это с работой на компьютере, апробируя все возможности. Есть элемент наслаждения для этих людей в новой инфокommункационной реальности: компьютер, смартфон, скайп, Интернет. Они испытывают восторг, видя все эти происходящие чудеса, и никак не могут насладиться всеми</p>	<p>«Миллениалы — это первое поколение, которое родилось при Интернете» [28, 48]. Они предпочли смотреть видео на VHS-кассетах, интересовались играми на приставках. Интерес к традиционному телевидению снижен. Игреки во всем мире получают информацию через социальные сети, не через телевидение, тем более не через газеты, которые напечатаны вчера [19]. Поколение Z намеренно отказывается от просмотра телевидения, иногда даже от пользования социальными сетями и компьютером. При этом дети делают свои телеканалы на «Ютубе» [17]. Поколение Y и Z «активно применяют новые цифровые устройства и технологии;</p> <p>— освоение цифровых технологий происходит как бы играючи, без напряжения, практически сиюминутно;</p> <p>— над алгоритмами работы “цифровые аборигены” не раздумывают долгое время, они просто делают что-то, что им нужно или кажется нужным;</p> <p>— во время работы с цифровыми устройствами выполняют, как правило, не одну, а сразу множество задач;</p> <p>— работу и общение в сети считают естественным процессом...» [1, 150].</p> <p>«Цифровое» поколение предпочитает мобильное потребление коротких медиатекстов в мультимедийных форматах, контент «рассматривает», ценит качество изображения и звука больше, чем содержание. «Память мира» итреков не приемлет первично аналоговых СМИ, поскольку это не их платформа ценностного диалога (по Ю. Хабермасу). Неустойчивая общественно-политическая обстановка в мире</p>

Окончание табл. 3

Медиапривычки поколений		
«аналоговое» поколение	«цифровое» поколение	
<p>политической тематикой, обращаются чаще других к первично аналоговым СМИ, при этом ценят качество содержания информации больше, чем звука и «картинки».</p> <p>Привыкли проводить вечера за чтением газет, просмотром телепередач. Характерной поведенческой особенностью «аналогового» поколения аудитории СМИ является интерес к совместному просмотру и дискуссии по поводу увиденного, услышанного, прочитанного</p>	<p>промежуточное поколение</p> <p>открывшимися возможностями» [28, 50].</p> <p>В то же время «информационная сфера не ориентирована на их ценности, а власть с ними не умеет разговаривать» [5].</p> <p>Среди ценностей медиаповедения – нежелание быть потребителями первично аналоговых и общественно-политических печатных СМИ</p>	<p>вынула миллениумов принимать решения быстро. Стремительно развивающиеся технологии позволили действовать дистанционно, сделали их зависимыми от гаджетов. «Цифровые аборигены» привыкли информацию «сканировать» и на основе их поверхностных данных делать выводы, поэтому их часто называют «поколением заголовков». Контент поколения Z – только интерактивный, визуальный и мультимедийный, потребляемый с мобильных устройств</p>

Соотнесение анализируемых параметров, где ось абсцисс — это поколенческий ряд, а ось ординат — уровень владения информационными технологиями («информационная дееспособность»), позволяет графически отобразить принадлежность к «аналоговому», «цифровому» или «эхо-поколению» (рис. 1).

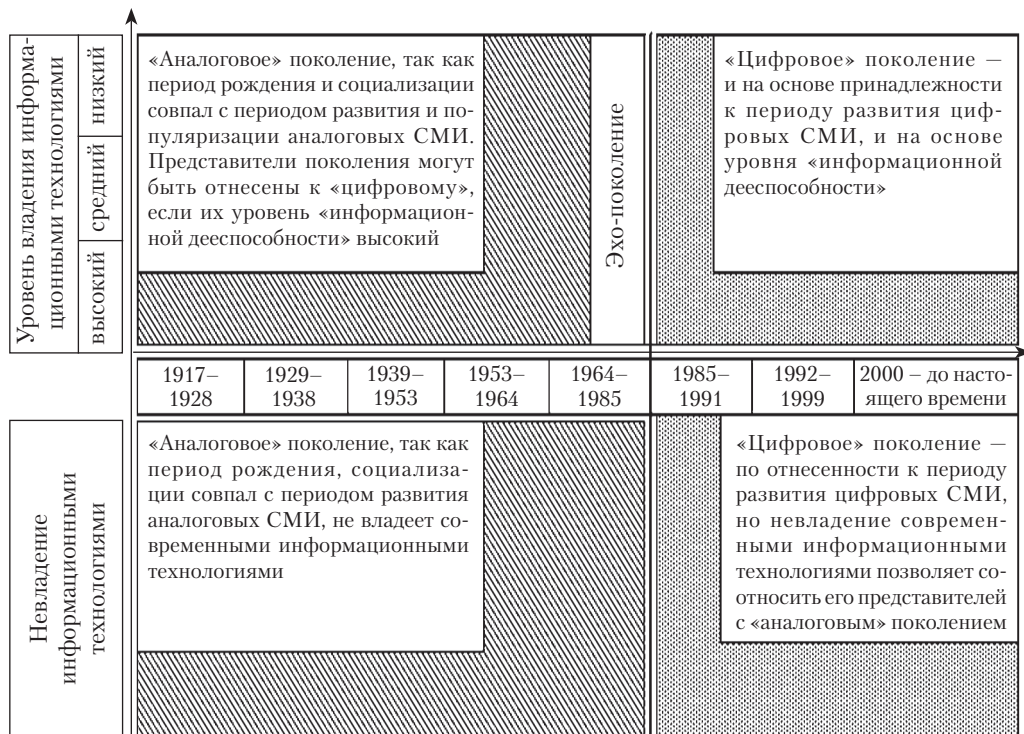


Рис. 1. «Аналоговое» и «цифровое» медиапоколения россиян

Таким образом, определяются два поколения, обладающие устойчивыми характеристиками «аналогового» и «цифрового»; две переходные генерации, отнесенность к которым устанавливается на основе уровня «информационной дееспособности», и «эхо-поколение», являющееся промежуточным между «цифровым» и «аналоговым».

Коммуникативно-культурная память влияет на информационное поведение (по Л. Мановичу) и отражается как в способе доступа к информации, ее выбора, так и обработки, реагирования аудиторией СМИ.

Одна из характеристик поколений — свобода высказываний в публичной сфере. «Аналоговое» поколение предпочитает непубличное обсуждение, «эхо-поколение» («дважды рожденные») способно к открытой дискуссии, громким дебатам, что, собственно, имеем возможность наблюдать в многочисленных шоу на отечественном радио и телевидении. В свою очередь, миллениалы и хоумлендеры готовы активно проявлять свою позицию, но в тематических сетевых сообществах.

Если исходить из понимания того, что в основе поиска и использования информации — ценности человека, то можно констатировать значимость не только аналоговых/цифровых СМИ для поколений, но информации разного содержания. Для «аналогового» и «эхо-поколения» значима общественно-политическая, коллективистски ориентированная тематика, а для индивидуалистов-миллениалов — все прагматичное и впечатляющее. Поскольку в цифровую эпоху информационно-энергетическое наполнение времени увеличивается, смена поколений происходит быстрее. По мере увеличения вовлеченности общества в цифровую среду снижается преемственность в трансляции коммуникативной и культурной памяти от «аналогового» к «цифровому» медиапоколению. Такие результаты были получены нами в ходе исследования восприятия «цифровым» поколением проектов «1917. Свободная история», «1968. DIGITAL». Результаты обобщения изменений межпоколенческой преемственности в присвоении коммуникативно-культурной памяти отражены на рис. 2.

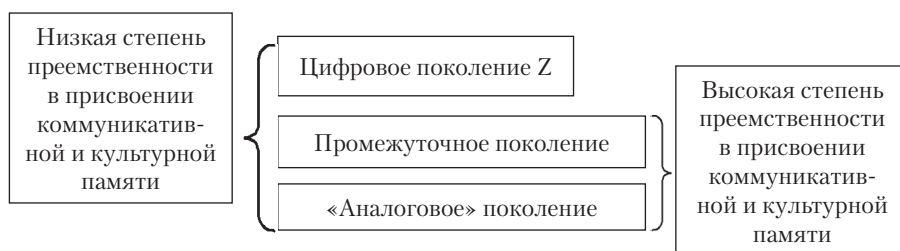


Рис. 2. Межпоколенческая преемственность в присвоении коммуникативно- культурной памяти

«Движение смыслов в социальном пространстве» и перемещение из «социального пространства в психическое пространство субъекта» [12, 83], т. е. трансляция смыслов, сконструированных в СМИ представителями «аналогового» поколения, и их восприятие «цифровым», могут являться недостаточно результативными.

Таким образом, коллективная коммуникативно-культурная память, с одной стороны, влияет на формирование, устойчивое, безопасное и эффективное функционирование медиапрактик в границах поколений, а с другой — лишь частично трансформирует коммуникационные привычки при переходе от одного поколения к другому. Возникшие противоречия между представителями разных поколений СМИ, обладающих непохожими сценариями потребления медиа, разной культурной памятью и различными ценностями, могут быть разрешены за счет использования «сетевых принципов коммуникации при построении взаимодействий в социальных сообществах XXI века» [15, 19], при этом связующая роль «эхо-поколения» остается значимой. Кроме того, «партиципаторная культура», или культура соучастия (по А. Г. Качкаевой), может быть тем «рецептом», который поможет обеспечить сознательную трансформацию медиапрактик поколений для установления преемственности трансляции смыслов культурной памяти в межпоколенческом взаимодействии.

1. Арпентьева М. Р. Люди-беспризорники: жители инфокоммуникационной культуры [Электронный ресурс] // Научное обозрение : электрон. журн. 2018. № 1. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
2. Арпентьева М. Р. Поколение цифровых аборигенов и проблемы развития образования // Практики реализации ФГОС общего образования с использованием информационных технологий : материалы межрегион. науч.-практ. конф. 20 сент. 2018 г. Липецк, 2018.
3. Васильев А. Г. Культурная память/забвение... // Культурная память в контексте формирования национальной идентичности России в XXI веке : монография / отв. ред. Н. А. Кочеляева. М., 2015. С. 29–57.
4. Восстановление уровня лояльности к рекламе в Интернете. Медиапотребление в России–2018 // Deloitte [Электронный ресурс]. URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html> (дата обращения: 15.03.2019).
5. Загруднинов А. Эксперт по теории поколений Евгения Шамис: «Завести смартфон Путину все же нужно» // Инде : [интернет-журн.]. 2018. 3 окт. URL: <https://inde.io/article/16113-ekspert-po-teorii-pokoleniy-evgeniya-shamis-zavesti-smartfon-putinu-vse-zhe-nuzhno> (дата обращения: 23.03.2019).
6. Иванова Е. И. Социально-демографические поколения современной России: воспроизводство и взаимодействие : дис. ... д-ра социол. наук. М., 2013. 500 с.
7. Исаева М. А. Поколение // Энциклопедия гуманитарных наук. 2011. № 1. С. 265–268.
8. Исаева М. А. Поколения кризиса и подъема в теории В. Штрауса и Н. Хоува // Знание. Понимание. Умение. 2011. № 3. С. 290–295.
9. Корконосенко С. Г. Медиаполис: другое измерение современного мегаполиса // Лабиринт : журн. соц.-гуманитар. исслед. 2013. № 1. С. 15–28.
10. Левада Ю. Поколения XX века: возможности исследования // Мониторинг общественного мнения. 2001. № 5. С. 7–14.
11. Левада Ю. Заметки о «проблеме поколений» // Мониторинг общественного мнения. 2002. № 2 (58). С. 9–11.
12. Манкевич И. А. Социально-коммуникационный подход в системе культурологического знания // Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века (СПб.). 2001. № 12. С. 83. (Сер. : Symposium).
13. Манович Л. Теории софт-культуры. Н. Новгород, 2017. 208 с.
14. Мирошкина М. Р. Интерпретации теории поколений в контексте российского образования // Ярослав. пед. вестн. 2017. № 6. С. 30–35.
15. Мирошкина М. Р. Цифровое поколение. Портрет в контексте образования: междисциплинарное исследование // Образование личности. 2015. № 2. С. 16–21.
16. Мониторинг глобальных трендов цифровизации [Электронный ресурс] // Ростелеком. URL: [https://ict.moscow/static/monitoring\\_rt.pdf](https://ict.moscow/static/monitoring_rt.pdf) (дата обращения: 15.03.2019).
17. «Молчаливые», «бэби-бумеры» против «XYZ»: как разные поколения смотрят телевидение? // Эхо Москвы. 2014. 20 июля. URL: <https://rugenations.su/2014/07/23/молчаливые-бэби-бумеры-против-хуз-как/> (дата обращения: 23.03.2019).
18. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М., 2017. 413 с.
19. Соколова Н. Поколение игрек [Электронный ресурс] // Профиль. 2010. URL: <http://www.profile.ru/arkhiv/item/58878-pokolenie-igrek-58878> (дата обращения: 25.03.07.2019).
20. Сумская А. С. Восприятие регионального телевидения будущими журналистами как отражение социокультурных реалий современности // Челябинский гуманитарий. 2015. № 2 (31). С. 70–81.
21. Сумская А. С. «Выбирайтесь своей колеей», или О проблемах воспроизводства региональной медиаотрасли в условиях информационной культуры современности // Вестн. Челяб. гос. акад. культуры и искусств. 2015. № 3 (43). С. 51–59.

22. *Сумская А. С., Саймонс Г.* Концепция «моральной паники» в современной медиареальности России и Запада: опыт восприятия с позиции коммуникативно-культурной памяти // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2018. № 3 (29). С. 184–196.

23. *Сумская А. С., Сумской П. Ф.* «Нам море по колено и горы по плечо», или О востребованности журналистов-печатников в современной цифровой медиаиндустрии // *Судьба печатной прессы в эпоху Интернета* : монография / под ред. М. В. Загидуллиной, С. И. Симаковой. Челябинск, 2018. С. 140–149.

24. *Сумская А. С.* Культурная самоидентификация будущих журналистов как поселенцев «электронного пограничья», или Региональные телеканалы в восприятии будущих журналистов // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2015. № 1 (15). С. 74–82.

25. *Федоров В. К.* Стандарты цифрового телевидения первого поколения. М., 2015. 312 с.

26. *Шамис Е.* Поколение икс, или Мы не «отработанный материал!» [Электронный ресурс] // *Rugenerations – российская школа теории поколений*. URL: <https://rugenations.su/2018/01/28/поколение-икс-или-мы-не-отработанный/> (дата обращения: 23.03.2019).

27. *Шамис Е., Никонов Е.* Теория поколений. Необыкновенный Икс. М., 2016. 130 с.

28. *Шестакова И. Г.* Живые свидетели эры до-Интернета // *Общество. Среда. Развитие*. 2017. № 1. С. 47–51.

29. *Assmann J.* Collective Memory and Cultural Identity // *New German Critique*. 1995. № 65. *Cultural History / Cultural Studies*. P. 125–133.

30. *Assmann J.* Communicative and Cultural Memory // *Cultural Memories. Knowledge and Space 4* / eds. P. Meusbürger et al. Springer Science+Business Media B.V. 2011. P. 15–27. DOI 10.1007/978-90-481-8945-8\_2

31. *Assmann A.* Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik. München, 2006. 320 p.

32. *Dijk J.* Mediated memories: personal cultural memory as object of cultural analysis // *Continuum : Journal of Media&Cultural Studies*. 2004. Vol. 18, № 2. P. 261–277.

33. *Jones C., Ramanau R., Cross S., Healing G.* Net generation or Digital Natives: Is there a distinct new generation entering university? [Electronic resource]. URL: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.09.022>

34. *Rigney A.* Plenitude, scarcity and the circulation of cultural memory // *Journal of European studies*. 2005. Vol. 35, № 1. P. 011–028.

35. *Rothenberg J.* Ensuring the Longevity of Digital Information. Santa Monica, 1999.

36. *Prensky M.* Digital Natives, Digital Immigrants // *On the Horizon*. MCB University Press 2001. Vol. 9. P. 1–6.

37. *Tarkovsky A.* *Sculpting in Time*. Austin, TX, 1989.

*Статья поступила в редакцию 08.04.2019 г.*



## ЗАЧЕМ НУЖНЫ ЦИТАТЫ ИЗ СОВЕТСКИХ ГАЗЕТ В АВТОБИОГРАФИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ?\*

Статья посвящена исследованию дискурсивных практик коллективной (само)идентификации уральских рабочих. Методологической базой выступает теория дискурса в русле идей М. Фуко. Рассмотрены практики, которые повторяют формулы авторитетного советского дискурса, в частности из советской прессы, и одновременно производят перформативную идентичность автора текста. Материалом для анализа послужили не исследованные ранее автобиографические тексты работников Уралмашзавода.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** идентичность; практики идентификации; перформатив; дискурс СМИ; автобиографический текст; Уралмаш.

Материалом для нашего исследования послужили не включенные ранее в научный оборот автобиографические тексты о строительстве Уралмаша, которые хранятся в Музее истории Уралмашзавода под названием «Фонд первостроителей». Этот фонд начал формироваться с открытия музея в 1967 г. В связи с этим от имени парторганизации завода работникам-коммунистам было дано «партийное задание» написать воспоминания о строительстве завода в 1928–1934 гг. Был задействован отдел кадров и личные связи, чтобы передать «партийное задание» тем, кто вышел на пенсию, а также тем, кто ранее работал на Уралмаше, а потом по разным причинам покинул завод. Тексты собирались в период с 1967 по 1984 г. К настоящему времени фонд содержит приблизительно 100 текстов в рукописном и машинописном вариантах, из них только примерно треть связана с воспоминаниями о строительстве завода в 1928–1934 гг. Авторами текстов выступают разные с точки зрения происхождения, образования, социального статуса работники Уралмашзавода. В настоящий момент исследовательской группой гранта РФФИ осуществляется перевод текстов с бумажных носителей в электронный вариант, это поможет сохранить коммуникативно-культурную память о советском периоде и значительно расширит возможности доступа к новым источникам для специалистов разных гуманитарных наук.

Все эти тексты были написаны в позднее советское время, соответственно они принадлежат одному и тому же социальному полю и дискурсивному опыту советского человека. Документы — наглядный пример практических действий заводчан по дискурсивному оформлению собственной идентичности в локальном масштабе и в контексте советской истории. Мы предлагаем рассмотреть эти тексты как

---

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 19-012-00553А «Первостроители как перформативный проект: конструирование дискурсивной идентичности уральских рабочих в текстах 1930-х и 1970-х».

единый объект исследования — дискурс «Фонд первостроителей», выделяемый на основании общей тематики и исторически сходной ситуации написания текстов. Методологической базой исследования является теория дискурса М. Фуко [12], развитие которой продолжается в работах О. С. Иссерс (4), Н. Н. Козловой [5], И. Сандомирской [10], О. А. Ткач [11], Э. В. Чепкиной [13], В. Е. Чернявской [14]. Методологическая база определила предмет исследования — дискурсивные практики, понимаемые как «набор правил передачи и развертывания смыслов; при накоплении важных для дискурса смыслов у них могут быть повторяющиеся лингвистические маркеры» [7, 14; см. также: 1, 4]. В выделенном дискурсе «Фонд первостроителей» мы обращаемся к выявлению дискурсивных практик (самоидентификации авторов текстов.

Подчеркнем, что наше исследование выполнено в русле отказа от фактологического или биографического прочтения этих документов: мы не выявляем достоверность сведений и не обращаемся к другим документам для установления жизненной траектории авторов. Суть нашего подхода состоит в том, что изучению подвергается самостоятельный дискурсивный феномен. В дискурсе фонда мы выявляем дискурсивные практики — те общие правила рассказывания о себе и о строительстве Уралмаша, которые структурируют и дозируют личную коммуникативно-культурную память об этом событии. Таким образом, биографический подход к воспоминаниям был заменен на анализ дискурсивных практик по конструированию объектов (событий и персонажей) и субъектных позиций дискурса. В этой статье мы покажем ведущие практики конструирования субъектной позиции дискурса Фонда первостроителей.

Субъектная позиция понимается нами как нормативная позиция говорящего, с точки зрения которой ведется повествование и даются оценки событиям и персонажам [7]. От субъектной позиции напрямую зависят практики (само)идентификации, сознательно или помимовольно выбираемые говорящим. Однако в текстах единая субъектная позиция редко выдерживается, автор, не имеющий опыта литературного труда, следуя за своими воспоминаниями, меняет ракурс описания событий, и, соответственно, смещается субъектная позиция. В этой статье мы сосредоточимся только на субъектной позиции, воспроизводимой из авторитетного советского дискурса. Анализируемые тексты воспоминаний заводчан оказываются в высокой степени зависимы от практик официального советского дискурса, которые широко распространялись благодаря СМИ и официально одобряемым произведениям литературы и кино и легко усваивались в публичной и частной жизни. Этому способствовало то, что единая идеология и партийная монополия на информацию создали ситуацию, когда распространялся один способ рассказывания прошлого и в СМИ, и в искусстве, и в школе. Соответственно, даже при опоре на личный опыт (который мог и не совпадать с официальной версией происходящего) воспроизводились знакомые практики описания события.

Открытое целеполагание — написать о «героическом строительстве завода заводов» — задает определенную рамку, отличающую автобиографические тексты Фонда первостроителей от автобиографических текстов, которые пишутся для

себя или для семейного чтения. Эти тексты изначально писались «для музея». Такая цель обусловила доминирующий язык самоописания создателей текстов.

В качестве лингвистических маркеров практик самоидентификации употребляются номинации по принадлежности к заводу в целом: это распространенные (само)идентификаторы: *уралмашевцы*, а также номинации, свидетельствующие о трудовых успехах: *ударники*. Нечасто, но встречается и самоназвание *первостроители*, вошедшее в название фонда. Также вполне ожидаемо воспроизводится характерная для советского времени метафорическая модель завода как дома и семьи: выражение *родной завод, первенец, отец* (о начальнике строительства).

Дискурсивные практики самоидентификации условно можно разграничить на практики, реализующие смыслы самоидентификации «я, как и все», и на практики, реализующие смыслы самости «я, в отличие от всех других» [3, 8, 9].

Задача написать о героическом строительстве ограничивает диапазон дискурсивных практик самоидентификации, отсутствуют практики самоидентификации в качестве жертвы, хотя в постсоветский период такие практики достаточно активно воспроизводятся в воспоминаниях [2]. Из ведущих практик конструирования субъектной позиции выделяются несколько дискурсивных практик.

Практики самоидентификации по принципу самоидентификации (*я как все*) — это, в первую очередь, практики включения себя в трудовой коллектив по профессиональному признаку. В этом случае в текстах присутствуют местоимения «мы», «наш», названия профессий, специальная лексика и фрагменты, посвященные описанию профессиональной деятельности. Вот, например, как описывается работа конструкторов:

*Конструкторский отдел занимался эскизировкой деталей всего парка оборудования, прежде чем эксплуатировать оборудование в момент его монтажа мы эскизировали детали, комплект составлялся инженером по оборудованию согласно его дефектной ведомости, кроме эскизов составлялась спецификация ш/подшипников, приводных цепей и ремней, а также комплектующих изделий / пусковая аппаратура<sup>1</sup> (Смертина-Бергман. Кадры решают все // Архив Музея истории Уралмашзавода. Фонд первостроителей Уралмаша. Ш24. П. 2. Папка № 14. Смертина-Бергман Н. В. Л. 3<sup>2</sup>).*

Практики, указывающие на принадлежность к коммунистической партии, воспроизводятся и со смыслами самоидентификации, и со смыслами самости. Так, в сведения о себе, сопровождающие каждый текст-воспоминание, обычно включен самоидентификатор «член партии». Нередко в текстах указывается год вступления в партийные ряды: *В 1919 году на дивизионном собрании я был принят в члены партии (Сомов. Воспоминания о I Мировой войне, работе на УЗТМ, участии в ВОВ // Ш24. П. 2. Папка № 15. Сомов С. Н. Л. 9).*

Партийная, в том числе комсомольская, принадлежность становится важным идентификатором соратников, превосходящим по значимости профессиональную принадлежность:

<sup>1</sup> Орфография и пунктуация цитируемых текстов сохранена.

<sup>2</sup> Далее при цитировании автобиографических текстов названия архива и фонда не указываются.

*Чертеж поступил в цех. Он попадает в руки комсомольцу и дальше идет по комсомольским рукам — в плановое бюро, в эскизное отделение, к модельщикам, к фрезеровщикам. Даже на складе и там он попадает в руки комсомольцам. Это единственный комсомольский конвейер (Жуков. Первенец (записки комсомольца-строителя об истории строительства завода) // Ш24. П. 2. П. 20. Жуков С. Л. 44).*

Во фрагментах об организации работы отдельных направлений строительства, в которых сам автор не принимал участия, партийная и профессиональная принадлежность работников завода объединяется до неразличения: попеременно употребляются то *сварщики-комсомольцы*, то *комсомольцы-сварщики*.

Практики описания труда товарищей, которые не являются партийными, все равно содержат смыслы о присутствии партии, пусть и символическом:

*В строительстве водоснабжения на пром-площадке завода хочется отметить роль тов. Павлова А. Т., Балакина М. П. и Ступникова М. З. — именно они под неослабленным контролем, — тогда молодой партийной организации, вложили, так много инженерного труда, чтобы успешно проложить все подземные трассы к строящемуся цехам завода и жилым домам поселка... среди беспартийных хочется отметить... (Серяпин. Строительство и развитие водоснабжения на УЗТМ // Ш24. П. 2. Папка № 14. Серяпин А. А. Л. 13–14).*

Названные выше практики субъектной позиции дискурса фонда имеют лингвистические маркеры — отдельные слова или словосочетания, передающие смысл профессиональной или партийной принадлежности. Обратимся к практикам самоидентификации, которые не имеют таких заметных лингвистических маркеров, но формируют коллективную идентичность.

Так, в анализируемых автобиографических текстах обращает на себя внимание цитирование советских газет или — реже — высказываний из выступлений проверенных временем персон: *Ленин, Горький, Орджоникидзе*.

В такого рода цитатах не содержится значимой фактической информации, в основном это идеологические высказывания с позитивной оценкой Уралмашзавода. Так, например, в следующем фрагменте цитируется Горький:

*Работая пропагандистом и руководителем кружка по истории партии в автобазе № 3 Уралмаша я на занятиях приводил, зачитывал телеграммы присланные в честь пуска завода. Вот они. «Вот пролетариат-диктатор создал еще одну мощную крепость, возвел еще одно сооружение, которое явится отцом многих заводов» М. Горький. 15.07.1933 г. ...Эти телеграммы они мобилизовывали уралмашевцев на новые подвиги и свершения. Жили хотя и бедно, но трудились плодотворно наши современники (Чернов. Секретарь райкома выступает на судебном процессе 1934 г. // Ш24. П. 2. Папка № 16. Чернов А. Н. Л. 4).*

Эта телеграмма Горького цитировалась многократно на заводских собраниях, и автор воспоминаний подтверждает, что не раз зачитывал ее на своих занятиях, на заводе о ней знали все, тем не менее она включена в текст.

Приведем еще один фрагмент из другого текста, в котором ленинская цитата неточная, но автор использует ее, чтобы перейти к рассказу о строительстве Уралмаша:

*По определению В. И. Ленина народ сбросивший оковы капитализма способен творить чудеса в истории своей жизни — так оно и вышло на этот раз (Серяпин. Строительство и развитие водоснабжения на УЗТМ // Ш24. П. 2. Папка № 14. Серяпин А. А. Л. 9).*

С одной стороны, цитата в таких случаях демонстрирует уровень фактических знаний автора и является его сознательной самоидентификацией. С другой стороны, по прошествии времени эти цитаты демонстрируют прежде всего идеологическую компетенцию авторов и становятся маркером практик (само)идентификации автора по принадлежности к конкретному историческому периоду.

В следующем фрагменте содержится пересказ письма рабочего о своих обязательствах в заводскую газету, и рассказчик приводит точные данные о публикации:

*В экстренном выпуске за 29 января 1933 г. заводская многотеражка «За уральский блюминг» поместила письмо С. М. Самойлова с призывом на деле ударным трудом претворить в жизнь указания январского Пленума ЦК КПСС, которые говорят о том, что пафос овладения техникой новых агрегатов и цехов должен быть основным содержанием второй пятилетки (Архипов А. В. Были Уралмаша // Ш24. П. 1. Папка № 1. Архипов А. В. Л. 2).*

При этом автор не замечает собственной неточности: высший партийный орган в 1933 г. назывался ЦК ВКП(б) и был переименован в ЦК КПСС только в 1952 г. Идеологическая формула *ударным трудом претворить в жизнь решение... съезда КПСС* получила распространение уже в послевоенный период, и в момент написания текста эта формула всем была хорошо знакома. Однако важно здесь не то, что присутствует фактическая ошибка или что пересказ не полностью достоверен, а то, что автор считает важным поместить эту информацию в автобиографический текст.

О важности информации из газет для субъектной позиции нашего дискурса говорит и то, что иногда в текстах наивно ставится год и оставляется свободное место, чтобы вписать название газеты:

*Смена наша токарей была комсомольская, правда мастер был б/п [беспартийный. — Л. Е.] бригада наша носила звание им. Сталина (газета за 1932 г [оставлено свободное место. — Л. Е.]) (Аникеева. Работа на телефонной станции // ВО 48. Аникеева М. С. Л. 4).*

Что же заставляет авторов текстов придерживаться правила воспроизводить всем известную информацию в личных воспоминаниях?

Алексей Юрчак в своей книге «Последнее советское поколение, или Это было навсегда, пока не кончилось» говорит о том, что одним из центральных принципов советской системы позднесоветского периода стал принцип вневходимости [15, 564]. Для советского субъекта принцип вневходимости означает одновременное нахождение внутри авторитетного дискурса и за его пределами, «что отличается и от поддержки этого дискурса, и от оппозиции к нему» [Там же]. А. Юрчак, отталкиваясь от мысли Дж. Остина, что в любом высказывании присутствует две составляющих — констатирующая и перформативная, утверждает,

что в позднесоветский период употребление формул советского дискурса и необходимое цитирование лидеров КПСС выполняло ритуальную перформативную функцию: «Воспроизводство стандартных форм авторитетного языка не обязательно должно восприниматься аудиторией как описание реальности (истинное, ложное, непонятное и т. д.), а может восприниматься, напротив, как перформативный ритуал, который напрямую способствует существованию за его пределами вполне нормальной, сложной, многоплановой реальности, не имеющей прямого отношения к самому идеологическому описанию» [15, 164].

Наш материал демонстрирует, что цитирование советских газет и авторитетных персон тоже выполняет ритуальную функцию, но не замещая собой личный опыт пережитого, а сосуществуя с практиками самости. Также воспроизводство газетных цитат показывает, что автор не только владеет идеологической компетенцией, не только выполняет ритуальную идеологическую функцию, но и одновременно конструирует собственную советскую идентичность с помощью присвоения практик авторитетного дискурса.

Цитирование советской прессы придает автобиографическому тексту статус достоверного и идеологически нормативного с позиции работника-рассказчика и одновременно производит перформативный эффект коллективной идентификации автора — его принадлежности советскому образу жизни в 60–80-е гг.

В завершение еще раз скажем о перформативе. В лингвистике понятие перформатива традиционно используется для указания на особый вид речевого акта, который приравнивается к социальному действию [6]. Мы применяем понятие перформатива в более широком контексте. Такие свойства перформатива, как повторяемость и согласованность с общественной нормой, позволяют рассматривать не только отдельные высказывания, но и тексты целиком в качестве социального действия по установлению собственной идентичности. С этой точки зрения анализируемые тексты представляют собой одну из техник субъективации в аспекте процесса «нормализации» работниками своего трудового прошлого на заводе «Уралмаш».

---

1. *Автохутдинова О. Ф.* «Другой» как персонаж в СМИ: дискурсивные практики конструирования : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2015.

2. *Грамотчикова Н. Б., Енина Л. В.* Книга о любви и верности: реконструкция образа отца-коммуниста в воспоминаниях дочери // *Quaestio Rossica*. 2015. № 4. С. 109–129.

3. *Ильина О. В.* Практики конструирования образа персонажа в прессе: между тождественностью и самостью // *Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры*. 2012. Т. 101, № 2. С. 60–64.

4. *Козлова Н. Н.* Советские люди. Сцены из истории. М., 2005.

5. *Остин Дж. Л.* Слово как действие // *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 17: Теория речевых актов / общ. ред. Б. Ю. Городецкого. М., 1986. С. 22–129.

6. Проблемы конструирования идентичности россиян в дискурсе СМИ под влиянием концепта «информационная война» / под ред. Э. В. Чепкиной. Москва ; Екатеринбург, 2017.

7. *Рикер П.* Время и рассказ. Т. 1 : Интрига и исторический рассказ. М. ; СПб., 1998.

8. *Рикер П.* Я-сам как другой. М., 2008.

9. *Сандомирская И.* Книга о родине. Опыт анализа дискурсивных практик. Wien, 2001.

10. *Ткач О. А.* Рабочая династия: идеологический проект советского государства // *Право на имя: биографии XX века. Биографический метод в социальных и исторических науках: Чтения памяти Вениамина Иофе : сб. докл. / под ред. В. Воронкова и др.* СПб., 2004. С. 136–149.

11. *Фуко М.* Порядок дискурса // *Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности.* М., 1996. С. 47–97.

12. *Чепкина Э. В.* Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000). Екатеринбург, 2000.

13. *Чернявская В. Е., Молодыхенко Е. Н.* История в дискурсе политики: лингвистический образ «своих» и «чужих». М., 2014.

14. *Юрчак А.* Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение. М., 2014.

*Статья поступила в редакцию 23.05.2019 г.*

# ЖУРНАЛИСТИКА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

УДК 070.431 + 004.77 + 654.197

Л. Н. Федотова

## МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ В РОССИИ: РЕЗЕРВЫ ЛИДЕРСТВА

Рассматривается соотношение телевидения и Интернета в процессе потребления этих источников информации аудиторией. Телевидение остается главным источником новостей, но рекламодатели сделали ставку на Интернет. В связи с этим ожидаемы подвижки, обусловленные цифровизацией телевидения по всей стране. Обсуждаются точки напряжения в социальных сетях: влияние на психику; вход в соцсети во время работы и др.

**Ключевые слова:** потребление разных источников новостной информации; социологические измерения контактов потребителей с Интернетом и телевидением; доля интернет-рекламы в сравнении с телевизионной; цифровизация телевидения; социальные сети и их точки напряжения.

### Спрос на источники информации — лидеры гонки

Факт бессмысленен,  
если в него не внести смысла.

*Борис Пастернак*

Еще 10 лет назад специалисты, описывающие ситуацию с медиапотреблением в России, в качестве вектора дальнейших изменений в этой области выделяли два обстоятельства: своеобразное соревнование между телевидением и Интернетом за роль главного источника информации для населения и, в перспективе, победу в этом процессе именно Интернета.

---

ФЕДОТОВА Лариса Николаевна — доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры рекламы и связей с общественностью факультета журналистики Московского государственного университета, профессор кафедры теории и истории журналистики филологического факультета Российского университета дружбы народов (e-mail: Fedotova117437@mail.ru).

© Федотова Л. Н., 2019



Если мы посмотрим на картину медиапотребления исходя из оценок самого населения, то увидим, что основания для такого прогноза были (см. таблицу, в которой приводятся данные опросы Левада-Центра<sup>1</sup>).

### Ответы на вопрос «Откуда вы чаще всего узнаете о новостях в стране и в мире?»\*

Источник	Август 2009	Июнь 2013	Март 2014	Ноябрь 2015	Июль 2016	Март 2018	Август 2018
Телевидение	94	88	90	85	86	85	<b>73</b>
Интернет-издания (газеты, журналы, информационные порталы)	9	21	24	21	33	27	<b>37</b>
Друзья, родные, соседи	26	24	25	24	27	27	<b>18</b>
Социальные сети Интернет	6	14	15	13	23	21	<b>28</b>
Радио	41	16	18	13	22	15	<b>15</b>
Газеты	37	20	19	13	19	13	<b>13</b>
Журналы	8	4	5	2	4	2	<b>3</b>

\* Респондентам предлагалась карточка, и они могли выбрать более одного ответа; ранжировано по убыванию по августу 2018 г.

Как мы видим, за последние 9 лет неуклонно — и достаточно стабильно — уменьшается число тех, кто считает главным для себя источником информации *о новостях в стране и в мире* именно телевидение, и значительно увеличивается число тех, кто пользуется Интернетом, а внутри него — социальными сетями. Причем резкий скачок происходит к 2013 г.: интернет-издания в качестве источника информации в 2009 г. называют 9 % пользователей, а в 2013 г. — уже 21 %; к социальным сетям в 2009 г. обращается 6 %, а в 2013 г. уже 14 %. И далее эти цифры по годам плавно увеличиваются.

Социологи снабжают свои данные дополнительным комментарием: социальные сети и Интернет продолжают укреплять свое положение среди информационных каналов, к которым обращается население с целью получения новостей; телевидение остается главным информационным источником для россиян, за исключением самых молодых респондентов (в возрасте от 18 до 24 лет), у которых обращение к телевидению и Интернету находится практически на одном уровне (54 % против 49 % в августе 2018 г.). В старших возрастных когортах поляризация между ТВ и Интернетом выражена сильнее; чем образованнее

<sup>1</sup> Последний опрос на эту тему был проведен 23–30 августа 2018 г. по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского населения среди 1600 человек в возрасте от 18 лет и старше в 136 населенных пунктах, 52 субъектах РФ. Исследование проводилось на дому у респондента методом личного интервью. Распределение ответов приводится в процентах от общего числа опрошенных вместе с данными предыдущих опросов. URL: [https://www.levada.ru/2018/09/13/kanaly-informatsii/?utm\\_source=mailpress&utm\\_medium=email\\_link&utm\\_content=twentyten\\_singlecat\\_21860&utm\\_campaign=2018-09-13t07:00:39+00:00](https://www.levada.ru/2018/09/13/kanaly-informatsii/?utm_source=mailpress&utm_medium=email_link&utm_content=twentyten_singlecat_21860&utm_campaign=2018-09-13t07:00:39+00:00) (дата обращения: 13.09.2018).

и урбанизированнее респондент, тем чаще он обращается к Интернету и социальным сетям для получения новостей. Новости из Сети получает каждый второй респондент с высшим образованием и каждый второй житель Москвы и только каждый четвертый опрошенный со средним образованием и каждый четвертый житель сельской местности.

Но все же на данный момент (на начало 2019 г.) **в два раза больше** опрошенных считают главным для себя источником информации *о новостях в стране и в мире* именно телевидение, а не Интернет; а социальные сети телевидение опережает почти в три раза.

Само же потребление контента телевидения и Интернета в целом различается не так радикально. По данным опроса Левада-Центра, проведенного 1–5 декабря 2017 г. по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского населения среди 1600 человек в возрасте 18 лет и старше в 137 населенных пунктах 48 регионов страны, в целом 74 % совершеннолетних россиян пользуются Интернетом [6, 34–41]. Это средний показатель, складывающийся из ответов тех, кто сказал, что они «ежедневно» выходят в Интернет, тех, кто сказал, что они «практически ежедневно» это делают, и тех, кто делает это, по их словам, «реже одного раза в неделю». Конечно, в целом их реально больше (обратим внимание, что выборка не включает тех, кто моложе 18 лет). В целом сегодня число выходящих в Интернет в развитых странах стремится к общему количеству населения, а в развивающихся сдерживающим фактором выступают финансовые возможности населения и технические возможности приема сигнала при мобильной телефонии.

Но имеет смысл уточнить *структуру потребления* контента Интернета: есть люди, которые только *играют там*; только делают покупки; только выходят в почту: используют Интернет на работе и для работы и т. д.

Понятно, что здесь кроются резервы для уменьшения числа пользователей Интернета, если нас интересуют другие его функции.

Вышеизложенная логика справедлива, конечно, и по отношению к телевидению. Многолетние замеры телеаудитории в разных странах показывают, что в число самых рейтинговых передач входят развлекательные передачи с участием аудитории, кинофильмы и телесериалы, а также информационные передачи, иногда в некоторых опросах эта тройка меняет свою конфигурацию.

## Рекламодатели сделали ставку на Интернет

Дележ шкуры неубитого медведя на современном языке называется «бизнес-планирование».

*Шутка*

Предполагалось, что в скором времени в гонке телевидения и Интернета Интернет опередит телевидение как реальный источник информации для большей части населения (подчеркнем, что речь идет именно о новостях, а это как минимум требует ежедневного потребления телевизионного контента), поэтому

рекламодатели сделали ставку на Интернет, возможный тренд оказался для них руководством к действию<sup>2</sup>.

За эти годы доля интернет-рекламы неуклонно увеличивалась. В конце 2018 г., когда еще не были сделаны итоговые подсчеты за год, уже раздавались голоса, что интернет-реклама по своим объемам перегнала телевизионную. Газета «Ведомости» опубликовала красочный график с оценкой затрат на интернет-рекламу в России (в млрд руб.), но шкала была выбрана очень грубо — разметка по 50 млрд, поэтому абсолютные цифры можно считать приблизительными: 2014 г. — 75 млрд руб.; 2015 г. — 95 млрд; 2016 г. — 130 млрд; 2017 г. — 170 млрд; 2018 г. (только за январь — сентябрь) — 140 млрд [3]. В начале 2019 г. специалисты уже с уверенностью говорили, что интернет-реклама перегоняет телевизионную по доле в «рекламном пироге». Но все более очевидными становятся проблемы с измерениями сложного процесса конвергенции площадок для контента, возникают сложности с ответом на вопрос: когда люди слушают радиоконтент (телеконтент, прессу) через Интернет и параллельно становятся объектами воздействия рекламы, это радиореклама, телевизионная, газетная реклама или однозначно интернетовская?

Параллельно специалисты индустрии стали более скептически относиться к эффективности интернет-рекламы. Концентрированное выражение этих опасений находим у гендиректора ЗАО «Национальная Медиа Группа» О. Паскиной: «Телереклама недооценена, а интернет-реклама переоценена из-за хайпа и разговоров про эффективность для рекламодателя». Интересна система аргументации автора этой цитаты. Она вполне эмпирическая: самый быстрорастущий рекламодатель на ТВ — интернет-компания. За последний год произошло удвоение их рекламных бюджетов именно на телевидении. Это «Авито», «Тинькофф-банк» и другие цифровые бренды: они созданы на телевизионной рекламе. Вывод О. Паскиной: с точки зрения охвата, цены, качества рекламного контакта телевидение остается наиболее эффективным медиа<sup>3</sup>.

Но мы бы усилили этот вывод объективными данными о грядущей революции в медиaprостранстве страны. Нам кажется, что эти данные «работают» в пользу телевидения. Речь идет о грядущей полной цифровизации телевидения в масштабе всей страны.

Вспомним, что еще в 2006 г. правительством была представлена концепция федеральной целевой программы «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации до 2015 г.» [5].

Тогда около 63,3 % населения имели возможность принимать не более четырех телевизионных программ, а 2 млн человек были вообще лишены возможности приема. Проблема телерадиовещания в России приобретала социальную значимость. (Нельзя забывать, что с точки зрения власти снабжение всего пространства страны единым информационным сигналом — это стратегический ресурс.) Переход на цифровое телерадиовещание позволил бы обеспечить всем гражданам

<sup>2</sup> Можно вспомнить анекдот: акула способна учуять кровь на расстоянии 50 км, среди людей подобной способностью обладают только журналисты. И рекламодатели, добавим мы.

<sup>3</sup> Интервью с О. Паскиной занимает целую полосу. См.: Коммерсантъ. 2019. 27 февр. С. 10.

конституционное право на получение информации, упразднил информационное неравенство между городским и сельским населением. Телевидение стало бы более доступным, разнообразным. Не последнюю роль играло улучшение качества телевизионной картинки.

Поначалу ставились задачи обеспечить жителей России независимо от места проживания возможностью принимать не менее 10 каналов (плюс новые услуги: видео по запросу, доступ в Интернет, справочная информация о работе учреждений, расписание транспорта, телешопинг, телемедицина и др.).

Технологическое обоснование состояло в том, что из-за неравномерного распределения аналоговых передатчиков по территории страны тысячи населенных пунктов не могли принимать эфирный сигнал, а это значит, что люди фактически жили без телевидения, во всяком случае, бесплатного. В крупных городах число доступных каналов варьировалось от 10 до 20, но частотный ресурс там был практически исчерпан, поэтому говорить о дальнейшем развитии отрасли в этом направлении уже было нельзя.

Нужно было учитывать и то, что переход на цифровое телевидение вошел в мировую повестку дня.

К концу 2011 г. цифровые телевизионные передачи начали принимать уже около 40 млн жителей России (цифровое вещание стало доступно на Дальнем Востоке, в Челябинске, Мордовии, Ханты-Мансийском автономном округе, в Московской, Курской, Свердловской, Курганской, Калининградской областях и в Татарстане). Первый опыт показал, что население не очень активно приобретало цифровые приставки — условие переключения аналогового телевидения на цифровое. Опыт продаж приставок показал, что население покупало их только в том случае, если предлагаемый пакет состоял хотя бы из 16 программ. А гарантированный пакет из восьми федеральных каналов был потребителю не настолько интересен, чтобы покупать ради него дорогостоящую приставку.

Было ясно, что если программа не будет реализована, то отключение аналогового вещания вызовет серьезные проблемы. На момент начала реализации программы около 2 % населения не имели доступа к телевидению, и через десятилетие — когда аналоговый сигнал будет отключен — без него могла остаться большая часть сельского населения. Хотя оптимисты приводили такой довод: при наличии цифровых приставок на селе операторы спутникового телевидения могут предоставлять пакет из 16–20 бесплатных каналов, и кое-где это уже работает. В ноябре 2018 г. в газете «Ведомости» были опубликованы данные, что морально устаревшие телевизоры составляют 30 % их общего числа в стране [1].

Предрекалось, что планы окончательного прекращения аналогового телевидения с начала 2019 г. могут оказаться невыполненными, хотя на их реализацию в 2009–2017 гг. было выделено 174 млрд руб.

Но все же процесс пошел.

К 2019 г. Тверская область первой в России полностью перешла на цифровое эфирное телерадиовещание. Жителям стали доступны, причем бесплатно и в высоком качестве, 20 телеканалов. При этом регион взял на себя компенсацию расходов малообеспеченных граждан на покупку оборудования, возмещалось

до 1000 руб. Запуск второго мультиплекса позволил с 3 декабря 2018 г. отключить в области аналоговый телесигнал. Остальные субъекты РФ начали переходить на цифру с 11 февраля 2019 г. Но это процесс не быстрый.

Подытоживая, можно предположить, что новая ситуация будет означать для рекламодателей возможность увеличить на этом новом пространстве свое присутствие. Хотя сделаем оговорку — увеличение числа потребителей на селе и в малых городах с не самым обеспеченным населением делает для рекламодателей этот процесс не самым рентабельным. Может быть, общий пакет рекламы здесь будет включать больше социальной, политической рекламы, текстов в рамках связей с общественностью. Ясно, что для индустрии было бы не по-хозяйски не использовать новый полигон. Это обещает новые трансформации на рынке, за которыми будет интересно наблюдать.

Еще одна проблема: из сферы точных ответов на вопрос о соотношении медийных средств в общих затратах на рекламу практически выпадает локальная реклама. Пока она носит расчетный характер, и другой не может быть, так как сегодняшние измерения базируются на ситуации в двадцати-двадцати девяти городах страны (вот уж поистине нет России за пределами Садового кольца) при существующих 1100 городах. Между тем остальные города — это зона наименее платежеспособного населения, преимущественно сфера малого и среднего бизнеса. И если этот бизнес и использует какую-то рекламу помимо рекламы социальных сетей, рекламы на месте продаж и наружной рекламы, то это реклама в местной прессе или на местном радио и телевидении, которые однозначно входят в информационный рацион населения. Малый и средний бизнес практически не заинтересован в том, чтобы быть представленным в статистике по стране (оплата участия в общероссийских мониторингах очень дорогая вещь!). Крупный бизнес, в том числе общенациональные сети розничной торговли, также мало заинтересован в расширении выборки городов: слишком дорого — что называется, овчинка выделки не стоит... Поэтому, повторяем, «взнос» локального телевидения в общий объем телевизионной рекламы мизерный. Но будем иметь в виду, что доля малого и среднего бизнеса в ВВП развитых стран весьма весома. Может, это и наш путь?

### Социальные сети: что с трендом?

Одна девушка забыла выложить в соц-сетях фото о своем отпуске — и все!  
Считай, вообще не ездила.

*Анекдот*

Мы уже говорили, что среди специалистов, анализирующих медиапотребление в стране (и в мире), социальные сети считаются мощным источником информации для населения (см. таблицу).

Опрос Левада-Центра (декабрь 2017 г.) дает такие цифры по стране: посещение социальных сетей «ежедневно/практически ежедневно» — 37 % респондентов;

«несколько раз в неделю» — 15 %; «примерно 1 раз в неделю / 2–3 раза в месяц» — 7 %. Социологи, изучающие выход населения в соцсети, отмечали, что главная цель обращения к ним — по сути, межличностное общение с помощью новых техсредств, контакты с друзьями, ежедневное общение в группах по интересам. Но приводилась и информация, что большая часть контактов в соцсетях отнюдь не *межличностная*, а однонаправленная — когда люди только потребляют информацию блогеров, для которых те становятся *коммуникаторами* на постоянной основе<sup>4</sup>.

Общество устами своих экспертов все больше начинает высказывать опасения в связи с тем, что назревают проблемы, которых, как говорится, не ждали. Можно даже говорить о том, что увеличивается накал социального напряжения, связанного с социальными сетями (как представляется, возникает микроклимат, аналогичный тому, который существовал — и отчасти существует до сих пор — в связи с курением в обществе, потреблением алкоголя и наркотиков).

Уже написаны горы статей о том, что те, кто находится в соцсетях много, — практически оттуда и не выходят (и это лишь отчасти шутка). Так, бразильцы проводят там до 5 часов в день, китайцы — 3 часа. Цифры по России несколько скромнее: каждый третий интернет-пользователь пользуется интернет-сетями и мессенджерами от получаса до часа в день, а каждый четвертый ежедневно проводит в них от одного до четырех часов (Левада-Центр, 2017). Вспомним, однако, параметры выборки Центра. Психологи бьют тревогу. Слишком долгое нахождение в социальных сетях может привести к формированию неправильной самооценки, фрустрации и депрессии, особенно этому подвержены дети и подростки, рассказала региональный управляющий, директор по медицинской части больницы Святого Иосифа (Alexianer St. Joseph-Krankenhaus) в Берлин-Вайсензее, доктор наук, психиатр Ирис Хаут<sup>5</sup>.

В 2017 г. в Германии был проведен опрос более тысячи детей и подростков в возрасте от 12 до 17 лет. Большинство опрошенных заявили, что пользуются социальными сетями 2,5–3 часа в день, каждый третий говорил, что пользуется социальными сетями для того, «чтобы не думать о неприятных вещах». 13 % подтвердили, что согласны с утверждением, что чувствуют себя несчастными, если не могут пользоваться социальными сетями. Психиатры, комментируя данные цифры, предупреждают, что это может перейти в зависимость: человек становится беспокойным и напряженным, когда он не выходит «онлайн». Врачи считают, что нельзя игнорировать реальное общение с друзьями здесь и сейчас, со зрительным контактом, с прикосновениями. Позиция, когда пользователи постоянно делают «посты», ведет к нарциссическому представлению и, следовательно, к формированию неправильной самооценки и нереалистических ожиданий от жизни. Те пользователи, «у кого уже есть проблемы, конфликты, врываются в такие медиа, чтобы убежать из реального мира». Они начинают сравнивать себя со сверхуспешными образами других пользователей, что «усиливает их страхи и депрессии».

<sup>4</sup> См.: <https://www.levada.ru>

<sup>5</sup> Немецкий психиатр назвала признаки зависимости от соцсетей. URL: <https://news.mail.ru/society/36188563/?frommail=1> (дата обращения: 04.02.2019).

В результате может развиваться настоящая зависимость, связанная с «системой вознаграждения в мозге через ситуации, которые положительно усиливаются». Если человек получает много «лайков», это увеличивает желание снова и снова получить эту «награду».

Последние тенденции соцсетей таковы: эта межличностная поначалу сфера в данный момент переполнена корпоративной информацией — рекламой и продукцией структур по связям с общественностью. Это не могли не заметить пользователи соцсетей. Так, статья в английской газете по результатам доклада, опубликованного британским парламентом, называется «Британцы призывают урезонить Facebook». Согласно данным парламента, социальная сеть нарушила закон и не противостояла попыткам повлиять на исход ряда выборов в стране. Расследование продолжалось 18 месяцев [2].

Засилие рекламы привело к некоторому спаду вхождения в соцсети. По крайней мере, статья в «Независимой газете» (19 января 2018 г.), анализирующая последние данные социологов на этот счет, называется «Россияне охладели к соцсетям: в стране снижается количество пользователей Всемирной паутины». На самом деле количественные данные находятся в рамках статистической погрешности, хотя не исключено, что пик нахождения в соцсетях уже пройден.

Насыщенность корпоративной информацией, конечно, осознается массовым сознанием как элемент манипулирования и это, несомненно, отразится на будущих цифрах вхождения в соцсети.

Отметим, что в нашей стране обозначилось повышенное внимание властей к контенту соцсетей, закончившееся рядом судебных процессов; 68 % россиян считают, что люди выкладывают слишком много информации о себе в Интернет (опрос Левада-Центра, декабрь 2017 г.).

Еще одна сторона соцсетей, на которую обращают внимание *работодатели*, это то, что работники достаточно долго находятся в соцсетях *в рабочее время*. Так, «Вечерняя Москва» посвящает целую полосу обсуждению этой проблемы [4]. Здесь высказываются эксперты и даются отзывы на их мнения с сайта (!!!) газеты. Амплитуда этих высказываний огромная: от радикального — *сдавать телефоны при приходе на работу как пальто на вешалку* до вполне технологичного — *выстроить такой алгоритм трудовой деятельности, чтобы ее эффективность не измерялась количеством времени нахождения на рабочем месте*. При этом исходная точка дискуссии: по оценкам тайм-менеджеров от трети до половины рабочего времени московский офис тратит не на работу — впечатляет. Не исключено, что эта дискуссия будет продолжена.

Давний критик соцсетей писатель и литературовед Дмитрий Быков, говоря о них, использует такие выражения: «пользователи соцсетей деградируют», «сеть — имитационная среда», «фальшивые сущности, треп» («Эхо Москвы», 23.02.19 — повтор передачи «Один»). В самих соцсетях как-то встретилось выражение (под заголовком «Почему люди бегут из соцсетей»): «тут все фальшиво и пластмассово»<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> См.: <https://hi-tech.mail.ru/review/tut-vse-falshivo-i-plastmassovo-pochemu-lyudi-begut-iz-socsetej/>

Но возвращаясь к началу обсуждения веса разных источников информации у населения, зафиксированных социологами, отдадим должное (чтобы не выплеснуть из ванны вместе с водой и ребенка) тому, что как раз ценится самими потребителями. В содержательном плане соцсети — это полигон для активного обмена суждениями, комментариями по поводу не только своего *личного обыденного эмпирического опыта*, что является родовой характеристикой межличностного общения, но и альтернативных точек зрения, практически отсутствующих в массовых каналах информации. Здесь публикуется информация о фактах, происшествиях, событиях *в стране и в мире*, что всегда было только прерогативой массовых информационных каналов, под совокупностью которых мы понимаем профессиональные структуры, занимающиеся сбором, переработкой по своим стандартам и мультиплицированием информации, которой в результате этого процесса придается статус общественно значимой информации. Вот это последнее — чему придает статус в контенте соцсетей сам потребитель — кардинально меняет суть медиапространства.

Сегодня основной характеристикой информационного пространства является конвергенция разных платформ — носителей контента. Сейчас почти каждый из традиционных видов распространения информации дополнен электронными модификациями. И возникает проблема: если мы хотим быть уверенными в точности данных о потреблении населением отдельных информационных площадок, то необходимо как-то измерять этот процесс... Об этом сейчас идет большой и содержательный разговор специалистов на разных площадках, в том числе в АКАР (Ассоциация коммуникативных агентств России), для которых этот вопрос весьма практический, так как связан с ценообразованием при размещении рекламы на данных площадках, зависящим как раз от того, какова их аудитория.

Игрокам на информационном поле становится все более тесно (мобильный и стационарный Интернет; цифровое ТВ; радио; пресса; digital-форматы наружной рекламы; социальные сети). Специалисты считают, что точное измерение аудитории каждой информационной площадки произвести очень сложно. Сам арсенал средств велик: здесь и социологические опросы аудитории, и маркетинговые панели, и выборки, исследуемые с помощью аудиметров, дневники потребителей радио- и телеканалов, онлайн-опросы, телефонные опросы... Дело, по-видимому, в организации тендеров исследовательских структур, при этом победитель должен определяться, исходя из показателей «интеграция методик — цена — качество».

1. Антекарь П., Железнова М. Утилизация телевидения // Ведомости. 2018. 2 нояб.
2. Веласкез М. Британцы призывают урезонить Facebook // Метро. 2019. 21 февр.
3. Еремшина А. «Яндекс» нашел способ больше зарабатывать на рекламе // Ведомости. 2019. 25 февр.
4. Попавшие в сети // Вечерняя Москва. 2019. 27 февр.
5. Тихонов А. Россия увидит не меньше 10 телеканалов // Известия. 2006. 27 дек.
6. Федотова Л. Н. Интернет: параметры потребления // МедиаАльманах. 2018. № 4.

*Статья поступила в редакцию 15.04.2019 г.*



УДК 378.4(470.54-25) + 316.77:004.032.6

А. В. Фаюстов

## РАБОТА PR-СЛУЖБЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА СО СМИ: МОДЕЛИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Во взаимодействии университетов и СМИ наметились две глобальные тенденции: во-первых, целенаправленное движение за сближение науки и общества, а во-вторых, своеобразный «медиаараворот» в деятельности самих вузов, которые создают и развивают собственные PR-службы. Федеральные вузы, ориентированные на продвижение в мировом образовательном пространстве, оказываются в условиях, сходных с условиями западных вузов, и ищут свой путь адаптации к глобальным трендам. Стоящие перед ними задачи включают формирование собственного бренда, выбор модели коммуникации со СМИ и способов оценки эффективности работы своих PR-служб, а также регламентация многих аспектов деятельности в свете информационной политики. В статье дается анализ проблем, с которыми федеральные вузы сталкиваются в ходе решения этих задач. Рассматривается опыт работы медиацентра УрФУ с позитивными и негативными информационными поводами, с пресс-релизами и с обработкой запросов от СМИ, а также проведение пресс-мероприятий. Делается вывод о том, что проактивный подход является более перспективным для успешного взаимодействия федеральных вузов со СМИ.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** федеральный университет; брендинг вуза; СМИ; Public Relations; медиацентр; информационная политика; паблсити.

Модели взаимодействия университетов со СМИ во многом определяются исторически сложившимся контекстом существования институций высшего образования и науки, с одной стороны, и механизмами функционирования публичной сферы и СМИ, с другой стороны. В современном западном обществе, где традиционно образование и наука существуют не только за счет государственной поддержки, но и за счет собственных доходов и общественной благотворительной помощи, университеты заинтересованы в создании своего социально значимого образа и продвижении своего коммерческого бренда. По мере усложнения научных исследований и, соответственно, повышения расходов на их реализацию возникает необходимость обосновывать не только конкретные направления, но и всю научную деятельность, разъяснять ее значение для общества в целом. Так, в открытой публичной сфере демократического общества средства массовой информации являются важным ресурсом для легитимации науки [17]: общим трендом для современного общества становится требование, чтобы наука в целом и университеты в частности существовали не изолированно от него, в «башне из слоновой кости», а активно взаимодействовали с ним и представляли знания в форме, доступной всем (в связи с этим большую популярность приобрел термин «community engagement» — вовлечение местного сообщества в научную

---

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

© Фаюстов А. В., 2019

деятельность). Это требование согласуется с актуальными концепциями «общества знаний» (knowledge society) и «третьей миссии» образования (third mission of higher education). Эксперты считают, что «речь идет... о необходимости реальной актуализации научного сознания в современном обществе и закрепления конкретных социально значимых шагов, которые заставят общество не только пользоваться результатами, но и сознательно выбирать научноориентированный тип восприятия реальности, сталкиваясь с проблемами как индивидуального, так и глобального характера» [2, 82].

Начало целенаправленного движения за сближение науки и общества положил доклад «Общественное понимание науки» (The Public Understanding of Science), подготовленный инициативной группой во главе с генетиком Уолтером Бодмером и представленный Британским королевским обществом в 1985 г. В числе прочего в докладе шла речь о необходимости «повышения общего уровня общественного понимания науки» и «объединенных усилий представителей многих слоев общества, и, главным образом, членов самого научного сообщества» [Там же, 85]. С 2007 по 2013 г. Евросоюз инвестировал 280 млн евро в развитие направления «Наука в обществе», которое являлось частью Седьмой рамочной программы Европейского Союза [17, 4].

Другой важной тенденцией стал и своеобразный «медиаразворот» в деятельности самих европейских вузов, в рамках которого появились определенные ожидания в отношении ученых и исследовательских групп, занимающихся изучением «резонансных» проблем: в частности, ожидается, что они будут демонстрировать постоянную открытость и готовность к активному общению с журналистами [20]. «Медиаразворот» в высшем образовании является частью процесса медиатизации, который А. Н. Гуреева определяет как «двухсторонний процесс, в рамках которого медиа и различные сферы общественной и культурной жизни оказывают определяющее и формирующее влияние друг на друга» [4, 61]. Иными словами, «медиатизация помещает... университет в коммуникативную вселенную, в которой сообщения и образы фильтруются новостными и другими СМИ» [14, 146] (здесь и далее перевод мой. — А. Ф.).

М. Францен, П. Вайнгарт и С. Рёден предлагают для определения взаимоотношения между наукой и СМИ (сюда входят как традиционные СМИ, так и новостные интернет-издания) использовать более узкий термин — «медиализация» [17, 4]. В отличие от «медиатизации», которая охватывает все средства коммуникации, в том числе онлайн-мессенджеры, медиализация фокусируется только на воздействии СМИ. СМИ осуществляют отбор событий для новостей, которые составляют основу медиаконтента, в соответствии с определенными критериями (так называемой «новостной ценностью» — news value или newsworthiness).

Одним из препятствий на пути медиатизации/медиализации вузов считается дистанция, которая существует между научным сообществом и широкой публикой, а значит, и между учеными и СМИ. Они метафорически уподобляются маслу и воде, которые «не смешиваются» [20, 14102]. Как пишет М. В. Бауэр, «чтобы привлечь общественное внимание к науке, нужна драма, магия и миф, что

кардинально противоречит научному этосу, который требует демистификации и развенчания мифов и иллюзий» [11, 52].

Идея о «пропасти», существующей между наукой и обществом, также подерживается концепцией «академической свободы» и представлением о «неуправляемости» ученых, что означает в том числе принципиальную невозможность организации ученых для участия в каких-либо медийных мероприятиях и PR-деятельности. Популярная поговорка гласит, что «управлять учеными — все равно, что дрессировать кошек, сложно и в конечном счете бессмысленно». Дистанция между научным сообществом и публикой и СМИ может принимать форму как «глубокого каньона в случае естественных наук, так и еле заметной впадины в случае с гуманитарными и социальными науками» [17, 14103], поскольку представители гуманитарных дисциплин в целом охотнее взаимодействуют с прессой. При этом СМИ не являются для научного сообщества единственной возможностью коммуницировать с публикой: оно может обращаться к широкой аудитории и напрямую, например, с помощью различных популяризаторских практик. Однако СМИ продолжают играть определяющую роль в процессе взаимодействия, выступая посредником между вузом и обществом. Научное сообщество, в свою очередь, зависит от СМИ, поскольку именно они способны привлечь внимание общественности к тем или иным научным достижениям, что может служить косвенным указанием на общественную пользу научных исследований и тем самым легитимировать общественные затраты на развитие науки [24, 25]. Этот механизм подробно описан теорией повестки дня (*agenda setting theory*), которую выдвинули Максвелл Маккомбс и Дональд Шоу в 1972 г.: медийная повестка формирует общественную, которая, в свою очередь, определяет повестку политическую [13, 5]. Как исчерпывающе описал суть теории Максвелл Маккомбс, «медиа не только успешно внушают нам, о чем думать, но и не менее успешно внушают нам, как именно об этом следует думать» [19, 546].

Влияние СМИ, в частности, распространяется и на выбор тем научных исследований. Как отмечает П. Вайнгарт, если есть вероятность, что та или иная тема окажется более привлекательной для прессы, а значит, получит больше освещения в СМИ, то это может стать важным фактором в выборе научной проблемы [24, 31]. Показательный в этом плане пример приводит в своей статье Г. П. Питерс: в начале 1990-х гг. группа американских ученых-генетиков приняла решение заменить ранее использовавшихся в качестве объекта исследования «нехаризматичных» плодовых мушек-дрозофил на более «фотогеничных» бабочек, что позволило привлечь внимание СМИ, которые опубликовали результаты исследований, снабдив их красочными фотографиями. Итогом стали публикации в *New York Times*, *Science* и целом ряде других популярных изданий [21, 233]. Таким образом, в данном случае, по мнению Питерса, мы можем говорить о «синергетической модели» взаимодействия научного сообщества и прессы: «Сочетание высокого уровня научных исследований и способности предвосхитить запрос прессы на яркий информационный повод поможет максимизировать воздействие на широкую общественность, а вместе с тем и на академическое сообщество» [Там же]. В свою очередь, СМИ активно используют происходящее в научной среде как источник

новостей и сенсаций. Лидерами среди областей науки, которые получают наиболее активное освещение в прессе, традиционно являются медицина и поведенческие науки: эти темы — безусловные «бестселлеры» на рынке новостей [10, 61].

Все вышесказанное позволяет сделать заключение о том, что осознанная, целенаправленная политика университета по взаимодействию со СМИ становится для современного университета жизненной необходимостью, а собственные PR-служба и/или медиацентр, отвечающие за связи университета со СМИ и другими значимыми стейкхолдерами, являются неотъемлемым элементом структуры любого крупного университета [21, 217]. Стратегии и тактики, применяемые университетами для самопрезентации, все более часто становятся объектом научного рассмотрения, а их изучение способствует обмену лучшими практиками.

С мая 2013 г. в соответствии с положениями Указа № 599 Президента Российской Федерации «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки» в России существует проект «повышения конкурентоспособности ведущих российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров», который нацелен на интернационализацию всех областей деятельности; формирование выдающейся академической репутации; развитие взаимодействия между университетами, промышленностью и бизнесом [7]. Все эти цели требуют осознанной и долговременной работы по взаимодействию университетов, входящих в этот проект, со СМИ всех типов (печатные, радио, телевидение, Интернет и социальные медиа) и всех уровней (местного, национального и международного). В частности, продвижение крупных российских вузов в образовательных рейтингах «большой тройки» (Шанхайский рейтинг, рейтинг Times Higher Education и Quacquarelli Symonds) напрямую связано с повышением видимости российских университетов в мировом образовательном пространстве, как для международного академического сообщества, работодателей, так и для потенциальных студентов. По мнению М. Стэк, «под влиянием рейтингов главной задачей университетов становится повышение своей видимости... роль СМИ растет», университеты начинают следовать «логике медиа» [22, 4]. «Видимость в СМИ... сигнализирует о значимости исследовательской организации для медийной аудитории» [21, 236]. Регулярное (позитивное) упоминание в СМИ и медийная популярность (узнаваемость) служит сигналом для распорядителей ресурсов разного типа и уровня о наличии определенного общественного запроса, о том, что поддержка деятельности данного университета поможет им заработать дополнительные «очки» для своей популярности.

В российском контексте вузы, входящие в проект повышения конкурентоспособности, и федеральные вузы в своем развитии приближаются к ситуации многих западных университетов и сталкиваются со сходными задачами. К общим для федеральных вузов проблемам: «недостаточная востребованность научных разработок университетов реальным сектором экономики», «недостаточная активность в развитии международного сотрудничества», «недостаточный контингент обучающихся по программам магистратуры и аспирантуры по приоритетным направлениям» и т. д. [1, 13], в ближайшем будущем может добавиться еще одна:

«после завершения целевого государственного субсидирования программ развития, задача поиска ресурсов выйдет на первый план для большинства федеральных университетов» [1, 13]. Таким образом, для решения этой и других вышеперечисленных проблем федеральным вузам необходимо наладить эффективное взаимодействие с обществом и с бизнесом не только потому, что эта миссия им предписана государством (см. Указ Президента Российской Федерации № 716 «О федеральных университетах» от 07.05.2008 г.), но и потому, что от успеха в этой сфере будет зависеть их будущее выживание, что и должно являться приоритетной задачей университетских PR-служб.

В целом в условиях глобальной конкуренции соревнующиеся на мировых и национальных образовательных рынках университеты вынуждены вкладывать средства в создание корпоративных брендов, а также разрабатывать и применять маркетинговые стратегии для продвижения своего продукта. По этому поводу мнения расходятся: часть исследователей настаивают на том, что цельный, а значит, сильный бренд, который создается с помощью целенаправленных усилий маркетологов, бренд-менеджеров и PR-команды, — залог конкурентоспособности и успешности вуза [12, 170]. Эти же исследователи призывают сформировать «четкую картину» и «ясное видение» того, каким именно бренд университета должен быть, какие ценности должны составлять его ядро и какое именно послание бренд должен транслировать обществу [18].

Вместе с тем существуют и другие мнения: например, южноафриканские исследователи К. Томазелли и Б. Паркер в своей статье «Образ “открытого” университета» утверждают, что «университеты — противоречивые институты, которые используют сложные и противоречивые пути взаимодействия с обществом» [23, 7], и выражают сомнения в том, что научному сообществу необходимо заниматься своим активным продвижением в медиапространстве. По их мнению, брендинг и PR противоречат самой природе науки и университета: «Академическая свобода... плохая новость для PRщиков... Различные подразделения университета занимаются различными вопросами, обращаются к различной публике и имеют различные представления о будущем» [Там же, 8]. Следует отметить, что на данном этапе все же преобладает первая точка зрения: большинство крупных университетов активно занимаются развитием своих брендов, хотя проблема внутренней «противоречивости» университетских брендов сохраняет свою актуальность.

Противоречивость задач построения цельного бренда особенно остро ощущается применительно к федеральным университетам, которые были созданы «путем преобразования существующего университета в автономное учреждение и его последующей реорганизации через присоединение ряда образовательных и научных учреждений, действовавших на той же территории» [1, 9]. В результате, и это отмечают сами создатели концепции федеральных университетов, вузы столкнулись с определенными сложностями в процессе выстраивания единой корпоративной культуры, поскольку им не всегда удавалось органично интегрировать в себя субкультуры присоединенных университетов [Там же, 12]. В случае УрФУ можно говорить даже о конкуренции бренда Уральского федерального

университета с «родительскими» брендами УПИ и УрГУ, по крайней мере в сознании старшего поколения и родителей нынешних студентов и абитуриентов [6].

Еще одним вопросом, на который необходимо найти ответ федеральным университетам и их PR-службам, является то, насколько образ, который университет стремится создать, соответствует тем образам, которые уже сформировались и существуют в сознании ключевых стейкхолдеров. В случае с федеральными университетами данный образ оказался несколько противоречивым: если на уровне региональных властей эти вузы воспринимаются скорее как «кузницы кадров» для местной экономики, то для федеральных властей на первый план выходит вопрос их престижа на мировой арене или, по крайней мере, в национальном масштабе. Что касается делового сообщества, то федеральные вузы зачастую являются «невидимыми» для компаний, которые предпочитают обращаться к невузовским образовательным центрам для переподготовки и повышения квалификации своих сотрудников [6].

Говоря о ключевых стейкхолдерах, необходимо подчеркнуть, что в своей PR-деятельности вуз ориентируется как на внутреннюю, так и на внешнюю аудитории. Внутреннюю аудиторию составляют сотрудники вуза, студенты и их родители, администрация и руководство вуза. Внешняя аудитория включает в себя СМИ, правительственные органы, местные и региональные сообщества, широкую общественность, деловое сообщество, абитуриентов и их родителей, конкурирующие вузы, спонсоров и общественные организации [16, 914]. Далее мы сфокусируемся на одной части внешней аудитории, а именно средствах массовой информации.

Четыре модели PR-коммуникации, предложенные Джеймсом Грюнигом и Тоддом Хантом в 1984 г., не потеряли своей актуальности и сейчас. Эти модели также соотносятся с основными этапами в развитии PR: от одностороннего информирования, направленного на создание паблисити — благоприятного общественного мнения, к более полному информированию общественности через СМИ (например, через пресс-релизы), а затем к более совершенным формам коммуникации, которые воплощают двустороннюю асимметричную модель и двустороннюю симметричную модель, способные обеспечить наиболее продуктивный диалог между организацией и обществом.

Последняя модель, часто в сочетании с двусторонней асимметричной моделью, считается самым эффективным и этичным способом PR-коммуникации [15, 5]. Выбор той или иной модели взаимодействия в значительной степени зависит от видения руководства вуза, от имеющихся ресурсов, от того, насколько органично PR-служба встроена в структуру университета, а также от общего уровня профессионализма сотрудников PR-службы. Как отметил Г. П. Питерс, приоритетной задачей большинства пресс-центров и PR-служб университетов все же является «повысить информированность общества о науке и академическом сообществе, но при этом сообщить обществу только “правильные” факты, дабы не нанести вред имиджу организации» [21, 217], т. е. создать паблисити, что соответствует первой из перечисленных моделей в иерархии Грюнига и Ханта. Тем не менее далее Питерс делает оговорку, что паблисити, хоть и служит «основной

целью PR на первоначальном этапе» [21, 227], не в состоянии в полной мере обеспечить легитимацию вуза в глазах общественности, поэтому «актуальные подходы к PR следуют, скорее, “просветительской” модели» [Там же], что соответствует уже второму уровню иерархии моделей взаимодействия.

Как уже отмечалось выше, эффективный PR позволяет университету решать сразу несколько важных задач, в особенности таких, как привлечение финансовых средств и повышение конкурентоспособности в борьбе за студентов. По данным масштабного европейского исследования 2014 г. в сфере PR и брендинга в высшем образовании, основными функциями PR-служб вузов являются: фасилитация взаимодействия между журналистами и экспертами (аффилированными с университетом); подготовка и публикация пресс-релизов; обработка запросов СМИ; подготовка сотрудников и экспертов университета к взаимодействию со СМИ [18, 4].

Опыт становления и деятельности медицентра Уральского федерального университета — одного из крупных федеральных университетов, который входит в проект 5–100, может быть показателен и позволяет выявить общие тенденции и общие проблемы во взаимодействии российского университета со СМИ.

Медицентр УрФУ был создан 29 сентября 2010 г. и включает в себя пресс-службу, отдел корпоративных СМИ, редакцию портала, smm-редакцию, университетское телевидение и пресс-центр. Все эти подразделения создавались для расширения информационного влияния вуза на территории России и за ее пределами. На начало 2019 г. в медицентре работало 20 сотрудников, планируется расширение штата.

Существуют различные способы и уровни оценки эффективности работы PR-службы. В медицентре УрФУ применяется следующая система индикаторов: главным показателем, который показывает эффективность PR-деятельности вуза и в конечном итоге влияет на узнаваемость бренда, считается количество публикаций, выходящих в СМИ в единицу времени (например, в неделю или в месяц), так называемое «медийное присутствие» (*media presence*). Для того чтобы получить более полную картину эффективности PR-деятельности вуза, совмещаются количественные и качественные методы оценки. Например, то или иное событие или тема может иметь высокое количество публикаций, при этом уровень его заметности будет низким в связи с тем, что упоминания были фоновыми и приходились в основном на специализированные или локальные СМИ, или же, наоборот, одна публикация, размещенная в центральном и/или высокорейтинговом авторитетном издании, может дать высокую заметность. Таким образом, помимо общего количества публикаций в различных СМИ с упоминанием вуза, учитывается индекс заметности публикаций, а также количество негативных сообщений.

Первый индикатор — *общее количество публикаций* — показывает общую активность вуза в информационном поле, при этом публикации в СМИ могут инициироваться как самой организацией (вузом), благодаря происходящим в ней событиям или генерированию тем, не привязанных к событийному календарю, так и журналистами. Например, в 2018 г. общее число публикаций в СМИ об УрФУ

составило 33 220, что говорит о незначительном снижении этого показателя по сравнению с 2017 г. (33 946).

Второй индикатор — *количество негативных публикаций* — показывает, насколько эффективно пиарщикам удалось нейтрализовать всплеск негативной информации или скорректировать поток «негатива». Эффективность антикризисного PR определяется быстротой реакции PR-службы [8, 31], которая, во-первых, может постараться удержать негативную информацию в пределах университета и не дать ей просочиться в СМИ, а, во-вторых, если это все же произошло, добиться отмены публикации. В случае, если нейтрализовать негативную информацию на начальном этапе не удалось, университет может избрать стратегию открытости и оперативно предоставить СМИ свою версию происходящего. Причинами негативных публикаций в СМИ могут являться форс-мажорные события (пожары, коммунальные аварии и т. д.) с участием сотрудников или студентов вуза; события или процессы, которые являются последствием ошибочных решений или действий руководства вуза или халатного поведения сотрудников. Также негативные публикации могут инициироваться самими СМИ, например, если журналисты получают жалобы от заинтересованных лиц на происходящее в вузе или же сами находят «проблемные» темы, связанные с вузом, которые, по их мнению, требуют огласки. Еще одним видом кризиса может быть «кризис косвенных действий», т. е. кризис, который возникает «из-за непрямого воздействия кого-либо или чего-либо» [3, 89], этот вариант мы рассмотрим позднее в опыте УрФУ. Так или иначе, основной мотивацией представителей медиа, реагирующих на кризис, обычно является стремление повысить рейтинг своего издания, реализовать социальную и контролирующую функции СМИ. Другие причины также возможны, назовем две из них, которые имеют сомнительный этический характер. Первая — политический или коммерческий заказ. Вторая — личная неприязнь пишущего, выпускающего редактора, первого лица средства массовой информации к организации или к какому-то конкретному ее сотруднику.

Третий индикатор — *индекс заметности (индекс Spi)*, который показывает качественные характеристики присутствия в медиаполе с учетом влияния СМИ, например, роль университета в публикации (главная или второстепенная), наличие фото- или иного визуального материала в новости, общая тональность новости и т. д. Данный индекс отражает, насколько университет был замечен в общем объеме публикаций в медиа за конкретный период. Его высчитывают различные мониторинговые системы, которые сегодня существуют в России, такие, как база данных Integrum, автоматическая система мониторинга и анализа СМИ и социальных сетей «Медialogия», система анализа медиасреды «СКАН», созданная агентством «Интерфакс», и ряд других. Важно отметить, что значение индекса обретает смысл только при сравнении его, например, с индексом других организаций или когда мы рассматриваем его динамику в определенный временной промежуток.

На величину индекса влияют количество публикаций, их характер, статус СМИ и упоминаемых в материалах экспертов и героев, расположение материалов в ленте, на полосах, в сетке вещания и т. д. Например, в 2018 г. в топ-10 по индексу



заметности вошли такие информационные поводы, связанные с УрФУ, как исследования осколков метеоритов из пустыни Гоби учеными УрФУ; участие УрФУ в эстафете огня зимней Универсиады-2019; а также посещение университета министром науки и высшего образования РФ Михаилом Котюковым (см. таблицу).

#### Топ-10 информационных поводов, связанных с УрФУ (данные за 2018 г.)

№ п/п	Информационные поводы	Количество публикаций	Индекс заметности публикаций
1	Метеориты, привезенные из пустыни, изучают ученые УрФУ	590	5874
2	УрФУ принял эстафету от зимней Универсиады-2019	280	1741
3	Университетский «Канатоход» наладит линию электропередач в ОАЭ, Нигерии, Гане и Индии	161	1232
4	Студенты УрФУ принимают участие во Всероссийской олимпиаде «Я – профессионал»	892	1069
5	УрФУ посетил министр высшего образования и науки РФ Михаил Котюков	252	885
6	УрФУ открыл магистерскую программу по изучению метеоритов	39	750
7	10 тыс. человек посетили ярмарку вакансий УрФУ «Ночь карьеры»	90	700
8	«Венский фестиваль», прошедший на площади перед УрФУ, побил рекорд посещаемости	333	660
9	Ученые УрФУ разработали не имеющую аналогов систему для лечения заболеваний мозга	44	512
10	В образовательном центре «Сириус» завершилась очередная «Уральская проектная смена»	165	479

Источники. Данные предоставлены медиacentру УрФУ системой анализа медиасреды SCAN.

Примером чрезвычайно удачного информационного повода может служить падение челябинского метеорита в 2013 г., благодаря которому появилось рекордное количество упоминаний университета в зарубежных СМИ. Падение метеорита удовлетворяло всем основным критериям отбора инфоповодов, включая масштабность события, необычность, своевременность, наличие яркой «картинки» и т. д. Отметим, что «метеоритная» тема в целом оказалась весьма продуктивной для УрФУ: даже спустя шесть лет она по-прежнему интересует общественность, о чем свидетельствует тот факт, что новость об экспедиции с участием ученых УрФУ в пустыню Гоби с последующим изучением найденных там метеоритных осколков лидирует в рейтинге информационных поводов за 2018 г., равно как и новость об открытии магистерской программы по изучению метеоритов.

Важную роль в создании информационных поводов может сыграть и политический ресурс, поскольку в каждом регионе у законодательных и исполнительных органов власти есть свои журналистские пулы. Соответственно, если представитель власти посещает университет или упоминает его в своем высказывании, это событие освещается в СМИ. Очевидно, что чем более высокопоставленным является чиновник, тем более продуктивным этот повод может оказаться. В любом случае вуз получает гарантированное внимание прессы. Примером такого рода информационного повода является визит министра высшего образования и науки Михаила Котюкова в УрФУ в декабре 2018 г.

Продуктивными оказываются и социальные инфоповоды, которые заняли в рейтинге сразу две позиции: Универсиада-2019 привлекла внимание общенациональных СМИ, в то время как популярное ежегодное мероприятие «Ночь карьеры», значимое для городского сообщества, было отражено в местных и региональных СМИ.

Одной из самых актуальных текущих задач медицентра УрФУ является повышение количества инфоповодов, а именно поиск того, как «встроиться» в информационную повестку СМИ. Это можно сделать двумя основными способами. Первый способ — предложить прессе собственно «научные» новости, связанные с научными открытиями, лауреатами престижных научных премий (например, вручение Нобелевской премии), а также возможностями широкого применения научных исследований. Вторым способом является комментирование происшествий и событий, не связанных с наукой напрямую, которое осуществляется учеными вуза, выступающими в качестве экспертов [10, 70–71].

Для того чтобы получить информацию, журналисты проводят регулярный мониторинг информационных ресурсов вузов, в основном официального сайта, а также аккаунтов и групп в социальных сетях. О том, что такой мониторинг проводится, свидетельствует тот факт, что зачастую пресс-релизы публикуются сразу после их появления на веб-сайте университета или в соцсетях, кроме того, участились звонки от журналистов в пресс-службу, которые обращаются с уточняющими вопросами. Как правило, в официальных аккаунтах университетов дублируется информация, публикуемая на порталах, меняется только форма подачи материала. Как показывают наблюдения сотрудников медицентра УрФУ, в некоторых редакциях СМИ г. Екатеринбурга есть журналисты или продюсеры, которых назначают ответственными за мониторинг информационных ресурсов университета. Это можно считать достижением медицентра, который смог сделать эти ресурсы привлекательными для журналистов, продемонстрировать СМИ, что они могут служить источниками качественного контента.

Одним из основных инструментов PR любой организации являются пресс-релизы. По оценке М. Б. Горкиной и ее коллег, «...только 30 % информации, публикуемой изданием... журналисты ищут сами. Все остальное наполнение издание получает из пресс-релизов, информационных материалов и факт-файлов, присылаемых им менеджерами по PR» [3, 49]. Медицентр УрФУ ответственен за регулярную поставку качественного контента в СМИ. При работе с информационными поводами и составлении соответствующих пресс-релизов медицентр

руководствуется такими критериями, как география рассылки, вид и тематическая специализация тех СМИ, которых повод может заинтересовать. Ясное представление о «формате» того или иного СМИ в значительной степени определяет результативность пресс-релиза [9, 3]. Кроме того, при рассылке пресс-релизов сотрудники медицентра стремятся соблюдать правильный баланс, оставляя журналистам право самим выбирать информационные поводы для публикации материалов в своих СМИ, и в этом плане нельзя не согласиться с Е. Ю. Щуревич, которая подчеркивает, что для каждого СМИ регулярность рассылок должна определяться индивидуально, в том числе в зависимости от того, как часто оно выходит [9, 8].

Важной составляющей работы медицентра является обработка входящих запросов. Все запросы от СМИ в пресс-службу УрФУ можно разделить на несколько видов:

- уточняющий — по мотивам инициированных университетом материалов;
- проверочный — вызванный обращением определенного лица в редакцию, как правило, с жалобой;
- тематический — требующий сбора фактической информации для инициированного редакцией материала;
- аналитический — требующий не только сбора материала, но и его переработки в зависимости от требований редакции;
- персонализированный — направленный на поиск героев, источников информации, экспертов с их дальнейшим участием в интервью, съемках, прямых эфирах.

От качества обработки запроса — оперативности и полноты предоставляемой информации — в значительной степени зависит объем и характер публикации. Выполнение запроса практически гарантирует упоминание вуза в материале журналиста и влияет на то, в какой группе публикаций по итогам мониторинга — позитивные, нейтральные, негативные — он окажется. Отметим также, что бывают случаи, когда, несмотря на обработанный запрос, вуз не упоминается в публикации, что может зависеть от редакционной политики того или иного СМИ. Распространенным примером такого рода является ситуация, когда ученые университетов, действующих в Екатеринбурге, представляются в материалах журналистов как «уральские ученые», без указания принадлежности к конкретному вузу. При этом бывают случаи, когда бренд не упоминается из меркантильных соображений, с целью получения какой-то выгоды, например, заключения контракта с вузом на PR-сопровождение его деятельности, о чем речь также пойдет ниже.

Немаловажным аспектом работы медицентра является проведение пресс-мероприятий: *пресс-конференций* и *пресс-туров*. В первом случае, чтобы максимально привлечь внимание СМИ, необходим яркий информационный повод и представительный состав спикеров. Отметим, что PR-эффект подобных мероприятий может быть непредсказуемым: например, не всегда массив публикаций по итогам мероприятия является сугубо позитивным или хотя бы нейтральным, поскольку это зависит от темы, от настроения журналиста, от того задания, с которым он пришел на пресс-конференцию, а также от «скрытой повестки» самого издания. Иногда позитивный разговор прессы со спикером может нарушить неприятный

вопрос, не имеющий отношения к заявленной теме. Пресс-тур же ставит перед собой целью демонстрацию передового опыта университетов, приоткрывает завесы над научной, инновационной или иной деятельностью. В этом случае результат намного более предсказуем и вероятность негативных публикаций намного ниже, хотя она все же существует: например, если по итогам пресс-тура журналисты в процессе подготовки материала обнаружат нелицеприятные для университета факты или если пресс-тур был плохо организован. Однако в практике медицентра УрФУ таких ситуаций не было.

Иногда для подогрева внимания прессы к какой-то важной для университета теме приходится прибегать к такому приему, как намеренный слив информации, когда информация вбрасывается в информационную повестку через конкретное — как правило, рейтинговое — СМИ, чтобы возбудить ажиотаж. Как правило, это информация о готовящихся структурных изменениях в университете или кадровых решениях. Отметим, что этот прием помогает завоевать лояльность конкретных средств массовой информации и журналистов, потому что информация подается дозированно. Но у такого способа могут быть и отрицательные последствия: если коллеги из других медиа узнают, что их конкуренту Х вуз выдал информацию эксклюзивно, это может осложнить отношения с ними в дальнейшем.

Часто росту количества публикаций о том или ином событии способствуют совместные усилия PR-департаментов компаний-партнеров, которые занимаются реализацией совместных проектов. В таких случаях иногда материалы в СМИ появляются без усилий пресс-службы вуза. Помогает то, что у коммерческих организаций, как правило, есть контракты со СМИ на системное продвижение их деятельности или заключаются разовые контракты на продвижение конкретного события или проекта. Таким образом, автоматически «бенефициаром» становится университет. Совместные проекты могут осуществляться и с конкретными СМИ: например, 2016 г. медицентр УрФУ объявил годом науки, поэтому основные информационные усилия были сосредоточены на продвижении этой сферы. В итоге к началу 2017 г. у университета было четыре действующих совместных информационных проекта со СМИ: с городским порталом 66.ru был реализован проект «Человек наук», в рамках которого ученые УрФУ отвечали на «дилетантские вопросы» по широкому спектру актуальных тем; с медиахолдингом «Комсомольская правда» был запущен проект «Азбука наук», посвященный молодым ученым вуза и их разработкам; екатеринбургский телеканал «Малина» предложил УрФУ совместно проводить «Интеллекции»; а на городском портале E1 стартовал проект «Ученые против мифов». Каждая вышедшая в свет публикация в рамках проекта имела достаточно высокий индекс заметности. Иногда по мотивам некоторых серий появлялись материалы в других СМИ.

В целом существуют два основных подхода к освещению деятельности университетов, которые можно обозначить как *зеркальный* и *проактивный*. Первый заключается в системном отражении тех событий, которые происходят в вузе, как регулярных, так и уникальных. Любой университет живет циклично, поэтому в начале календарного и учебного года медицентр УрФУ составляет событийный план и в течение года методично «отрабатывает» повестку. Проактивный

подход предполагает, что медицентр в дополнение к уже существующей повестке самостоятельно конструирует информационные поводы. Под конструированием мы в данном случае понимаем процесс организации образовательного, профориентационного, научного, спортивного или культурного события в университете, включающий в себя генерирование идеи, ее описание, составление плана по реализации, этапы подготовки, проведения и информационного сопровождения. Профессионально сконструированные инфоповоды повышают уровень дополнительного внимания прессы к тем событиям, которые организованы «с нуля». Вариантом этой стратегии могут быть ситуации, когда к уже привычному, регулярному событию добавляется неожиданный штрих, делающий его заметным в информационной повестке.

Отдельно следует рассмотреть формы взаимодействия со СМИ в случае негативных публикаций. Тональность сообщений, касающихся университета, — важнейший параметр для качественного анализа сообщений о нем [5, 11]. Если рассматривается негативный инфоповод, особое внимание отводится анализу распространения информации и прогнозированию реакции пользователей и СМИ [Там же, 9]. «Негативным» материал может быть в зависимости как от способа его подачи (негативная авторская позиция), так и от вида события, поскольку целый ряд событий потенциально может оказать негативное воздействие на репутационную составляющую бренда [Там же]. К хорошим примерам работы с негативными публикациями можно отнести «казус Мединского», в результате которого в 2016 г. Уральский федеральный университет оказался в центре скандала, связанного с обстоятельствами присуждения степени доктора исторических наук министру культуры РФ В. Р. Мединскому. В апреле 2016 г. в Министерство образования и науки РФ было подано заявление о лишении министра ученой степени. ВАК направил это заявление на рассмотрение в диссертационный совет Уральского федерального университета. Когда стало ясно, что привнесенный извне негативный фон данного события может отразиться плохо и на репутации самого университета, медицентр УрФУ принял решение действовать максимально открыто: в частности, была организована прямая трансляция заседания диссертационного совета в актовом зале университета, а после заседания председатель диссертационного совета Д. А. Редин провел брифинг для журналистов. В целом если благодаря истории о челябинском метеорите УрФУ удалось получить рекордное количество упоминаний в зарубежных СМИ, то в случае с диссертацией Мединского был побит рекорд по физическому присутствию представителей прессы, что обеспечило рост паблисити (на площадке одновременно присутствовали 36 СМИ — более 60 человек). Тема держалась в повестке на протяжении четырех недель (728 публикаций) и по итогам 2016 г. оказалась одной из самых заметных: она заняла второе место после темы визита Ф.-В. Штайнмайера и С. В. Лаврова. Таким образом, в ситуации, в которой негативная аура самого события и его основных участников могла отразиться на университете, PR-служба постаралась привлечь внимание к тому факту, что для рассмотрения столь противоречивого вопроса был выбран именно диссертационный совет университета, известный своей научной репутацией и принципиальностью. Также делался упор на то, что университет открыл все

возможности для освещения этого не только научно, но и общественно значимого вопроса и что университет обладает необходимыми техническими и человеческими ресурсами для проведения мероприятия такого уровня.

В завершение рассмотрим еще один важный элемент работы медиацентра УрФУ — налаживание и поддержание взаимовыгодного сотрудничества со СМИ. Очевидно, что самый простой способ регулярного получения публикаций предполагает заключение контракта со СМИ, хотя многие PR-специалисты считают этот способ контрпродуктивным на том основании, что если заплатить хотя бы один раз, то данное средство массовой информации больше не будет сотрудничать без денег. С одной стороны, действительно коммерческие отношения с редакциями часто впоследствии приводят к тому, что они после первого опыта работы за деньги пытаются поставить эти отношения «на поток» и получать от вуза доход на регулярной основе. С другой стороны, опыт медиацентра УрФУ показывает и позитивную сторону коммерческого сотрудничества: коммерческие отношения с некоторыми СМИ помогли выработать у них лояльность к университету в целом и к сотрудникам пресс-службы в частности.

Можно выделить три основные модели сотрудничества между вузом и СМИ: сезонная, креативная и «террористическая». Сезонная модель основывается на том, что у каждого университета есть циклические мероприятия, которые повторяются с определенной периодичностью, и перед началом каждого такого мероприятия редакции СМИ высылают университету коммерческие предложения об освещении этого события. Креативная модель заключается в том, что рекламные отделы небольшого числа СМИ генерируют идеи по продвижению университетской тематики, что позволяет создавать интересные совместные проекты — лонгриды, прямые эфиры, акции и т. д. И третья модель — «террористическая», когда средство массовой информации искусственно ограничивает упоминание вуза в своих публикациях. При этом оно может как перестать совсем контактировать с пресс-службой и ждать ответной реакции, так и не прерывать контактов, но, например, не упоминать название вуза в своих публикациях, даже если запрос от журналиста выполнен в полной мере. В практике УрФУ был случай, когда одна из местных телекомпаний перестала упоминать название университета в своих материалах. В ответ на настойчивые расспросы пресс-службы телеканал сначала сослался на то, что упоминать название вуза запрещают юристы телеканала, что вызвало еще большее недоумение медиацентра, поскольку вуз не является коммерческой организацией. В итоге университету поступило предложение заключить контракт с каналом на освещение его деятельности, которое было отклонено, и медиацентр перестал обрабатывать запросы от данной телекомпании.

По результатам анализа общемировых тенденций взаимодействия вузов со СМИ обнаруживается все возрастающая необходимость создания собственной PR-службы в вузе (или укрепления уже существующей) и формулирования общеуниверситетской политики по продвижению университетского бренда на всех уровнях и во всех типах СМИ. Это связано как с общественным запросом на легитимацию науки, так и с медиаразворотом в деятельности самого научного и образовательного сообщества. В российском контексте жизненно важная задача

по повышению видимости университета в медиаполе сталкивается с рядом специфических вызовов.

Существует проблема консервативной внешней и внутренней среды российского высшего образования: университеты в целом с трудом «раскрываются» для общения с широкой аудиторией, PR-отделы еще воспринимаются как искусственный «придаток», а не как естественная и неотъемлемая часть университета как организма. Эта тема с трудом воспринимается и высшими руководящими инстанциями, что проявляется через отсутствие или недостаточную проработанность документов, регламентирующих взаимодействия между вузами и СМИ. Возможно, это связано и с тем, что в российском обществе еще не сформировался соответствующий «запрос». Об этом говорит и слабо развитая научная журналистика в РФ, что, однако, не означает, что «научпоп» в России не развивается.

Отдельно следует отметить недостаток стратегического планирования в сфере медиапродвижения и PR вузов. Если следовать модели PR Грюнига — Ханта, то PR в российских вузах, как правило, укладывается в первую или вторую модель, т. е. речь идет об одностороннем информировании, более или менее полном, а о полноценном двустороннем взаимодействии между вузами и обществом посредством СМИ говорить пока рано.

Фокусируясь на опыте собственно федеральных вузов, мы видим, что они находятся в двойственном положении. С одной стороны, они располагают большими ресурсами, благодаря которым могут инвестировать больше средств в PR и свое продвижение, в том числе на онлайн-платформах. Дополнительным стимулом служит и то, что перед ними поставлена задача продвижения в мировых рейтингах, что невозможно без наращивания репутационного капитала и повышения заметности вуза в медиапространстве. Все федеральные вузы заинтересованы в создании и развитии своих брендов. С другой стороны, возникают сложности с созданием единого, цельного бренда, поскольку все федеральные университеты были образованы посредством слияния нескольких «родительских» высших учебных заведений, и зачастую они вынуждены конкурировать не только с брендами других вузов, но и с «родительскими» брендами, узнаваемость которых выше среди некоторых ключевых аудиторий.

Федеральным вузам приходится ориентироваться на разных стейкхолдеров, у каждого из которых свои представления и, соответственно, ожидания, относительно университета, потому стратегии PR федерального вуза должны быть достаточно комплексными, чтобы учитывать имеющиеся различия своих адресных аудиторий.

Кроме того, в PR-деятельности медиацентров федеральных университетов должны систематически использоваться оба подхода к освещению научной и образовательной работы вуза — зеркальный и проактивный, но все же особое внимание следует отдавать второму, поскольку он позволяет использовать креативность и инновационные ресурсы самих вузов.

Наконец, периодически возникающие благодаря внешним влияниям инфоповоды могут быть как положительными (метеорит), так и негативными («казус Мединского»), потому PR-служба должна обладать достаточно гибкими

механизмами для нивелирования или минимизации ущерба в таких ситуациях, имея заранее подготовленный план «антикризисного менеджмента».

1. *Аржанова И. В., Князев Е. А.* Создание федеральных университетов: концепция и реальность // Университетское управление: практика и анализ. 2013. № 5. С. 7–14.
2. *Головкин Н. В., Рузанкина Е. А., Зиневич О. В.* «Третья миссия» университета и проект общественного понимания науки: доклад Бодмера // Философия образования. 2014. № 6(57). С. 77–93.
3. *Горкина М. Б., Мамонтов А. А., Манн И. Б.* PR на 100 %: Как стать хорошим менеджером по PR. М., 2009.
4. *Гуреева А. Н.* Медиатизация научно-образовательной деятельности в Интернете: сайт российского вуза // Вестн. МГУ. Сер. 10. 2017. № 3. С. 58–88.
5. *Ларионов Е.* Краткое руководство по медиаанализу и оценке эффективности PR [Электронный ресурс] // АКос. 2015. URL: [http://www.akospr.ru/wp-content/uploads/2015/06/AKOS\\_Ex-Libris\\_rukovodstvo\\_02.09.2015.pdf](http://www.akospr.ru/wp-content/uploads/2015/06/AKOS_Ex-Libris_rukovodstvo_02.09.2015.pdf) (дата обращения: 21.03.2019).
6. *Мельник Д., Меренков А., Макурова Ю., Веселкова Н.* Федеральный университет: миссия выполнима? [Электронный ресурс] // Отеч. зап. 2013. № 4(55). URL: <http://www.strana-oz.ru/2013/4/federalnyy-universitet-missiya-vypolnima> (дата обращения: 21.03.2019).
7. Проект повышения конкурентоспособности ведущих российских университетов среди ведущих мировых образовательных центров «5–100» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.5top100.ru/about/more-about/> (дата обращения: 21.03.2019).
8. *Широкова И.* Роль и технологии PR в период кризиса // Ремедиум. 2009. № 4. С. 30–34.
9. *Щуревич Е. Ю.* Создание информационного повода, или Как сотрудничать со СМИ бесплатно? // PR в изменяющемся мире: региональный аспект / под ред. М. В. Гундарина, А. Г. Сидоровой, Ю. В. Явинской. 2011. № 9. С. 160–171.
10. *Badenschier F., Wormer H.* Issue Selection in Science Journalism: Towards a Special Theory of News Values for Science News? // The Sciences' Media Connection — Public Communication and its Repercussions / Eds. S. Rödder, M. Franzen, P. Weingart. Heidelberg ; London ; New York, 2012. P. 59–87.
11. *Bauer M. W.* Public Attention to Science 1820–2010 — A 'Longue Duree' Picture // The Sciences' Media Connection — Public Communication and its Repercussions / Eds. S. Rödder, M. Franzen, P. Weingart. Heidelberg ; London ; New York, 2012. P. 35–59.
12. *Chapleo C.* What Defines 'Successful' University Brands? // International Journal of Public Sector Management. 2010. № 23(2). P. 169–183.
13. *Dearing J. W., Rogers E. M.* Agenda-Setting. Thousand Oaks ; London ; New Delhi, 1996.
14. *Drori G. S., Delmestri G., Oberg A.* Branding the University: Relational Strategy of Identity Construction in a Competitive Field // Trust in University / ed. L. Engwall. L., 2013. P. 137–151.
15. *Duhe S. C.* New Media and Public Relations. New York ; Baltimore ; Bern ; Frankfurt am Main ; Berlin ; Brussels ; Vienna ; Oxford, 2007.
16. *Filip A.* Marketing Theory Applicability in Higher Education // Social and Behavioural Sciences. 2012. № 46. P. 912–916.
17. *Franzen M., Weingart P., Rödder S.* Exploring the Impact of Science Communication on Scientific Knowledge Production: An Introduction // The Sciences' Media Connection — Public Communication and its Repercussions / Eds. S. Rödder, M. Franzen, P. Weingart. Heidelberg ; London ; New York, 2012. P. 3–17.
18. Higher Education Branding and Public Relations [Electronic resource] // Hanover Research. 2014. June. URL: <https://www.hanoverresearch.com/media/Higher-Education-Branding-and-Public-Relations.pdf> (accessed: 21.03.2019).
19. *McCombs M.* A Look at Agenda-Setting: Past, Present, and Future // Journalism Studies. 2005. Vol. 6, № 4. P. 543–557.
20. *Peters H. P.* Gap between Science and Media Revisited: Scientists as Public Communicators // Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America. 2013. № 110. P. 14102–14109.



21. *Peters H. P.* Scientific Sources and the Mass Media: Forms and Consequences of Medialization // The Sciences' Media Connection — Public Communication and its Repercussions / Eds. S. Rödder, M. Franzen, P. Weingart. Heidelberg ; London ; New York, 2012. P. 217–241.
22. *Stack M.* Global University Rankings and the Mediatization of Higher Education. L., 2016.
23. *Tomaselli K., Parker B.* The Image of an 'Open' University // Reality. 1986. P. 7–10.
24. *Weingart P.* The Lure of the Mass Media and its Repercussions on Science // The Sciences' Media Connection — Public Communication and its Repercussions / Eds. S. Rödder, M. Franzen, P. Weingart. Heidelberg ; London ; New York, 2012. P. 17–35.

*Статья поступила в редакцию 23.03.2019 г.*

УДК 070.11 + 81'42 + 004.032.6

**Е. А. Исакова**  
**О. А. Михайлова**

### **ТЕКСТОВАЯ КАТЕГОРИЯ «СОБЫТИЕ» В СОВРЕМЕННОМ РЕПОРТАЖЕ**

Статья посвящена исследованию современного репортажа с точки зрения категории «событие», которая составляет основу жанра. Цель исследования — выявление специфики представления в репортаже обязательных компонентов фрейма «событие», к числу которых авторы относят компоненты «содержание события»; «субъекты события»; «время, когда происходит событие»; «место/пространство, где происходит событие». Анализ показывает, что специфика представления компонента «содержание события», которая позволяет разграничить моно- и полисобытийные репортажи, предопределяет специфику репрезентации таких составляющих, как документальное представление участников или создание ярких образов субъектов события, континуальность времени и локальная цельность или дискретная структура темпоральности и локальности, актуализация, помимо физического, социального времени и пространства и др.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** репортаж; событие; субъект события; категория локальности; категория темпоральности.

Репортаж — исторически один из первых жанров журналистики, который устойчиво сохраняет свои позиции в структуре современных медиа. Основными жанрообразующими признаками репортажа являются событийность, представленность Я репортера и «эффект присутствия» [10, 17, 18]. Событие — это денотат

---

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-012-00399А.

ИСАКОВА Елена Александровна — кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры языков массовых коммуникаций Уральского федерального университета (e-mail: e.a.isakova@urfu.ru).

МИХАЙЛОВА Ольга Алексеевна — доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации Уральского федерального университета (e-mail: oamih@yandex.ru).

© Исакова Е. А., Михайлова О. А., 2019

репортажа, поэтому, «даже если автор желает в форме репортажа дать нам представление о предмете или явлении... все равно предмет должен быть включен в некое событие, действие» [10, 45].

Категория «событие» — это гетерогенная сущность, онтологическая и лингвистическая модели которой включают ряд элементов. Событие рассматривается как сценарий [1, 15] или фрейм [6], т. е. как когнитивная структура, «в которой выделяются определенные компоненты и отношения между ними» [2, 108]. Набор компонентов категории «событие» точно не определен (см. обзор в: [5, 11–12]). Обязательным компонентом рассматриваемой категории является «изменение положения дел» [6], явление, действие, происшествие и т. п., непосредственно составляющее содержание события. Фрейм «событие» включает также в качестве обязательного компонент «субъекты/участники события» [3, 15], так как события представляют «среду погружения человека в мир» [1, 103]. Поскольку в журналистике событие понимается как «точно фиксированный в пространстве и во времени (т. е. с ясным началом и концом) шаг в общественном процессе» [18], необходимыми компонентами категории «события» являются «время» и «пространство» [1, 3]. Таким образом, в структуре фрейма «событие» могут быть выделены следующие компоненты: «содержание события»; «субъекты события»; «время, когда происходит событие»; «место/пространство, где происходит событие».

Цель нашего исследования — выявить особенности представления компонентов категории «событие» в современном репортаже.

Материалом послужили репортажи из российских печатных СМИ: журнала «Русский репортер» (далее — РР), газеты «Комсомольская правда (Москва)» (далее — КП), а также программ «Время» Первого канала и «Профессия — репортер» телеканала «НТВ» (далее — ПР)<sup>1</sup> за последнее десятилетие.

Анализ компонента «содержание события» показал, что современные репортажи могут быть монособытийными и полисобытийными (о газетных текстах с одним событием и многособытийных текстах см.: [11, 92–107]). В монособытийных репортажах освещается одно конкретное мероприятие из какой-либо сферы общественной жизни, например: *встреча президентов России и Турции (Смирнов Д. Эрдоган приехал в Москву за газом, С-400 и миром в Сирии // КП. 2019. 9 апр.); кастинг на телевизионном шоу (Арефьев Е. На «Голос-4» идут коллективами // КП. 2015. 2 июля); юбилейная выставка В. Серова (Паутова О. Первый канал. 07.10.15. 21:43); начало всероссийской акции «Вахта памяти» (Лазарев А. Первый канал. 09.04.2019. 15:00) и т. п.*

Событие в таком репортаже может включать один или несколько эпизодов, однако оно всегда мыслится как целостное, объединенное одним пространством, хотя и протяженное по времени. Автор подробно освещает центральный эпизод и лишь упоминает о других. Например, в центре телерепортажа (прямого включения) И. Прозорова (Первый канал. 11.03.2014. 18:20) находится церемония

<sup>1</sup> В качестве примеров из телерепортажей в статье приводятся фрагменты расшифрованных авторами материалов.

награждения победителей Параолимпийских игр. Корреспондент подробно описывает этап награждения, во время которого репортаж передается в эфир:

*Идет проливной дождь / немного холодно... <...> Ну и вот / собственно / сотни людей прямо сейчас наблюдают за церемонией награждения призеров в лыжных гонках / и поддерживают их / собственно // Кричат / конечно / очень громко поддерживают российских атлетов // <...> Прямо сейчас звучит гимн Канады / ...серебро у России //*

Но кроме главного эпизода, представляющего основное содержание события, в текст репортажа точно включена информация о выступлениях спортсменов, предшествовавших награждению, о полученных ранее наградах, а также об эпизодах, отнесенных в план будущего:

*Еще один раз должен прозвучать гимн Российской Федерации и здесь / когда будет проходить награждение атлетов / победивших сегодня // <...> Весь пьедестал будет российский // Роман Петушков / Алексей Быченков и Григорий Мурыгин поднимутся на пьедестал //*

Полисобытийные репортажи строятся на описании ряда событий, которые могут быть объединены одним субъектом, а могут быть связаны с разными субъектами. Так, в телерепортаже В. Такменева «Беспощадные» (ПР. 22.09.2007), посвященном проблеме помилования заключенных в России, выделяются четыре событийные линии, связанные с разными субъектами: (1) поездка автора с одной из героинь — Ж. Милютиной — в ее родной город; (2) один день в мужской колонии «Южная», проведенный автором с другим героем — Ю. Лебедевым; (3) поездка автора к недавно помилованной Н. Агдеевой и (4) поездка в колонию на остров Огненный, где содержатся пожизненно заключенные.

Репортажи полисобытийного типа строятся, как правило, по схеме «прогулка» или «экскурсия», либо представляют «один день из жизни...». Корреспондент на некоторое время погружается в среду, которая и становится объектом изображения в репортаже. Рассказ об этом погружении позволяет автору выстроить повествование о ряде произошедших событий, субъектами которых выступают сам журналист и его герои. Например, репортаж Ю. Вишневецкой «Точка отсчета» (ПР. 2009. 26 авг.), где показана «неделя жизни России глазами бригады “скорой помощи”», или телерепортаж А. Зиненко «В бой идут одни пацаны» (ПР. 26.10.2012) — про будни «народных силовиков» в Магнитогорске.

Отметим, что выделенные нами в опоре на представление компонента «содержание события» моно- и полисобытийный репортажи пересекаются с разновидностями жанра, описанными в работах по теории жанров журналистики. Так, монособытийный репортаж соответствует выделенным и описанным исследователями событийному или информационному репортажу, а полисобытийный — тематическому (или тематико-познавательному), проблемному и аналитическому репортажам (см. работы С. М. Гуревича [4, 128]; Л. М. Майдановой [10]; М. Н. Кима [9, 336]; В. В. Смирнова [16, 85]; пособие «Радиожурналистика» под ред. А. А. Шереля [14, 202] и др.), а также расследовательскому [12, 122] и исследовательскому

[7, 219]. При этом в перечисленных работах уже указывалось на связь отражения события с организацией текста репортажа. Так, М. Н. Ким при описании аналитической разновидности репортажа отмечает: «Для раскрытия сути той или иной проблемы журналист может рассмотреть не одно, а несколько однородных событий, происшедших в разное время и в разных местах, но обусловленных одними и теми же причинами. Поэтому в аналитическом репортаже возможны временные и пространственные смещения» [9, 337]. В дальнейшем мы будем использовать именно термины «монособытийный репортаж» и «полисобытийный репортаж», что обусловлено предметом и задачами нашего исследования.

Характер базового компонента «содержание события» предопределяет специфику других составляющих анализируемой текстовой категории, в частности компонента «субъекты события». В репортажах монособытийного типа это непосредственные участники события. Автор представляет их объективно, документально, ограничиваясь минимальной характеристикой. Так, телерепортаж А. Евтяковой о Международном турнире по боевому самбо (Первый канал. 30.08.2015. 15:11) начинается с презентации участников, перечисления соперников команды россиян из разных стран:

*Международный турнир «Платформа S-70» проходит ежегодно // Встречаются мастера разных стилей боевого искусства // Сборная России / против лучших бойцов мира / спортсменов из США / Канады / Бразилии / Казахстана //*

И далее дана информация об отдельных, наиболее именитых участниках:

*Главный бой вечера / поединок между россиянином Вадимом Немковым / чемпионом мира и Европы по боевому самбо / и бразильцем Хоакимом Ферейра / мастером джиу-джитсу //*

В другом фрагменте закадрового текста представлены зрители, среди которых — первые лица государства и спортсменка международного класса, что подчеркивает важность мероприятия, его значимость:

*Зал неистово болеет за россиян // Среди зрителей / Президент страны Владимир Путин / который и сам является мастером боевых искусств // На трибуне рядом с ним / чемпионка мира по боксу Наталья Рогозина // Поддержать бойцов приехал и глава правительства Дмитрий Медведев //*

Субъекты события в монособытийном телерепортаже могут получить более полную характеристику через интервью, взятое у них автором и включенное в передачу. В анализируемом репортаже дано интервью с участником, ставшим впоследствии чемпионом турнира, — Вадимом Немковым:

*Мне кажется / он полезет в борьбу со мной / будет бороться // Так как я представитель боевого самбо / я могу и в партере побороться / могу и в стойке поработать с ним //*

В полисобытийном репортаже субъекты занимают более значительное место — становятся героями события. В их описании используется широкий арсенал

разработанных в художественной литературе средств: оценочные номинации (в качестве имени может использоваться прозвище или кличка), биография, портрет и прямая речь, авторская характеристика действий и поступков героев. С помощью этих средств автор репортажа создает яркие образы отдельных персонажей.

Так, в телерепортаже «Лагерная смена» (ПР. 21.01.2012) субъектом является бандит Леха Горбовский:

*Леху Горбовского оперативники задержали случайно // После дружеской попойки / отчаянно требовал взаимности у проходящих мимо женщин // Уже в отделе выяснили / за Лехой / преступления посерьезней //...*

*У Лехи как в Библии // Вначале / слово // Розенталя не читал / но ревнив к словам / как филолог // Борется за чистоту фени // Методы /может / и не просвещенные / но и Леха не гуманист //*

Автор репортажа С. Ерженков представляет своего героя, используя метафоры (*борется за чистоту фени*), эвфемизмы (*требовал взаимности*), прецедентный текст (*дружеская попойка*), иронию (последний абзац).

В полисобытийном репортаже субъекты события могут выдвигаться в центр категории «событийность», отодвигая на второй план собственно событие, которое «дефокусируется» [8, 65]. В таких текстах создается типизированный образ представителя определенной социальной группы. Подобные собирательные персонажи, будучи объединенными каким-либо идентификационным фактором, включаются в оппозицию «свой — чужой» и поэтому воспринимаются адресатом как «Другие». Через субъекта-Другого автор репортажа фокусирует внимание читателя на каком-либо социальном явлении, социальной проблеме. Например, в приведенных выше репортажах — это бандитизм в одном из населенных пунктов Забайкалья (С. Ерженков. «Лагерная смена»), тема помилования заключенных в России (В. Такменев. «Беспощадные»). Как правило, проблемный характер носят материалы рубрики «Репортаж» в журнале «Русский репортер»: «Остров-рыба» И. Найденова (ПР. 2008. 11 сент.) — о трудностях жизни на Сахалине, «Сексуальная контрреволюция Кадырова» М. Ахмедовой — о работе Комиссии по восстановлению семей в Чечне (ПР. 2017. 10 нояб.), «Размножение и наказание» Ю. Гутовой — о проблемах, с которыми сталкиваются беременные заключенные женщины (ПР. 2012. 5 апр.), и др.

Характер ведущего категориального компонента «содержание события» — монособытийность или полисобытийность — оказывается определяющим и для представления в репортаже категории темпоральности. Специфика отражения времени как компонента событийности проявляется в двух аспектах.

Во-первых, категория темпоральности в репортаже связана с отражением естественного, физического времени. Поскольку репортаж по своей природе является жанром, оперативно представляющим информацию, возможны два варианта соотношения события и времени его протекания: сообщение о событии совпадает с временем происходящего события либо событие предшествует сообщению о нем.

В монособытийных репортажах, цель которых — сообщить о сиюминутном актуальном событии, встречаются оба варианта. Если событие разворачивается

параллельно с сообщением о нем, то на одновременность указывают наречие *сейчас* и его синонимы, а также глаголы настоящего актуального времени:

*Ну а прямо сейчас идет пленарное заседание / на котором Владимир Путин уже сделал ряд важных заявлений* (Репортаж о Международном арктическом форуме. Первый канал. 09.04.2019. 15:00). *В Казани в эти минуты проходит финал женских соревнований по хайдайвингу* (С. Костина. Первый канал. 04.08.2015. 15:25).

В том случае, когда событие предшествует сообщению, в монособытийных репортажах обязательно подчеркивается максимальная оперативность информации:

*Итак / главное событие / на Украине сегодня выбрали президента // Избирательные участки закрылись менее часа назад // На данный момент известна явка / шестьдесят шесть и восемь десятых процента* (Первый канал. 31.03.2019. 21:00).

Корреспонденты используют темпоральные маркеры: наречия *сегодня* (наиболее частотное), *вчера* и др., глагольные формы синтаксического индикатива прошедшего времени с разными оттенками (прежде всего — перфектным):

*Сегодня на выставке в Нижнем Тагиле были раскрыты некоторые военные тайны* (С. Цуцкин. Первый канал. 09.09.2015. 21:00). *В расписании Путина вчера значились сразу 6 встреч и один неформальный обед* (КП. 2015. 9 июля).

В полисобытийных репортажах события всегда предшествуют сообщениям и могут значительно отстоять от них во времени. Автор готовит материалы и представляет их аудитории после завершения события, так как ему требуется время на осмысление собранной информации. Темпоральные показатели в этом случае носят общий характер (указание на время года, месяц, праздник и т. п.) и включаются факультативно. Например, ряд темпоральных маркеров такого характера включены в зачин репортажа М. Ахмедовой «Новый год. Новая война» (РР. 2015. 23 янв.):

*Корреспондент «РР» встретила 2015 год в Донбассе и на Западной Украине, чтобы понять, почему продолжает воевать страна, в которой на Рождество все желали другу другу мирного неба над головой.*

В репортаже Ю. Гутовой «Бабушка, надеюсь, я этот кошмар забуду, когда вырасту?» (РР. 2012. 19 июля), рассказывающем о том, как переживают последствия трагедии в Крымске, время указано в подзаголовке: *Как живет Крымск через две недели после трагедии.*

Во-вторых, наблюдаются различия в способе представления времени. Для репортажей монособытийного типа характерна установка на изображение времени как темпорального континуума. Подобное представление создается благодаря точечному выделению отдельных этапов события. Так, в репортаже В. Баранца «Победа с привкусом горчицы» (КП. 2015. 2 окт.) ход сравнительно короткого события — футбольного матча — описывается буквально по минутам: *первый*

*тайм, второй тайм, 53-я минута, 60-я минута, 68-я минута, 3:2, 74-я минута.* Континуальность изображаемого периода подчеркивается общей композицией: постепенное увеличение напряжения, кульминация и итог.

В полисобытийных репортажах физическое время представлено дискретно, что отражается в условном характере темпоральных маркеров и фрагментарной композиции текста. Например, текст Ю. Гутовой «Убойный гуманизм» (РР. 2012. 31 окт.) представляет достаточно долгий период жизни героев — одну неделю, и в этом репортаже выделены (с подзаголовками) фрагменты, описывающие разные события. Каждый фрагмент-событие соответствует одному событию недели, которое задается темпоральным маркером общего характера: *уже вечер понедельника; вторник, девять утра; одиннадцать; ранним утром после дежурства; полдень; пятница, рабочий день закончен; вечером в воскресенье.*

Событийные линии в таких репортажных текстах, как и отдельные события в них, могут развиваться последовательно или параллельно и образуют темпорально организованную систему. Например, в репортаже И. Найденова «Летательный исход» (РР. 2011. 28 апр.) рассказывается о работе врачей санитарной авиации, которые оказывают помощь жителям ямальской тундры, и последовательно подаются события, представляющие разные стороны деятельности героя и выдержанные в стиле зарисовок с элементами интервью: беседа журналиста с врачом Салехардской окружной больницы, осмотр простуженного ребенка, к которому журналист летит вместе с фельдшером санавиации, визит в окружную больницу, транспортировка больных вместе с другим фельдшером и др.

А вот в репортаже В. Такменева «Беспощадные» (РР. 22.09.2007) две основные событийные линии (о Жанне Милютиной и об одном дне, проведенном автором в колонии вместе с заключенным Юрием Лебедевым) развиваются параллельно. Параллельное развитие двух основных событийных линий в течение суток обозначено с помощью аудиовизуального ряда: когда повествование переходит от одной событийной линии к другой, экран условно делится на две части. В них показаны персонажи в одно и то же время, которое обозначено внизу экрана с помощью циферблата: 09:00, 12:00, 16:00, 19:00, 23:00. Одновременно используется синхронный шум — щелчки метронома. Усложнение композиции текста, обусловленное включением нескольких событийных линий, сближает полисобытийные репортажи с текстами художественно-публицистических жанров.

Наконец, третье отличие в представлении компонента «время» в моно- и полисобытийных репортажах состоит в сложности его содержания. В полисобытийных репортажах, где в фокусе внимания оказывается социальное явление или социальная проблема, не только отражается физическое время, но и актуализируется время социальное, конструируется и транслируется социальная модель времени. Так, в процитированном выше телерепортаже «Лагерная смена» (РР. 21.01. 2012) воспроизводится социальная модель времени 1990-х в России, через сопоставление с которой конструируется образ 2010-х в Забайкалье:

*Нам казалось / малиновый пиджак сдан в комиссионку / а браткоубийственные войны / давно закончились // Но пока вскормленная Сибирью Москва опоясывала себя*

*дорожными кольцами и белыми ленточками / за Байкалом выросло поколение тех / для кого девяностые только начались //*

Обратимся к компоненту «место события», который также имеет варианты в зависимости от базового компонента «содержание события». Наблюдения позволяют сделать два основных вывода.

Первый. В текстах моно- и полисобытийных репортажей по-разному представлена структура географического пространства. В репортажах, описывающих одно событие, подчеркивается локальная цельность этого события: фрагмент географического пространства представляет собой четко очерченный и идентифицированный локус. Точные локальные указатели обязательно включаются в сильные позиции текста — в начало, реже в конец. В печатных СМИ локальные указатели, как правило, включаются в заголовок: *Эрдоган приехал в **Москву** за газом, С-400 и миром в Сирии* (Д. Смирнов. КП. 2019. 9 апр.); *Путин в **Крыму** угостил Берлускони «Массандрой»* (Д. Смирнов. КП. 2015. 12 сент.) — либо в подзаголовок: *Первый губернатор в 2019-м попросился в **Кремле** пойти на перевыборы* (подзаголовок; КП. 2019. 30 марта); *Начались репетиции празднования 9 Мая на **Красной площади в Москве** и еще в 27 городах страны* (подзаголовок; КП. 2019. 9 апр.).

В полисобытийных репортажах категория локальности имеет дискретную структуру и изображаемое пространство может включать ряд локусов. Например, в репортаже «Остров-рыба» (РР. 2008. 11 сент.) пространство представлено цепочкой номинаций городов, по которым проходил маршрут путешествия по Сахалину: *портовый город Корсаков — поселок Горнозаводск — Невельск — Холмск — Южно-Сахалинск — Анива — поселок Рыбацкое*. По нашим наблюдениям, компоненты «время» и «место» обычно реализуются в репортажах изоморфно: соответствующие отдельным локальным точкам события могут следовать друг за другом или разворачиваться параллельно. В частности, последовательно описываются события в разных точках в репортаже И. Найденова «Остров-рыба», что сообщает тексту черты путевого очерка. А событийные линии в репортажах программы «Профессия — репортер» нередко развиваются параллельно, что помогает показать масштабы обсуждаемого социального явления или сопоставить эпизоды, связанные с разными героями. Так, в репортаже Ю. Варенцовой «Приговоренные к нищете» (09.10.2012) бедность как проблема, актуальная для всей России, показана в том числе и с помощью параллельно развивающихся в Челябинске и Ярославле событийных линий.

Второй вывод о вариативности категории локальности связан с типами отраженных пространств. В монособытийных репортажах представлено реальное географическое пространство, для описания которого привлекаются различные средства. В частности, в телерепортаже точное, документальное изображение локуса события создается с помощью богатого арсенала аудиовизуальных средств, позволяющих журналисту компрессировать вербальную часть, отмечая только отдельные важные детали. Так, репортаж И. Прозорова о церемонии закрытия Универсиады (Первый канал. 12.03.2019. 21:00) начинается с описания места события. В кадре показано, как участники из разных стран общаются в ожидании



начала церемонии (на экране — подпись «Красноярск»), а сам корреспондент произносит следующий текст:

*Поездка в далекую незнакомую Сибирь / стала настоящим откровением / для тысяч гостей со всей планеты / и прочувствовать эту атмосферу лучше всего здесь / прямо перед церемонией закрытия // Спортсмены из разных стран обмениваются сувенирами / шарфиками / куртками... Ну и главное / контактами / новых друзей со всей планеты //*

Компонент «локус» в репортаже выполняет семиотическую функцию, так как в сознании зрителя связывает Красноярск, Сибирь, Универсиаду, и становится прагматически нагруженным в структуре категории «событие».

Яркое описание места события стараются, по возможности, дать и авторы газетных текстов, чтобы усилить достоверность сообщения, сделать его более живым и эмоциональным. Например, репортаж Д. Смирнова (КП. 2015. 9 июля) об открытии саммитов БРИКС и ШОС в Уфе начинается с эпизода встречи делегаций в аэропорту. Автор не просто маркирует локус происходящего события (*Уфа, аэропорт, самолет*), но и осложняет категорию локальности описанием погоды, чтобы создать для читателя «эффект присутствия»:

*Выглянув в открытую дверь самолета, приземлившегося в Уфе, и увидев, что под таким дождем сухим не пройти, Владимир Путин принялся на ходу открывать зонт.*

*Глава Башкирии Рустэм Хамитов в первый день саммита БРИКС встречал в аэропорту всех высоких гостей, и вид у него был извиняющийся. Словно это он был виноват в непогоде. Его подбадривали — дождь хорошая примета. Значит, саммиты пройдут как надо. Он в ответ улыбался.*

Изображение географического пространства в репортажах монособытийного характера конкретно, тогда как в полисобытийных репортажах оно часто типизировано: точные топонимы отсутствуют, а иногда — открыто изменяются автором:

*Очередная рабочая неделя, которую опера убойного отдела решили показать без купюр корреспондентам «РР» при одном условии: **наврать, что все это происходит, например, в Новосибирске** (РР. 2012. 31 окт.).*

Нечеткость, размытость знаков географического пространства в репортажах полиосбытийного характера обусловлена актуализацией в них пространства социального. Описываемые в репортажах события посвящены общественным проблемам, напрямую связанным с определенным географическим пространством. Например, телерепортаж А. Лошака «Жизнь в тупике» (ПР. 18.12.2007) рассказывает о жителях глухих уральских деревень, на подъезде к которым кончается сначала железная дорога для поездов, а потом и узкоколейка для мотодрезин. Люди в таких населенных пунктах, не имея часто даже электричества и оказываясь полностью изолированными от крупных городов, постепенно деградируют. Основную мысль выражает включенная в название лексема *тупик*, которая может пониматься в прямом, пространственном значении ‘железнодорожный станционный или иной путь, сообщающийся с другими путями только одним концом’ [13, 816] и в переносном, метафорическом

значении — ‘безвыходное положение, а также вообще то, что не имеет перспективы дальнейшего развития’ [13, 816].

Таким образом, категория «событие», составляющая основу жанра репортажа, имеет структуру фрейма, в котором выделяются обязательные компоненты «содержание события»; «субъекты события»; «время, когда происходит событие»; «место/пространство, где происходит событие».

Анализ центрального компонента «содержание события» показал, что современные репортажи могут быть монособытийными и полисобытийными, и этот признак предопределяет специфику других составляющих фрейма.

В репортажах монособытийного типа субъекты события — это объективно представленные непосредственные участники события; время изображается как темпоральный континуум и обычно совпадает с временем происходящего события; задается локальная цельность события. Локальные и темпоральные показатели в текстах монособытийных репортажей подчеркивают достоверность, документальную точность изложения, позволяют создать «эффект присутствия».

В полисобытийном репортаже создаются яркие образы субъектов события; время события и сообщения о нем не совпадает, и событие может значительно предшествовать времени репортажа. Категории темпоральности и локальности имеют дискретную структуру, и событийные линии, как и отдельные события, могут развиваться последовательно или параллельно, образуя темпорально и/или локально организованную систему. В фокусе внимания полисобытийных репортажей оказывается социальное явление или социальная проблема, поэтому конструируется и транслируется социальная модель времени и пространства.

Современный репортаж находится в поиске новых форм, и специфика представления структурных компонентов категории «событие» в тексте репортажа свидетельствует о внутрижанровой дифференциации вариантов.

- 
1. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М., 1988.
  2. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику. Тамбов, 2014.
  3. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста. Томск, 2006.
  4. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра. М., 2004.
  5. Давыдова Е. А. Категория «событие»: онтологический и лингвистический аспекты : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2012.
  6. Дубровская О. Н. Имена сложных речевых событий в русском и английском языках : дис. ... канд. филол. наук [Электронный ресурс]. Саратов, 2001. URL: <http://www.twirpx.com/file/1269077/> (дата обращения: 05.02.2019).
  7. Егоров В. В. Телевидение: теория и практика. М., 1993.
  8. Ирисханова О. К. Игры фокуса в языке: семантика, синтаксис и прагматика дефокусирования. М., 2014.
  9. Ким М. Н. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2011.
  10. Майданова Л. М. Практическая стилистика жанров СМИ. Екатеринбург, 2006.
  11. Майданова Л. М. Структура и композиция газетного текста. Красноярск, 1987.
  12. Мельник Г. С., Тепляшина А. Н. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2004.
  13. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. М., 2005.

14. Радиожурналистика / под ред. А. А. Шереля. М., 2000.
15. Резникова С. С. Концепт «событие» и способы его вербальной репрезентации в СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2006.
16. Смирнов В. В. Жанры радиожурналистики. М., 2002.
17. Солганик Г. Я. Стиль репортажа. М., 1970.
18. Третьичный А. А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс]. М., 2002. URL: <http://evartist.narod.ru/text2/03.htm> (дата обращения: 05.02.2019).

*Статья поступила в редакцию 22.04.2019 г.*

УДК 070.1:316.7 + 004.032.6

**С. И. Симакова**  
**А. П. Енбаева**

### **МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ СТОРИТЕЛЛИНГ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Обосновывается актуальность сторителлинга в сфере массовых коммуникаций. Выделяются виды digital-сторителлинга: мультимедийный сторителлинг, кросс-медийный сторителлинг и трансмедийный сторителлинг. На примере сайта «AIF.ru» демонстрируется применение мультимедийного сторителлинга для реализации эстетического потенциала журналистских материалов.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** сторителлинг; мультимедийный сторителлинг; спецпроект; нарративы; сайт «AIF.ru».

Теме сторителлинга посвящено сегодня достаточно большое количество научных работ, поскольку она становится все более актуальной в сфере массовых коммуникаций. По мнению С. А. Шомовой, «сторителлинг востребован сегодня в самых разных областях человеческого взаимодействия: корпоративных коммуникациях и управлении персоналом, брендинге, психологическом консультировании и иных сферах» [7, 302]. Абсолютно новым этот термин назвать нельзя, считается, что впервые он был употреблен еще в 1985 г. в сообщении о «круглом столе» на тему «Сторителлинг в массовой культуре и повседневной жизни» [8, 73]. Однако сегодня этот термин приобретает более широкое распространение, становясь медиатрендом.

В 2006 г. «Harvard Business Review» («Гарвардский бизнес-обзор») назвал сторителлинг одной из самых успешных бизнес-идей года. Необходимо отметить,

---

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

ЕНБАЕВА Алена Павловна — магистрант Челябинского государственного университета (e-mail: [simakovi@mail.ru](mailto:simakovi@mail.ru)).

© Симакова С. И., Енбаева А. П., 2019

что «прежде чем появиться в медиасфере, он получил признание в бизнес-среде» [4, 141], куда пришел из нарративной психологии. Авторы статьи «Сторителлинг — тренд современной журналистики» так описывают путь сторителлинга в журналистику: «*нарративная психология* (нарратив как обмен историями, пропущенными через собственное “я”) — *бизнес* (технология управления персоналом компании) — *медиа* (удобный способ для рассказа сложных, личных, запутанных историй)» [3, 28].

Современный человек живет в мире историй. История — это часть культуры, инструмент познания мира, инструмент самопознания. По мнению Ю. А. Черненко, «человечество воспринимает все происходящее вокруг через истории», ученый подчеркивает, что истории «...необходимы человеческому сообществу как один из важнейших способов обсуждения морально-этических и социальных проблем, метод привлечения внимания широкой общественности к этим вопросам и вовлечения ее в дискуссию. Чем понятнее история для адресата, тем лучше она отвечает актуальным настроениям, общей нарративной картине мира, тем сильнее будет отклик на нее» [6]. Автор статьи «Сторителлинг как эффективный механизм формирования позитивного образа современного образования, используемый печатными СМИ» на вопрос «Почему истории работают?» отвечает так: «Люди любят слушать истории. Хорошая, мотивирующая история всегда несет в себе несколько ключевых “ингредиентов”, а именно: эмоции, сопереживание слушателя и, конечно, смысл, ради которого история звучит. Эмоции помогают лучше воспринимать и запоминать материал. Сопереживание позволяет соотносить историю со своим опытом и держать внимание слушателя. В смысле заложена суть, то есть главная идея рассказчика или вывод, который должен сделать слушатель. Истории задействуют наше образное мышление, “включают” эмоциональные центры в головном мозге, поэтому сообщения, которые мы слышим, лучше достигают наших сердец. Сторителлинг — история, которая рассказывается не просто так, а для того, чтобы достичь определенной цели» [1, 31]. В связи с чем сегодня в сфере массовых коммуникаций искусство создания и рассказывания историй — сторителлинг — приобретает актуальное значение.

По нашему мнению, сторителлинг — это технология, набор приемов и методов, вовлекающих потребителя в повествовательный акт, провоцирующих его на активную эмпатию, сопереживание описываемым драматическим событиям. Исследователь В. С. Варакин считает журналистику «социальной системой сторителлинга», а журналистский сторителлинг — инструментом порождения и представления смыслов социальной действительности, способом понимания обществом самого себя [2, 92–99]. Мы не можем согласиться с однозначностью подобной трактовки. По нашему мнению, такой подход позволяет трактовать журналистский сторителлинг неоправданно широко, включая в него фактически все журналистские тексты. Мы считаем, что это крайне неверно. Например, некорректно говорить о сторителлинге в новостной журналистике [3, 28]. Мы считаем, что полноценная журналистская история, подготовленная с опорой на приемы сторителлинга, может быть создана только в контексте публицистической журналистики. Медийная история, подготовленная с опорой на методы

сторителлинга, предполагает полное погружение в текст, напряженное ожидание концовки, разрешения ситуации, в которой оказались герой/герои повествования. Следовательно, с одной стороны, сторителлинговой коммуникацией оказывается изложение материала сквозь призму личностного, авторского восприятия, с другой — эмоциональная реакция адресата (читателя/слушателя/зрителя).

Мы придерживаемся мнения А. Скворцова, считающего, что для создания сторителлингового медиапродукта необходимы следующие составляющие: 1) поскольку история происходит с персонажем, то нужен персонаж; 2) история — это обязательно перемены, изменения, причем изменения ценностные, т. е. чтобы у персонажа в жизни появилось нечто важное, чего не было ранее. Пожалуй, это самое главное и необходимое качество истории. Без него повествование будет, а история — нет; 3) «качественная» история заставляет адресата ей сопереживать, ставя себя на место героя; 4) история требует указания на то, когда происходили описываемые события, как долго и где; 5) «...материалом истории являются события. Общие слова могут быть лишь связующим цементом, но не содержанием. Рассказ, состоящий из общих слов, — это цементная каша. Поиск фактов, событий, примеров — самое сложное, но и самое интересное занятие» [5].

В медийной сфере сторителлинг обладает огромным потенциалом. Технологии подготовили почву для создания и развития цифровых и сетевых коммуникаций («новых медиа»), в том числе и сетевых СМИ, воспроизводящих новую медиареальность со своими правилами, со своими особенностями создания и репрезентации журналистских сообщений, со своей аудиторией, а также со своей чрезвычайно насыщенной конкурентной средой (где массмедиа соперничают не только друг с другом, но и с все новыми и новыми агентами медийного рынка, например, с онлайн-играми, социальными сетями, микроблогами, видеохостингами и пр.). И журналистская история — сторителлинг — меняется под влиянием технологического прогресса.

Мы выделяем следующие виды digital-сторителлинга: мультимедийный сторителлинг, кросс-медийный сторителлинг и трансмедийный сторителлинг. Несмотря на то, что трансмедийный сторителлинг сегодня находится на пике обсуждений, мы отмечаем, что с журналистской точки зрения наиболее любопытным является мультимедийный, это подтверждается анализом материалов СМИ. В качестве примера рассмотрим сторителлинговые материалы сайта «AIF.ru».

Сегодня «Аргументы и факты» — один из наиболее сильных и авторитетных брендов на отечественном медиарынке и один из самых узнаваемых русских брендов на медиарынке мировом. Аудитория «АиФ» впечатляет. По информации официального сайта, тираж газеты «АиФ», лидирующей среди общественно-политических еженедельников, составляет 2,2 млн экземпляров (читательская аудитория одного номера — 6 548 тыс. человек), а сайт «AIF.ru» ежемесячно посещают более 15 млн пользователей, за счет чего веб-ресурс входит в топ-10 самых популярных интернет-СМИ Рунета (по данным Liveinternet и TNS WebIndex; <http://corp.aif.ru/page/4>).

Кроме того, не стоит забывать, что «Аргументы и факты» читают в 60 странах мира (страны СНГ, Европа, США, Австралия, Израиль и пр.), это самое

популярное отечественное издание за рубежом. М. Плисецкая по этому поводу восторженно восклицала: «“АиФ” сегодня можно найти везде — и в греческих Афинах, и в немецком Мюнхене, и в литовском Тракае. Широта тематики газеты привлекает миллионы читателей всех широт!» (<http://corp.aif.ru/page/141/>).

Ответ на вопрос о секрете популярности легендарных «Аргументов и фактов», отметивших свой сорокалетний юбилей, можно найти в истории этого массмедиа.

Статистический справочник, каковым на этапе становления являлись «Аргументы и факты», превратился в одно из самых уважаемых отечественной аудиторией и представителями русскоязычной диаспоры во всем мире массмедиа. «АиФ» дал название издательскому дому «Аргументы и факты», который сегодня ассоциируется не только с «корневым» изданием, но и с множеством других медийных продуктов, среди которых и газетные (например, «АиФ. Здоровье», «АиФ. На даче»), и журнальные (в том числе «АиФ. Про кухню», «АиФ. Про здоровье», «Модный magazin» и др.). В сети «Аргументы и факты» представляет сайт «AIF.ru», созданный в 1997 г. и перезапущенный с новым дизайном и улучшенной технической «начинкой», вместе с 35 региональными сателлитами, — в 2013-м. Как отмечено на официальном сайте, «...24 часа в сутки, 7 дней в неделю редакция сайта объясняет, что происходит в стране и мире, рассказывает истории об удивительных людях и отвечает на вопросы. Ежедневно — комментарии экспертов по острым темам, инструкции и памятки на все случаи жизни, специальные проекты “Здоровье” и “Кухня”, а также онлайн-конференции и онлайн-лекции» (<http://corp.aif.ru/page/4>). «АиФ» сохраняет верность журналистике в лучших ее традициях, при этом реализуя в своих материалах множество интересных, новаторских решений. Это синтез традиционного отечественного журнализма и современного взгляда на медийный контент.

Умение рассказать интересную, динамичную, драматичную историю всегда было сильной стороной «Аргументов и фактов». Удивительные истории о людях и судьбах — одна из составляющих эффективного позиционирования массмедиа. Поэтому, как и десятки лет назад, сегодня «АиФ» активно публикует различные story как в традиционном, так и в мультимедийном форматах. Чтобы в этом убедиться, достаточно проанализировать контент сайта «AIF.ru».

Традиционные истории встречаются здесь в самых разных разделах: «Культура», «Общество», «Политика» и др. Эти истории аккумулируют интерес читателя в основном за счет текста — мультимедийная составляющая здесь минимальна. А наиболее интересные мультимедийные материалы, выстроенные в соответствии со сторителлинговыми технологиями, сосредоточены в разделе «Спецпроекты», попасть в который можно с главной страницы издания. На момент анализа он содержал 31 вкладку. Из анализа мы исключили материалы рекламного характера и материалы вкладки «Пресс-центр». Кроме них мы исключили вкладки «Война на Украине» (<http://www.aif.ru/euromaidan>) и «Острый угол» (<http://www.aif.ru/ugol/domesticgoods>). И первая, и вторая отсылают не к конкретному материалу, а к рубрикам: «Война на Украине» объединяет материалы по одноименной теме, «Острый угол» обсуждает острые вопросы в повестке массмедиа.

Среди материалов, которые нельзя отнести к мультимедийному сторителлинговому формату, особого внимания заслуживает вкладка «АиФ. Доброе сердце» (<http://dobroe.aif.ru/>), ведущая на страницу благотворительного фонда «Аргументов и фактов». Фонд, созданный в 2005 г. газетой «Аргументы и факты», помогает чаще детям, но иногда и взрослым, которым требуется дорогостоящее лечение. Несколько тысяч подопечных получили квалифицированную помощь благодаря «АиФ», тысячи их историй были опубликованы на сайте «АиФ.ru». Это душераздирающие истории болезни детей, истории нечеловеческой борьбы их родителей, истории равнодушия и героизма врачей. В этом разделе не найти сложных мультимедийных произведений, на них просто нет времени, когда счет жизни идет на минуты, да они и не нужны: короткого текста и фотографий достаточно, чтобы люди со всех уголков нашей страны и из-за границы помогали фонду спасать людей. Результатом деятельности «АиФ. Доброе сердце» становятся не только спасенные жизни, но и калейдоскоп драматических нарративов, где каждый человек, борющийся со смертью, инвалидностью, тяжелейшим недугом, представляет собой часть вербального полотна, большой истории, длиною в 13 лет, которая день за днем меняет представление о благотворительности в России. Пожалуй, это один из тех немногочисленных случаев, когда мультимедийное сопровождение в опубликованных медиапроизведениях оказалось бы лишним, оно не смогло бы добавить ничего нового, да и смотрелось бы крайне неуместно.

Ряд спецпроектов «АиФ.ru» облачен в весьма креативную мультимедийную форму и реализует интересную идею, но к сторителлингу отношения не имеет. Например, спецпроект «Поехали!» (<http://poehali.aif.ru/>), созданный в честь 55-летия первого полета человека в космос, — это интерактивный материал, который позволяет совершить виртуальное космическое путешествие, не выходя из дома. Медиапотребитель видит на экране своего компьютера ракету, улетающую высоко в космос. Все, мимо чего она пролетает, кликабельно. Но текст здесь несет только справочную, дополнительную, информацию, кроме того, текстовой информации предельно мало.

Подготовленный совместными усилиями Министерства культуры России и редакции «Аргументов и фактов» материал «Сделано в Крыму. Культура» оформлен мультимедийно иначе, однако имеет столь же малое отношение к сторителлингу, что и предыдущий проект (<http://crimea.culture.ru/>). Проект дает возможность увидеть полуостров глазами великих людей, создававших кинокартины и живописные полотна, книги и стихотворные произведения. Цитаты известных певцов, художников, писателей, композиторов, воспоминания о Крыме, интересные детали, так или иначе связанные с полуостровом, — составляют фактологическую базу материала. Перемещение по материалу нелинейное, оно возможно с помощью поезда, курсирующего между городами Крыма, а также с помощью правой панели, отсылающей к конкретным произведениям искусства. То есть перед нами не история, а собрание любопытных фактов о полуострове, в справочной форме сопровождающих художественные артефакты, «уносящие» читателя в Крым.

Таким образом, очевидно, что в разделе «Спецпроекты» на сайте «АиФ» собраны очень разные публикации: разные с точки зрения значимости, разные с точки зрения мультимедийных возможностей, разные с точки зрения жанра и технологий и пр. Однако можно со всей уверенностью утверждать, что важнейшее место среди спецпроектов «АиФ» занимают материалы, которые выполнены в мультимедийном сторителлинговом формате. Многие из них посвящены историческим событиям.

Один из наиболее значимых для редакции спецпроектов — «Детская книга войны» (<http://www.aif.ru/static/1965080>). Формат этого медиапроизведения с некоторой натяжкой можно назвать веб-доком, если понимать последний предельно широко, не только как интерактивный фильм, но как мультимедийный нелинейный веб-проект, посвященный одной теме. «Детская книга войны» — уникальный документ истории, собравший дневники детей, оказавшихся в Великую Отечественную войну в гетто, концлагерях, в блокадном Ленинграде и т. д. Больше половины из 35 собранных рукописей — ранее неизвестные тексты, найденные в государственных и частных архивах, в музеях журналистами «АиФ». Проект делался несколько лет: переводился на английский, книга озвучивалась известными российскими деятелями культуры, телеведущими и пр. В результате сегодня медиапотребитель может как прослушать аудиOVERсию на русском языке, так и прочесть тексты на русском и английском. Здесь есть дневник 9-летней Тани Рудыковской, которая в блокаду жила под Ленинградом и вела свой дневник как протокол, дотошно описывая мизерные «пайки» завтраков, обедов и ужинов, перемежая все это погодными сводками, походами Гели в магазин, мамы на работу и в магазин и такими «будничными» смертями соседей, знакомых, отца. Вот дневник Юры Рябинкина, который, описывая свои будни в блокадном Ленинграде, испытывает невероятные муки совести, потому что иногда ворует еду матери и сестры. Шестнадцатилетний рефлексирующий подросток постоянно возвращается то к мыслям о еде, то к «тяжким думам» о своем «моральном падении», а ближе к концу все чаще — к мыслям о собственном бессилии. А вот дневник 12-летнего жителя Владивостока Коли Устинова, семья которого получает похоронку на отца, а ему самому удается устроиться юнгой.

«Тяжелые», драматически насыщенные нарративы, объединившие выживших и погибших, боровшихся в 1941–1945 гг. с фашистской Германией, с обстоятельствами (среди которых страшные бомбежки, голод, смерти и пр.), с самими собой, «обрамлены» мультимедийными фрагментами, среди которых фото, исторические документы (рисунки еды, продуктовые карточки и др.), представлены в формате книги, которую можно листать, прикасаясь к истории. «Детская книга войны» читается предельно тяжело, «на разрыв аорты», однако в этом и был замысел создателей: сохранить страшные свидетельства, не забыть уроки войны, чтобы подобное никогда больше не повторилось.

Событиям Второй мировой войны посвящены несколько мультимедийных сторителлинговых материалов (а именно пять). В арсенале «Аргументов и фактов» есть мультимедийные сторителлинговые материалы, посвященные и другим значимым для страны событиям (мы выделили три). Например, материал «Ад



Беслана. Взгляд изнутри» (<http://beslan.aif.ru/>), посвященный бесланской трагедии, унесшей жизни более 330 человек. На наш взгляд, это наиболее сильный и талантливый материал «АиФ».

Помимо исторических событий еще одной «благодатной» темой для мультимедийных сторителлинговых форматов являются исторические личности (два материала). В частности, в 2018 г. на «АИФ.ru» появился мультимедийный лонгрид «Москва Высоцкого» (<http://vysotskiy.aif.ru/>). Спецпроект реализует весьма продуктивную идею: рассказать о биографии Владимира Высоцкого сквозь призму его «геолокализации».

Итак, проанализировав 31 единицу контента раздела «Спецпроекты» сайта «АИФ.ru», мы дифференцировали материалы и выделили группу спецпроектов, обладающих всеми признаками мультимедийного сторителлинга. Анализ этих медиатекстов показал высокий уровень композиционного и сюжетотворческого мастерства их создателей, позволяющий эмоционально вовлечь медиапотребителя и оказать на него катарсическое влияние, включая его в процесс познания истории собственной страны. Центральное место в лучших лонгридах «Аргументов и фактов» принадлежит «длинному тексту», парцеллированному на главы, выстроенные в драматургическое единое целое со своей динамикой развития сюжета. В то же время мультимедийные компоненты-«расширения» становятся продолжением текста, обогащая его эмоциональную палитру и открывая необходимые оттенки смысла, который зачастую невозможно передать иными средствами. В итоге создается неделимый сплав текста и мультимедийного содержания, сбалансированность которого показывает высокий уровень журналистского мастерства редакции. В то же время заметна тенденция использовать сноуфол или лонгрид как оболочку, тем самым утрачивается собственно сторителлинговый потенциал, очевидно, в угоду популярности формата.

Таким образом, на примере деятельности коллектива сайта «АИФ.ru» мы видим, что мультимедийный сторителлинг в нашей стране имеет огромные перспективы, но находится в рискованной зоне превращения в эстетически привлекательный, но бессодержательный продукт.

---

1. *Абрамовских Т. А.* Сторителлинг как эффективный механизм формирования позитивного образа современного образования, используемый печатными СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования : [науч. журн.] (Челябинск). 2016. № 5 (22). С. 30–34.

2. *Варакин В. С.* Сторителлинг как инструмент информационного моделирования социальной действительности // Социальная миссия журналистики: реалии и прогнозы : материалы межвуз. науч.-практ. конф. / сост., отв. ред. О. В. Третьякова. Архангельск, 2014. С. 92–99.

3. *Енбаева А. П., Топчий И. В.* Сторителлинг — тренд современной журналистики // Медиа-среда : [науч. журн.] (Челябинск). 2018. № 2. С. 27–31.

4. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, А. А. Мирошниченко и др. ; под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М., 2017. 413 с.

5. *Скворцов А.* Сторителлинг [Электронный ресурс] // Агентство коммуникаций «Меркатор». 27.04.2007. URL: [https://mercator.ru/blog/storitelling\\_255/](https://mercator.ru/blog/storitelling_255/) (дата обращения: 30.12.2018).

6. *Черненко Ю. А.* Сторителлинг в политическом пиар и журналистике: механизмы и эффекты блуждающей сюжетики // МедиаАльманах. 2016. № 4. С. 21–30.

7. Шомова С. А. Политический сторителлинг // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике : сб. ст. II Междунар. науч. конф., 24–25 нояб. 2016 г. / под ред. Н. Ф. Федотова. Казань, 2016. С. 302–305.

8. Storry-Telling in Mass Culture and Everyday Life // Journal of Communication. 1985. Vol. 35, № 4.

*Статья поступила в редакцию 14.01.2019 г.*

УДК 070.11:659.1 + 81'42

**Т. Г. Букина**

### **ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕКСТА РЕКЛАМНОЙ ЛИСТОВКИ**

В статье рассматривается организация содержания рекламной листовки с точки зрения ее прагматической направленности. Исследование показало, что назначение рекламной листовки сводится к демонстрации связи между компанией и преимуществами, которые она обещает покупателю. Эта связь осуществляется с помощью инструментов рекламного воздействия, которые в работе условно называются «выгоды». Выгоды могут быть реальными и мнимыми. К реальным выгодам автор относит уникальное торговое предложение, подарок, бесплатную услугу. Мнимые выгоды — это скидки, акции, бонусы. В заключение автор подчеркивает, что граница между реальными и мнимыми выгодами весьма условна: в зависимости от сложившейся на рынке ситуации, мнимая выгода может быть представлена как реальная, и наоборот. Однако какой бы ни была выгода, формула «купите меня, потому что я обещаю выгоду» по-прежнему останется главным прагматическим смысловым стержнем рекламного текста независимо от формы его подачи.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** рекламный дискурс; рекламная листовка; прагматические особенности текста; реальная выгода; мнимая выгода.

В современных условиях жесткой конкуренции коммерческие предприятия для сбыта своей продукции используют весь комплекс маркетинговых инструментов. При этом реклама играет далеко не последнюю роль среди средств воздействия на целевые группы [6]. Рекламная листовка позволяет в кратчайшие сроки распространить информацию о товаре или услуге среди максимального количества потенциальных потребителей и, грамотно воздействуя на представителей целевой аудитории, способна подтолкнуть их к покупке желаемого, а может быть, даже и нежелаемого товара. Она является идеальным и всеобъемлющим средством передачи важной оперативной информации.

---

БУКИНА Татьяна Григорьевна — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков Уральского юридического института МВД России, г. Екатеринбург (e-mail: tf30@rambler.ru).

© Букина Т. Г., 2019

Являясь весьма распространенным маркетинговым инструментом, рекламная листовка представляет собой особый вид печатного рекламного носителя с характерной структурой и содержанием, изучение которых актуально и значимо для понимания его прагматических свойств.

Целью данной статьи является комплексный анализ прагматических особенностей текста рекламной листовки, основанный на исследованиях современных ученых в области рекламных коммуникаций в целом и рекламного текста в частности [1–3, 5, 7–9, 11, 13, 15].

Рекламная листовка как жанр функционирует в ситуации информирования о привлекательных торговых предложениях и диктует читателю его поведение: необходимость сходить в определенный магазин/салон красоты/ресторан и т. д. и приобрести рекламируемый товар или воспользоваться предложенной услугой.

В рекламных листовках четко выделяется предмет мысли. Чаще всего это товары и услуги массового, ежедневного потребления: магазины (чаще всего промышленные), сотовая связь, Интернет, образование, красота и здоровье, языковые курсы, такси, банки, ремонтные услуги, предложения работы, рестораны быстрого питания, развлечения. Словом, в листовках находит отражение вся картина мира современного человека.

Объем рекламной листовки является ее жанрообразующим фактором. «Жанр связан с представлением об оптимальном объеме текста» [10, 113]. Для листовок характерны небольшие по объему тексты, которые сопровождаются иллюстрациями.

Обозначим основные содержательные элементы, позволяющие реализовать в листовке ее прагматическую функцию. В первую очередь — это заголовок. Чаще всего в роли заголовка в листовках выступают слоган или название магазина/товара/услуги, написанные крупным шрифтом. Заголовок решает судьбу листовки в первые секунды после того, как она попадет к нам в руки. Многие составители ограничиваются в заголовке только названием магазина или же товара/услуги. Это допустимо в том случае, если магазин или товар отражает суть рекламного сообщения. Например, «Женская одежда» — допустимо, «Сакура» — невозможно. Покупатель не поймет, о чем это рекламное сообщение. Но первый вариант тоже не идеален. Он сообщает, о чем речь, но не побуждает и не заинтересовывает дополнительно. Слоган же используется как «обещание решить проблемы покупателя товаров и потребителя услуг» [15, 104–105].

Основной текст в листовках стилистически приближен к разговорной речи, подвергнутой литературной обработке. Так, например, текст рекламной листовки бара «Юность» содержит побудительные парцелированные эмоционально окрашенные предложения с включением молодежного сленга: *Ты работал всю неделю! Ты устал! Гости как обычно достали! Но теперь пришло твое время! Скидка на бар 30 % весь день. Это твой день! Твоя юность! Проживи ее ярко!* Также в рекламе косметологических услуг или косметических препаратов может использоваться научно-популярный стиль, который содержит заимствования из области биологических наук (биохимия, бактериология) или, как в рекламе салона-парикмахерской «Лаванда», из области косметологии: *ногтевой сервис, макияж, косметологический кабинет, визаж.*

Листовки, содержание которых ограничивается только заголовком, изображением и адресным блоком, малоинформативны. Их основная функция — проинформировать о предмете речи. Листовки, структура которых более развернута, способны донести больше информации не только о рекламируемом товаре, но и об условиях акции, о порядке проведения мероприятия, о полном перечне услуг и о многом другом.

Будучи особым жанром рекламного дискурса, листовка, как было сказано выше, имеет ограниченный объем и сравнительно устойчивую композицию, в отличие, например, от текста брошюры, поэтому у листовки меньше возможностей реализовать главную прагматическую функцию — убедить покупателя прийти в ту или иную организацию или магазин и купить товар или воспользоваться услугой. При этом, проигрывая брошюре в глубине, детальном описании товара или услуги, рекламная листовка, именно благодаря своему ограниченному объему, имеет больше шансов быть замеченной и прочитанной.

На сегодняшний день не существует конкретного алгоритма составления рекламного текста листовки. В первую очередь это связано с желанием автора сделать свою листовку оригинальной, отличной от уже имеющихся, так как процесс создания печатной продукции такого рода является творческим, а не механическим.

Основное назначение рекламной листовки можно описать как выражение связи между организацией, с одной стороны, и выгодой, обещаемой покупателю, с другой. Описанная связь осуществляется с помощью инструментов рекламного воздействия (скидок, акций, уникальных торговых предложений, бонусов и т. д.), которые проводит организация. Причем подача описанных рекламных инструментов должна быть креативнее и убедительнее, чем у конкурента с похожими предложениями, чтобы потенциальный покупатель самостоятельно ответил на негласный вопрос: почему приобрести товар / услугу в данной организации более выгодно. Другими словами, рекламная листовка содержит побуждение «Купи меня» и обоснование этого побуждения — обещание предоставить выгоду потенциальному клиенту.

Выгода — это своего рода уловка, которую использует коммерческая организация для достижения своих прагматических целей. В связи с этим можно полагать, что представление о выгоде может по-разному актуализироваться в сознании покупателей. Следовательно, рекламные листовки, представляя собой эффективный маркетинговый инструмент, в первую очередь должны отражать, какую выгоду получит потенциальный покупатель. Выгоды, представленные в тексте рекламных листовок, условно можно разделить на *реальные* и *мнимые*.

*Реальная выгода* — это финансово ощутимая польза от приобретения того или иного товара/услуги. Можно сказать, что обещание «реальной выгоды» является прямым «подкупом» потенциального покупателя, выражаемым с помощью уникального торгового предложения, бесплатной услуги или подарка [4, 101].

Рассмотрим *уникальное торговое предложение* как вид реальной выгоды. Уникальное торговое предложение (УТП) — это «броский аргумент, слоган, призванный заставить потребителя предпочесть в группе одинаковых товаров

что-то одно; отличительная черта товара или услуги от конкурентов» [14, 75]. Известно, что реклама должна реализовать в себе принцип эмпатии путем сообщения покупателю о выгоде (материального или психологического характера). Однако не стоит полагать, что чрезмерно пестрящие слова типа: «единственный», «новый», «непревзойденный», «неповторимый» — будут «работающими», ведь они не донесут до потенциального потребителя необычность, не удивят и, как следствие, не запомнятся. Таким образом, рекламист должен уметь сформулировать такое уникальное торговое предложение, которое конкуренты не смогут повторить: *Студия красоты «Бусинка». Мы работаем только на профессиональной косметике Gehwol. Парикмахерский зал. Ногтевой зал. Косметический кабинет. Массажный кабинет. В нашей студии работают только квалифицированные мастера с опытом.* Реклама студии выделяет себя среди своих конкурентов с помощью следующего УТП: *Мы работаем только на профессиональной косметике Gehwol.* В голове у потенциального клиента салона, знакомого с известной немецкой маркой косметической продукции, выстраивается ассоциативная цепочка: профессиональная немецкая косметика — качественная — качественное обслуживание — довольные клиенты. Очевидно, что потенциальный клиент будет относиться с большим доверием к тому салону, в котором работают мастера на профессиональной косметике одной известной марки. К тому же качественно выполненная работа квалифицированного профессионала, ведущая к удовлетворению нужд клиента, есть не что иное, как реальная выгода.

*Подарок* — еще один вид реальной выгоды. В поисках лояльности покупателей магазины применяют различные подходы: снижают цены, повышают уровень сервиса, а также завоевывают клиентов с помощью подарков. Дарение клиенту подарка положительно скажется на его настроении и на дальнейшей истории его покупок в данном магазине. Безусловно, подарок — радость для покупателя и выгода для владельца компании. Стоит обратить внимание на то, что подарок как выгода должен иметь функциональное или просто ассоциативное отношение к товару. Другими словами, бесплатная ложка к упаковке чая имеет больше шансов заинтересовать покупателя, чем футболка, получаемая вместе с диваном. Например, в листовке с рекламой бытовой техники магазина «М.Видео» читаем: *Купи духовой шкаф из акционного списка и получи варочную панель в подарок — собери базовый комплект необходимой техники для кухни.* Подарок в данном случае гораздо интереснее скидки, так как покупатели с большой суммой покупки в редких случаях нуждаются в ней: разница в несколько сотен рублей не будет заметной. Соответственно, описанная выгода будет ощутимой и приятной для клиента.

*Бесплатная услуга* — весьма распространенный вид реальной выгоды, представленный в листовках чаще всего в виде доставки товаров. Маркетологи умело применяют данную уловку, так как на психологическом уровне она действует на клиента словно волшебная палочка: *Интернет-магазин игрушек «Ека-Радуга». Игрушки. Куклы и пупсы. Машины и железные дороги. Музыкальные игрушки. Бесплатная доставка по Екатеринбургу при заказе от 1000 рублей!* Учитывая тот факт, что многие службы доставки запрашивают весьма и весьма высокие цены на предоставляемые ими услуги, человек, решивший сделать запрос на доставку

купленного товара в магазине «Ека-Радуга», получит реальную выгоду. Правда, как видим, существует ограничение предоставления этой услуги — заказ от 1000 руб.

Наряду с реальными выгодами составители текстов листовок предлагают потребителю, причем, к сожалению, наиболее часто, мнимые выгоды. *Мнимая выгода* — воображаемая польза от приобретения того или иного товара/услуги, выражаемая в денежном эквиваленте [4, 100]. Уже давно всем известно, что ценовая политика магазинов и других организаций сферы услуг продумана таким образом, что никто и никогда не станет торговать себе в убыток. Такие мнимые выгоды, как *акция, скидка, бонус*, значительно увеличивают торговый оборот, что означает рост прибыли.

*Акция* — «создание ограниченного по времени дисбаланса в торговле» [17]. Акции часто воспринимаются потенциальными покупателями как ситуации, заставляющие их действовать и не откладывать покупку товара на потом. Именно поэтому заинтересованный предприниматель создает временное ограничение. Такова реклама салона красоты «Лаванда», где действует акция под названием «Весенний комплимент» и позволяет пользоваться услугами салона с *10 % скидкой до 1 МАЯ с понедельника по пятницу*. Реклама цветочного салона «Sun Rose» предлагает купить цветы по акции (*15 тюльпанов за 999 руб.*). Данная реклама привлекает покупателя так называемым «правилом 99», которое отлично манипулирует нашим сознанием. Человек воспринимает это как уступку со стороны салона, поэтому считает предложение выгодным. На подсознательном уровне покупателю кажется, что он приобретает товар за девятьсот рублей, а не за тысячу. Поэтому на самом деле экономии как таковой тут нет, и выгода считается мнимой.

Не секрет, что постоянно действующие акции теряют свою актуальность и на них перестают обращать внимание. И для того, чтобы иметь большой объем продаж, предприниматели аккуратно подводят своих клиентов к покупке, сжимая сроки действия акции. Соответственно, чтобы получить такую выгоду, покупатель должен совершить покупку в определенный временной интервал и приобрести товар, стоимость со скидкой которого уже выше по сравнению с его ценой до проведения акции.

Одним из видов акции является *скидка*: «временное или условное снижение цены на товар» [12, 722]. Такой вид выгоды считается самым распространенным и самым простым способом подкупа потенциального покупателя. Существует несколько видов скидок: скидка-оповещение и скидка при предъявлении рекламной листовки. Первый вид скидки весьма популярен и используется организациями в целях информирования покупателей о действующих у них скидках: реклама ТЦ «City Gros»: *Предновогодние скидки до 70 %*; реклама магазина «Конструктор»: *20 % скидка на весь ассортимент LEGO*. Преимущество второго вида скидки в том, что она работает более длительное время, но только при предъявлении листовки, в отличие от скидки-оповещения, которая может действовать в строго определенное время.

Весьма распространенной сегодня предлагаемой выгодой является *бонусная система* — «выгода от будущих покупок, которые имеет смысл совершить,

вернувшись к тому же продавцу, в тот же самый магазин» [16]. Привлекательна эта система тем, что здесь присутствует игровой момент — накопление баллов.

Реклама сервиса быстрых платежей «Фрисби» информирует о бонусной программе: *Получайте бонусы за каждый платеж. Накапливайте бонусы. Получайте призы! 1 бонус = 500 рублей.* Далее указаны условия: *Телевизоры гарантированно получают два участника, набравшие максимальное количество баллов; планшеты получает каждый двадцатый участник, набравший более 31 балла. Каждый квартал бонусы копятся заново.* С понятием «бонус» покупатель связывает такие выгоды, как подарок, поощрение, накопление и получение выгоды. То есть при повторных обращениях в данную компанию клиент получает баллы, которые в дальнейшем позволят ему выиграть приз в виде телевизора, планшета или подарочного сертификата. Но, к сожалению, большинство пользователей не всегда внимательно читают условия пользовательского соглашения, указанные в листовке: бонусная программа имеет ограниченное время действия — вовремя не использованные баллы сгорают. Кроме того, принцип «покупая — зарабатывай» гораздо привлекательнее, чем принцип «покупая — экономь». На психологическом уровне человеку приятнее думать, что, потратив деньги на товар/услугу, он не столько сэкономил, сколько заработал на другой товар/услугу. В такие моменты покупатели не осознают, что, получая обещанные бонусы, они все-таки тратятся, так как в данный момент ими владеет желание обладать. В связи с тем, что такие бонусные программы рассчитаны на азартных людей, покупатель будет стремиться увеличить свои баллы и, как следствие, будет больше тратить (как, например, клиент компании «Фрисби»). Таким образом, ощутить выгоду от бонусной системы удастся лишь самой компании, а не клиентам, мечтающим о «бесплатном сыре».

Конечно, не все покупатели задумываются над тем, что в магазинах содержится огромный ассортимент товаров, у которых ограниченный срок годности (особенно это актуально для крупных торговых точек). В связи с этим организации прибегают к помощи описанных нами выгод. Как правило, конец года — традиционное время для сбыта залежалой продукции. В первую очередь, это относится к тем товарам, чья цена прямо пропорциональна эффекту «новизны» (цифровая электроника, брендовая одежда, мобильные устройства, бытовая техника, автомобили). В связи с устареванием товара и объявляются различного рода акции. Покупатель, увидевший, казалось бы, низкую цену на товар, готов сразу же его приобрести, не задумываясь над тем, что с течением времени его цена и без акции будет низкой (в том числе в других местах продаж).

В качестве еще одного довода в пользу того, что указанные нами выгоды являются мнимыми, может послужить следующее: многие компании информируют о каждодневных скидках на некоторые товарные позиции. Бывают случаи, когда скидки распространяются на весь ассортимент. На самом же деле компания всего-навсего снижает цену товара до реальной, ведь она не является благотворительной организацией. Быть может, стоимость этого же товара в другом магазине будет ниже даже без скидок.

Следует отметить, что в зависимости от сложившейся на рынке ситуации, мнимая выгода может быть представлена как реальная, и наоборот. Чаще всего

это касается рекламных предложений в дорогих магазинах (бытовой техники, одежды, обуви и т. д.) либо в недавно открывшихся компаниях (салоне красоте, фитнес-центре и т. д.). Кроме того, такая мнимая выгода, как скидка, становится реальной в случае распродаж в связи с закрытием магазина. В таком случае покупатель действительно совершает выгодную покупку. Компания стремится как можно быстрее освободить помещение (чтобы не платить за аренду, с целью перепродажи помещения), в связи с чем она идет на уступки, продавая свой товар/услуги, допустим, по себестоимости. Так, например, реклама ТЦ «Жемчужная Плаза» содержит реальную выгоду в виде скидки: *Закрытие магазина. Ликвидация товара. Честная скидка до 50 %. Просто заберите наш товар!* Аналогичная ситуация складывается в тех случаях, когда в магазинах остаются последние экземпляры определенных видов продукции. Компании необходимо освободить место под новый товар, поэтому покупатель в данном случае также может реально сэкономить. Примером может послужить реклама пекарни «Полю Бейкери»: *Вечерние скидки. Две одинаковые булочки по цене одной. С 20:00 по 21:00.*

Выгода в виде акции может стать прекрасной возможностью получить товар/услугу премиум-класса по цене эконом, что будет являться для покупателя уже реальной выгодой. Такого рода акции — излюбленное дело салонов красоты, тренажерных залов, мебельных салонов. Происходит это по причине нехватки притока клиентов, и никакого подвоха здесь нет. Так, например, реклама фитнес-клуба предлагает своим клиентам годовой абонемент всего за 12 тыс. руб. в отличие от обычной цены 25 тыс. руб.

Случается так, что предлагаемые компанией реальные выгоды в виде подарка не являются таковыми с точки зрения покупателя. Во-первых, для того чтобы получить этот самый подарок, нужно приобрести определенный товар (хотя предлагаемый компанией товар оказывается не таким уж и нужным). Во-вторых, необходимо совершить покупку на сумму, которая будет выше относительно той, что покупатель запланировал потратить. Кроме того, предлагаемый товар в подарок может быть низкого качества, который просто так не был бы приобретен покупателем. Реклама известного бренда «GAP» вроде бы содержит реальную выгоду, которая на самом деле оказывается мнимой: *Специальное предложение. При покупке от 4000 руб. кружка или сумка в подарок. Начало акции с 10.05.2015.* Как мы видим, полученный подарок в виде кружки или сумки не оправдывает покупку, совершенную за такую большую сумму. Такой пример служит доказательством замены реальной выгоды на мнимую.

Бывают случаи, когда выгода оказывается обоюдно (как и для покупателя, так и для компании). Чаще всего такое встречается в крупных супермаркетах. Безусловно, приобрести продукт по действительно заниженной цене — уже выгодно покупателю, и причина такой стоимости — его истекающий срок годности. Таким образом, совершив покупку, покупатель избавляет супермаркет от убытков, связанных с истечением срока годности товара.

В заключение стоит отметить, что попавшие в наше поле зрения листовки демонстрируют однообразие обещаний: все компании хотят заинтересовать покупателей самым выгодным рекламным предложением в виде скидок, акций,



подарков, бонусов. Поскольку уже сегодня ситуация в рекламной индустрии складывается таким образом, что развивающимся сегментом рекламы является интернет-реклама, постольку можно ожидать, что печатные рекламные носители либо станут более изощренными в плане привлечения потребительского интереса, либо исчезнут вовсе. Однако, скорее всего, формула «купите меня, потому что я обещаю выгоду» по-прежнему останется главным прагматическим смысловым стержнем рекламного текста независимо от формы его подачи.

1. Бердышев С. Н. Рекламный текст: методика составления и оформления. М., 2010. 252 с.
2. Бернадская Ю. С. Текст в рекламе : учеб. пособие для студентов вузов. М., 2009. 288 с.
3. Дмитриева Л. М. Разработка и технологии производства рекламного продукта. М., 2006. 639 с.
4. Зуева Д. А. «Выгоды» и их репрезентация в тексте рекламной листовки // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 18–20 апр. 2016 г. : в 2 т. Екатеринбург, 2016. Т. 2. С. 99–102.
5. Имишинецкая И. Речевые манипулятивные техники в рекламе [Электронный ресурс] // Компания Antema. URL: [http://www.antema.ru/library/reklama\\_i\\_prodvizhenie/reklama/](http://www.antema.ru/library/reklama_i_prodvizhenie/reklama/) (дата обращения: 14.04.2019).
6. Инструменты эффективного маркетинга [Электронный ресурс] // Территория бизнеса для вашего развития. URL: <https://business.gov.kz/ru/> (дата обращения: 14.04.2019).
7. Кара-Мурза Е. С. Язык русской печатной рекламы // Язык массовой и межличностной коммуникации. М., 2007. С. 479–552.
8. Катернюк А. В. Современные рекламные технологии: коммерческая реклама. М., 2001. 132 с.
9. Куликова Е. В. Языковая специфика рекламного дискурса // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2008. № 4. С. 197–205.
10. Майданова Л. М. Структура и композиция газетного текста. Средства выразительности письма. Красноярск, 1987. 180 с.
11. Назайкин А. Н. Рекламный текст в современных СМИ : практ. пособие. М., 2007. 352 с.
12. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М., 2001. 944 с.
13. Пирогова Ю. К. К типологии ложных умозаключений в рекламном дискурсе [Электронный ресурс] // Тр. Междунар. семинара по компьютерной лингвистике и ее приложениям. Протвино, 2000. Т. 1. URL: <http://www.dialog-21.ru/digest/2000/articles/pirogoval/> (дата обращения: 14.04.2019).
14. Радченко И. А., Топильская Е. Е. Учебный словарь терминов рекламы и паблик рилейшнз. Воронеж, 2007. 114 с.
15. Старобинский Э. Е. Самоучитель по рекламе. М., 1998. 320 с.
16. Чернозубенко П. Е. Комплекс маркетинга [Электронный ресурс] // Записки маркетолога. URL: <http://www.marketch.ru/> (дата обращения: 16.04.2019).
17. Abroad business // Портал о русском бизнесе за рубежом. URL: <http://portalinfo.org/biznes/1800-ponyatie-aktsiya-v-torgovle.html>.

Статья поступила в редакцию 17.04.2019 г.

УДК 070.23(1-21)(470.5) + 821.161.1-7

Ю. С. Подлубнова

### УРАЛЬСКАЯ ПОВСЕДНЕВНОСТЬ В СВЕРДЛОВСКОМ ФЕЛЬЕТОНЕ 1920-х гг.

Статья посвящена репрезентациям повседневности и нарушениям ее режимов в свердловском/уральском фельетоне 1920-х. Выявляются реакции фельетонистики на социальные и бытовые процессы, происходившие в течение десятилетия. Исследуется специфика изображения реалий и аномалий военного коммунизма, НЭПа, эпохи индустриализации. Впервые анализируется целый корпус фельетонов, представленных в свердловских изданиях (газетах «Уральский рабочий», «На смену!», журнале «Товарищ Терентий» и др.).

**Ключевые слова:** 1920-е; фельетон; уральская повседневность; НЭП; нэпман; новый быт; сатира; «Уральский рабочий»; «На смену!»; «Товарищ Терентий».

Фельетон, традиционно использующийся как инструмент сатиры, оказался востребован советской газетой, как только в стране наступила более-менее мирная жизнь. «Даже после революции фельетону никто ничего не предсказывал и никуда не тянул. Он вырос на наших глазах, сам по себе, некоей дикой порослью, на нейтральном промежутке между литературой деловой и художественной», — отмечала критик Евгения Журбина [4, 30]. «Благоприятные условия для развития советской сатирической журналистики начинали складываться вскоре после перехода страны от политики военного коммунизма к новой экономической политике. Именно в эти годы наблюдается бурный рост сатирической журналистики, окончательно выработывались ее принципы, методы, формы. Решающую роль в этом процессе сыграли факторы общественно-политического характера. Оживление частного предпринимательства и буржуазных элементов в условиях НЭПа, усилившееся влияние буржуазной идеологии на массы, с особой остротой поставили вопрос — на что способна система советских сатирических изданий...» [20, 3]. «Почему в 1920-е гг. фельетон являлся одним из любимых газетных жанров — догадаться нетрудно. Он оказался одним из немногих каналов критики, которая воспринималась публикой как идущая снизу, от насущных нужд и претензий обычного жителя. Широкий читатель был слабо подготовлен к аналитическим статьям и серьезному анализу как таковому. Решительные повороты власти требовали внятных для обывателя объяснений того, как эти изменения отразятся в повседневной практике» [16, 400–401]. Как бы то ни было, фельетон уже с 1922–1923 гг. становится непременным атрибутом центральной и региональной прессы — от «Правды» и «Гудка» [10, 22, 26] до — если говорить

---

ПОДЛУБНОВА Юлия Сергеевна — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры издательского дела Уральского федерального университета; научный сотрудник сектора истории литературы Института истории и археологии УрО РАН; заведующий музеем «Литературная жизнь Урала XX века» (e-mail:tristia@yandex.ru).

© Подлубнова Ю. С., 2019

об Урале — свердловских «Уральского рабочего», «На смену!», «Крестьянской газеты», пермской «Звезды», челябинской «Советской правды» и т. д.

Стоит заметить, что советский фельетон, расцвет которого пришелся на 1920-е гг., наследовал фельетону дореволюционному и в целом газетной культуре конца XIX — начала XX в., с ее особой функциональностью, предполагающей оперативное реагирование на актуальные проблемы общественной и бытовой жизни. Тогда, на рубеже веков, «происходила стремительная массовизация и демократизация прессы, заметно увеличивалась читательская аудитория (за счет городского и низового населения), которая в большей или меньшей степени могла влиять на содержание газетных материалов» [1, 15]. Дореволюционный фельетон прекрасно справлялся с задачей отражения различных аспектов современности, и именно он был ближе всего к повседневности читателя, особенно если речь шла о городском или бытовом фельетоне, которые доминировали в региональной печати [2].

В видо-типологическом отношении фельетонистика 1920-х гг. оказалась более обширной, чем дореволюционная. «Все важнейшие явления внутренней и внешней политики, быта, экономической и профессиональной жизни можно было бы преподнести читателю в хорошем фельетоне», — был, например, убежден К. Радек [29, 8]. Задача «профельетонить нашу газету от передовицы до хроники происшествий» [29, 7] (Л. Сосновский) ощущалась в 1920-е как самая насущная. Неудивительно, что политический фельетон соседствовал на страницах изданий с фельетоном бытовым, стихотворный и даже лирический фельетон — с фельетоном-репортажем, фельетоном-новеллой, да и четких жанровых рамок газетным материалам никто не задавал<sup>1</sup>. Неизменными признаками жанра оставались лишь быстрое реагирование на внешний раздражитель и «вкус фельетониста к факту» (А. Зуев) [29, 51], а факт, в свою очередь, обрабатывался в меру литературных и публицистических способностей пишущих.

Уральская современность не сразу попала в поле зрения газетных литераторов 1920-х гг. Например, подшивки «Уральского рабочего» за 1919–1921 гг. демонстрируют востребованность рубрики «Маленький фельетон» (особенно в 1919 г.), но содержание ее материалов зачастую не связано с уральской жизнью. Сделанная газетой ставка на политику, обусловленная, в первую очередь, военным положением в стране, определила специфическую оптику советских фельетонистов. Тексты Пулемета (в 1920-е была продолжена дореволюционная традиция подписываться псевдонимами), Грамена, Ник. Иванова — именно этих авторов чаще всего публиковала газета — освещали преимущественно перипетии Гражданской войны и казусы внешней политики, и только потом — отдельные моменты классовой борьбы внутри страны. Из текста в текст неизменно транслировался образ врага, будь то Деникин, Колчак, Шкуро, Ллойд-Джордж или Пилсудский, кулаки или саботажники, «холод, голод и сыпняк» (так назывался фельетон Пулемета от 4 января 1920 г.), озвучивались идеологические и прагматические установки новой власти.

<sup>1</sup> Размытость границ между фельетоном и рассказом 1920-х отмечает Е. В. Пономарева [25, 189].

Чем дальше, тем больше политические фельетоны 1920-х отражали динамику напряженных отношений СССР с разными странами — от Румынии до Китая, от Венгрии до США. Между тем каких-либо региональных особенностей эти тексты не имели. Какая-то их часть перепечатывалась из центральной прессы, какая-то писалась на местах. Причем местные авторы, берущиеся писать о международных делах (Гусляр, Никто — псевдонимы Н. Тагамлицкого, Блик, Горец, А. Курский, Смехач, И. Чилим, Старый Юс и др.), говорили универсальным языком эпохи и вписывались в общие контексты советской газетной риторики.

Повседневность, словно бы отмененная в 1918–1919 гг., возвращалась в фельетон постепенно, пока в виде общественно значимых аномалий. Так, в подшивке «Уральского рабочего» за 1920 г. попытки фиксации отдельных фактов екатеринбургской жизни представлены в зарисовке «с натуры» «В пути» Г. Сафронова (28 марта) и фельетоне (обозначенный «вместо фельетона») «Где границы?» А. Динарова (27 авг.). Сафронов с позиции очевидца рассказывает о происшествии на железной дороге, когда воры пытались похитить мешки с мукой из вагона. Динаров, выступающий в роли заинтересованного наблюдателя, обвиняет Екатеринбургский союз работников искусств в нежелании работать. Оба фельетона выявляют вопиющие случаи нарушений общественного порядка, но при этом посвящены исключительно частным эпизодам городской действительности.

Настоящее возрождение городского фельетона случилось несколькими годами позже, в 1922–1923 гг., когда мирная жизнь вошла в привычное бытовое русло и пространство города не просто наполнилось имеющими теперь большое значение происшествиями и персонажами, но стало осмысляться как целостная комплексная среда, которая, если использовать язык урбанистики, возникает «в процессе интерференции территориально-поселенческих, социально-отношенческих и ментальных структур» [23, 97].

Яркими образцами городских фельетонов 1920-х гг. явились «Пыльгород или Мусорград?» (1924) Юрия Янопольского и «Свердловск. Столица Урала» (1926) Николая Тагамлицкого. Авторы осознанно обращаются к повседневности Екатеринбурга/Свердловска, особо отмечая деструктивные феномены городской жизни: ущербность среды обитания, нарушение режимов социальной коммуникации и пр.

«Тяжело жить в Екатеринбурге.

Во всяком случае для этого нужны:

1) незлобивый ум,

2) стальные нервы,

3) железное здоровье», — начинает Ю. Янопольский [34, 16]. Зимой городские тротуары покрыты льдом, «поэтому екатеринбуржцы с легкостью и грациозностью прима-балерин из кордебалета выделывают ногами самые замысловатые па и причудливые пируэты», «к лету лед уступает место глубоким ямам, рытвинам и провалам», «густая удушливая пыль, стройными организованными колоннами разгуливающая по городу, является лучшим украшением Екатеринбурга», тем более «для сохранения этой достопримечательности Городкомхоз посыпал мостовую песком» [Там же]. Н. Тагамлицкого также беспокоят проблемы городского

хозяйства: отсутствие канализации, водопровода, качественной телефонной связи. Среди прочего он обращает внимание на свободно разгуливающих по улицам коз [28], которые, отметим, являлись неперенным элементом описаний жизни Екатеринбурга — от дореволюционных фельетонов Вячеслава Чекина [8] до очерка приезжего Н. Никитина, саркастически замечавшего, что «самое достопримечательное в городе — пожарный козел», которым пропах целый квартал [19, 84]. Сосредоточившийся на проблемах городской среды и городского хозяйства, которые словно бы переносятся из дореволюционного городского фельетона, Н. Тагамлицкий отмечает несоответствие свердловской повседневности символическому статусу столицы Урала, легитимированному в том числе административным положением города в рамках Уральской области.

Одной из актуальных газетных тем уже с 1921 г. стала новая экономическая политика, она же НЭП, с которой, как точно выразился И. Б. Орлов, стали прощаться в самом ее начале [21]. НЭП высмеивался разноаспектно: и как нечто новое и непонятное, и как совокупность элементов буржуазной жизни. К примеру, в рассказе-фельетоне С. Лобаева «Генерал НЭП» полуграмотные крестьяне, не освоившие советский новояз, к тому же запутанные военизированным дискурсом советской риторики и привыкшие, что на страну наступают белые генералы, принимают НЭП за такого генерала [17].

В центре фельетонов часто оказывалась фигура нэпмана, персонажа «отрицательного, сатирического, “временного”, ненавидимого и презираемого “общественностью”» [14]. Например, в фельетоне «Муть» Ю. Янопольского «мутью», которая «всплыла на поверхность», называются «новые люди», высланные из Москвы и Ленинграда и осевшие на Урале. Янопольский затрагивает тему принудительной миграции нэпманов на восток страны, в Сибирь. Екатеринбург стал этапным пунктом, где нэпманы могли остановиться в пути и зажечь привычную жизнь. «Молодые люди с ангельскими розовыми или томно-бледными лицами, с аккуратными проборами и прилизанными прическами, наманикюренными ногтями на холеных пальцах, в легких коротких франтовских пиджачках и вытуженных брюках.

Их много и почти все они знают друг друга, или же быстро знакомятся, чуя “сродство душ”, по каким-то неуловимым для постороннего взгляда признакам.

Они шепчутся между собой, делают большие глаза и испуганные лица и при приближении постороннего быстро расходятся и рассаживаются по своим столикам» [33, 10]. Они делают странные заказы, выбирая «филе-сотэ», «розбрат с луком», «шато-икем» и т. д. Вечером они ходят в театр. «Короткие пиджаки сменены на визитки и даже фраки. Белоснежное туго-накрахмеленное белье, драгоценные камни на запонках, лакированная обувь.

С ними дамы. Толстые с бульдожьими физиономиями, с рачьими глазами, с шеями, обвитыми жировыми обручами. Тонкие, элегантные, с пряным запахом духов и пустым искусственно играющим взором» [Там же].

Не нужно думать, что описано какое-то тайное городское общество. «Вся это шпана — паразиты, тунеядцы, казнокрады, шулера, клубные арапы и жуки, спекулянты и валютчики. <...> О чем они шепчутся с таинственным видом? Да все

о том же: о зверстве ГПУ <...> о близком конце нэпа, обо всем, обо всем на свете шипит и гнусавит эта шпана, эти подонки общества, без зазрения совести под различными предлогами залезавшие в карман соседа» [33, 10]. И далее: «Надо скорее разгрузить от них Екатеринбург. Летом жарко и эти разлагающиеся трупы будут отдавать нестерпимым смрадом. Там на севере все-таки холоднее» [Там же, 11].

Непременным атрибутом НЭПа становится богемная жизнь приезжих и местных предпринимателей — посещения городских ресторанов, лихие загулы, проигрыши в казино (см. фельетоны «В пене НЭПа» Сибирякова, «Голоса из нэповской пены» Беса). НЭПом, без сомнения, была угадана «тоска населения по физиологической радости и чувственной разрядке» [14]. Кроме того, НЭП в газете 1920-х практически отождествлялся с мелкобуржуазной стихией, мещанством и обывательщиной<sup>2</sup>. Так, в фельетоне «Коммунист в кольце» М. Чарного сначала жена коммуниста приходит в дурное расположение духа, заметив новую шляпку у подруги, а затем в голове героя теснятся и нелепо нагромождаются «осколки мыслей о “ленинском наборе”, о новой шляпке, о накладной лошадке кооператива, о семейной разрухе, о московской чистке» [30, 13]. Ресторан «Неаполь» на улице Карла Маркса, театр Луначарского, Комклуб полны «новых людей». Герой идет домой и пытается читать книги «Госиздата», но и здесь его подстерегают «соблазны НЭПа»: в руки ему попадают «Тяжелая лира» Владислава Ходасевича и «Последние стихи» Поликсены Соловьевой, а вовсе не советская лирика. Ночью ему снится сон: «Выползали лохматые, в пивной пене, рыжие бороды, любовь-амур с крылышками надевал цилиндр и с торжествующе наглым хохотом показывал пачку акций новых нефтяных источников.

Я просыпался: над моей кроватью, расставив ноги, стоял на земном шаре Ленин с напряженно протянутой рукой. Под его указательным пальцем светились огненные слова: “Нас окружает море мелко-буржуазной стихии. Нужно много бдительности, чтобы с этой стихией бороться, успешно бороться”. Со всех сторон прет мещанство, обывательщина. Проникает, как газы удушливые, во все щели наших будней. В семье, в театре, в литературе, даже в советской газете, даже в комклубе: “Коммунист в кольце!”» [30, 15].

Осуждение мещанства в русской культуре не являлось прерогативой XX в., однако в 1920-е мещанство было зачислено в список врагов строящегося государства, и сатирики, опирающиеся на литературную традицию, но следующие за советской риторикой, широко вписывали проявления «обывательщины» в карнавализованные картины буржуазной жизни НЭПа [24].

Впрочем, реалии НЭПа могли иметь и сугубо экономический характер. Так, свердловский журнал «Уральский кооператор» в 1924–1926 гг. (и далее, вплоть до 1928) публиковал фельетоны, посвященные исключительно кооперации и экономическим отношениям (цикл «Закупщики» автора под псевдонимом «Друг», «Веселые сказы про кооперативные проказы» Дяди Митяя, «Лавры Хлестакова», «Пошехонцы на маслозаготовках», «Рационализация по-кунгурски, или Сапоги всмятку» М. Яблоновского и др.).

<sup>2</sup> См., например, фельетоны М. Зоценко, М. Булгакова, И. Ильфа и Е. Петрова и др. См. также [9].

Однако уральская повседневность начала 1920-х не ограничивалась экономической проблематикой, она складывалась из разрозненных фактов и фрагментов действительности, создающих в своей совокупности яркий узнаваемый образ эпохи. К примеру, быт горожанина или сельского жителя как пространство смысловых модусов наполнил фельетон еще в XIX в., однако в 1920-е выделились характерные темы: массовый алкоголизм (см. «Скучающие самодуры», «Камаринский мужик» Рашпиля, «В “престол”» Гайки), бытовое и производственное хамство («Храбрый профессор» Булдыго, «“Девственный мат”, или Лысьвенский громкоматеритель» Зуды), комчванство («Ковка рысаков» Рашпиля), воровство и рвачество («Как обдирают фабзайцев» Зуды, «Растратаида» Никто), «религиозный дурман»; здесь же нередко освещались проблемы жилстроительства («На точке замерзания» С. Нелидова), неполадки на железной дороге («Раздави вас буфера», «В мире железнодорожных приключений» Рашпиля), хозяйственная халатность («Профессиональное “самолубие”» Зуды Нового, «Кусок ситца» В. Юза), вывихи советского бюрократизма («Рождественские человеко-дни» С. Нелидова). Дотошные свердловские фельетонисты обвинили даже поэта Василия Каменского в стремлении к личному обогащению, рассказав как он «снизошел» до Урала и продает редакторам стихи, ранее проданные в столице. «Бросьте!.. Невыгодное дело стихи... Лучше уж по торговой части... Выгоднее...» [27, 14].

Если рассматривать особенности фельетона эпохи НЭПа, то нельзя не заметить принципиальное изменение ролевой модели газетного автора, влияющее в том числе на выбор и постановку проблем, описывающих современность. Из дореволюционного фланера, более или менее зло иронизирующего над благоустройством улиц, наблюдательного выразителя здравого смысла, он превращается в выразителя точки зрения государства, агитатора и пропагандиста. «Критикуя от лица и по поручению правящих сил, фельетонист приобретает своего рода могущество приближенного, перестает быть местным наблюдателем и превращается в лицо, говорящее от имени “центра”» [16, 400].

Фельетон второй половины 1920-х уверенно вторгался в разные сферы жизни. Свердловские газеты, взявши на вооружение идею столичности города в рамках региона, пристально наблюдали за Уральской областью, не оставляя без внимания ни «царапины быта», ни проблемы хозяйства, ни вопросы производства, особенно актуальные после объявления и форсирования в стране пятилетки. Повседневность, репрезентуемая в изданиях 1927–1929 гг., теряла черты, взлелеянные ранее городскими фельетонами. На первый план выходили проблемы социалистического строительства: деятельность организаций, учреждений, заводов, бытовые привычки рабочих и крестьян, организация быта советской молодежи и т. д.

Дихотомия нормы и аномалии, которую замечает Н. Лебина, описывая повседневность 1920-х [15], определила содержание фельетонов многих уральских авторов, в том числе А. Гайдара (жившего в 1925–1927 гг. в Перми и Свердловске), А. Курского, И. Чилима и др. К примеру, И. Чилим коллекционирует самые разнообразные отклонения от нормы. Так, в фельетоне «Женщина с усами» сатирика смущают кариатиды одного из свердловских домов по улице Вайнера — «фигуры

с перехваченными талиями и необычайно вздыбленными грудями», лица которых снабжены ефрейторскими усами [32]. В фельетоне «Тантьема» он обескуражен никому не известными «тантьемами», которые выдают сотрудникам Уральского отделения Ленинградтабактреста в качестве премии [31]. В «Пляши-нога» в центре внимания оказывается Уралпосредрабис (Уральское отделение по найму работников искусств при НКТ СССР) [6]. В фельетоне «Подкоп» речь идет о Миасском краеведческом музее и его директоре Э. И. Мали, собирающем предметы дореволюционного быта, в связи с чем его деятельность расценивается местными представителями власти как контрреволюционная [7].

Характер многих аномалий, обозначаемых авторами фельетонов, был довольно универсальный (о них писали повсеместно), однако специализированные издания сужали круг проблем. Отдельного разговора заслуживают фельетоны, опубликованные в свердловской молодежной газете «На смену!». Здесь происходило своеобразное отражение/конструирование повседневности советской молодежи. Так, на повестке стояли такие проблемы, как туберкулез и жилищная политика («Дайте жить человеку» Эст., «Кровь» В. Тюменева), бюрократия, волокита — например, невозможность годами получить комсомольские билеты («О билете, которого нет» А. Курского), нежелание комсомольцев слушать критику («Сирень цветет» Б. Баянова), попытки детей кулаков влиться в ряды рабочей молодежи («Активистка Степаненко» В., «Димочка» А. Курского), проблемы ШКМ — Школы краевой молодежи («Кладбищенский надел» Д. В.), домогательства начальника («Издательство» Д. В.) и т. д. — вплоть до разоблачения литературного воровства («Философия вора» А. Курского). В фельетоне «Рыцарь женской чести» А. Курский поднимает актуальные для 1920-х вопросы эмансипации и полового равноправия: секретарь Баженовской комсомольской ячейки Авдей Глухих, слышавший горячим сторонником равноправия, бьет свою жену палкой до крови [12]. Уральский Остап Бендер фигурирует в другом фельетоне А. Курского «Хлестаков в Добрянке». Некто Балдин попросил у добрянских активистов помощи в поиске работы, ему нашли место на заводе, после чего в первую же неделю работы Балдин женился «на заводской девушке, комсомолке, обладательнице миловидного лица, красивых серых глаз и вещей на 200 руб.», с которыми он довольно скоро и исчез [13].

Очевидно, что советская газета была включена в процессы налаживания нового быта. Мельчайшие бытовые детали, попадая в уральский фельетон, приобретали зачастую символическое значение. Пример — расческа жены секретаря Денисовского сельсовета Исетского района Тюменского округа В. Майского, которую в ноябре 1928 г. увез со съемной квартиры секретарь Исетского райкома ВЛКСМ Баранов, в связи с чем Майский написал заявление в окружком. В нем говорилось, что расческа была куплена в 1924 г. за 3 руб. 75 коп., а также озвучивалось намерение подать на Баранова заявление в Областную контрольную комиссию [11].

При этом многообразии бытовых реалий и повседневных практик в фельетонистике 1920-х уже к концу десятилетия стало тесниться — пока не существенно, но уже заметно — индустриальной повесткой. Первая пятилетка обозначила приоритетный для новой эпохи интерес к производству — заводам, фабрикам,



крупному строительству. Так, в центре одного из свердловских фельетонов А. Гайдара оказывается пуск электростанции на Большом Конном полуострове. «Вчера в 3 с половиной часа дня техник Силанов подошел к доске генераторного пульта, спокойно повернул рычажок, и 3000 вольт, бесшумно ударив провода, полились непрерывным горячим потоком на заводы Свердловска» [3]. Писатель отказывается от свойственной ему газетной иронии, фельетон приобретает черты репортажа и очерка.

В 1927 г. в «Уральском рабочем» была организована сатирическая страница с вполне производственным названием «Веселая кузница» (затем она будет выходить как отдельное приложение к газете). Примечательно, что «кузнецы» среди прочего завели привычку выезжать на предприятия области. Они посетили Чусовской, Первоуральский, Мраморский и другие заводы, заехали в Верхний Уфалей, Пермь, Кизел, Лысьву, Надеждинск и иные уральские города, имеющие производственные мощности. Результаты заводских ревизий газетных авторов были представлены в серии фельетонов.

О прелой спецодежде на Чусовском заводе:

— Выдали рубахи, рубахи нам в апреле,  
Через два денька они пропрели. <...>  
Куртки нам брезентовые дали,  
Мы на них взглянули, зарыдали,  
Как те куртки надевать на тело,  
Если моль какая-то их съела? [5]

Собственно индустриальная эпоха прочно вошла в фельетон конца 1920-х — начала 1930-х, стремящийся сформировать представление о повседневности как о работе на производстве и работе самого производства, что, впрочем, не означало конец интереса сатириков к быту в его лотмановском понимании: «вещи, которые окружают нас, наши привычки и каждодневное поведение» [18]. Повседневность с ее неизменными бытовыми деталями и жизненными аномалиями так и не была вытеснена из фельетона 1920-х.

Уральский фельетон, следовавший в своем развитии за фельетонистикой эпохи в целом, оказался жанром, довольно легко приспосабливающимся к меняющимся общественно-политическим условиям и социальным запросам. Он активно трансформировался в течение всего десятилетия за счет приращения разнородных жанровых элементов, расширения диапазона тем и инструментария художественно-публицистических приемов. Он пристально вглядывался в мельчайшие штрихи современности, выделяя в ней самое яркое и в то же время типическое, хотя и не самое положительное, во всяком случае, большая часть фельетонов 1920-х носила сатирический характер и коллекционировала социальные и бытовые аномалии. Фельетонистика 1920-х создавала образ эпохи: меняющейся, противоречивой, взвихренной. Одновременно фельетонисты тщательно наблюдали за фактами, вопиюще нарушающими режимы уральской повседневности: недостатками в работе городского хозяйства, экономическими упущениями и деструктивными общественными явлениями. Город, село, заводы, учреждения и организации, НЭП,

советская молодежь и советская женщина, индустриализация, новояз и новый быт — свердловский фельетон не оставлял без внимания ни одно явление своего времени, хотя, стоит признать, уральских акцентов в нем было не так уж и много.

1. *Антипина З. С.* Женские рассказы в пермской периодической печати конца XIX — начала XX в. // Дергачевские чтения—2008: Русская литература: национальное развитие и региональные особенности: Проблема жанровых номинаций. Екатеринбург, 2009. С. 13–19.

2. *Власова Е. Г.* Уральская стихотворная фельетонистка конца XIX — начала XX века : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2001.

3. *Гайдар А.* 3000 вольт // Уральский рабочий. 1927. 11 февр.

4. *Журбина Е.* Новый бытовой фельетон в газете // Фельетон : сб. ст. Л., 1927. С. 30–40.

5. *Золотухин Г.* «Веселая кузница» на Чусовском заводе // Уральский рабочий. 1927. 6 авг.

6. *И. Ч.* Пляши-нога // Уральский рабочий. 1927. 28 авг.

7. *Ич.* Подкоп // Уральский рабочий. 1927. 18 сент.

8. *Клочкова Ю. В.* Фельетоны на страницах газеты «Уральский рабочий» (1919–1926 гг.) // Региональный литературный ландшафт в русской перспективе. Тюмень, 2008. С. 336–341.

9. *Комаров С. А.* Морально-этическая проблематика русского фельетона 1920-х — начала 1930-х годов // Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. 2015. Вып. 5. С. 236–246.

10. *Кузнецов П. В.* Своеобразие фельетонистики 1920-х гг. в газете «Гудок» : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2011.

11. *Курский А.* Дело о расческе // На смену! 1929. 12 февр.

12. *Курский А.* Рыцарь женской чести // На смену! 1928. 10 июня.

13. *Курский А.* Хлестаков в Добрянке // На смену! 1928. 15 июня.

14. *Лебедева В. Г.* Антитеза «старое — новое» в массовой культуре 1920-х годов [Электронный ресурс]. URL: <http://ec-dejavu.ru/n/NEP.html> (дата обращения: 12.03.2019).

15. *Лебина Н.* Советская повседневность: нормы и аномалии. От военного коммунизма к большому стилю. М., 2015.

16. *Литовская М. А.* Фельетоны Аркадия Гайдара в газете «Уральский рабочий» // Литературный процесс в региональной периодической печати 1830–1930-х гг. От «Заволжского муравья» к «Уральскому рабочему». Екатеринбург, 2016. С. 395–406.

17. *Лобаев С.* Генерал НЭП. Рассказ рабочего типографии «Гранит» // Товарищ Терентий. 1924. № 19. С. 2–3.

18. *Лотман Ю. М.* Беседы о русской культуре: быт и традиции русского дворянства (XVIII — нач. XIX в.). СПб., 1994.

19. *Никитин Н.* Столица Урала // Никитин Н. С карандашом в руке : очерки и рассказы. М. ; Л., 1926. С. 77–89.

20. *Никулин И. О.* Советские сатирические периодические издания 1920-х годов: системные связи контента и типологических характеристик : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2013.

21. *Орлов И. Б.* О непманах, нэпачах и советском зооморфизме... Образ «новой буржуазии» в советской сатире 1920-х годов [Электронный ресурс]. URL: <http://zoschenko.lit-info.ru/zoschenko/kritika/orlov-o-nepmanah-nepachah.htm> (дата обращения: 12.03.2019).

22. *Орлова Е. И.* Фельетон 20-х годов: проблемы критики и поэтики // Актуальные проблемы журналистики. М., 1983. Вып. 2. С. 107–114.

23. *Пирогов С. В.* Феноменологическая социология и урбанистика // Вестн. Том. гос. ун-та. 2004. № 282. С. 97–103.

24. *Подлубнова Ю. С.* НЭП и нэпманы в екатеринбургском фельетоне 1920-х гг. // НЭП в истории культуры: от центра к периферии. Саратов, 2010. С. 331–337.

25. Пономарева Е. В. Жанровый синкретизм малой прозы 1920-х годов // Вестн. Юж.-Урал. гос. ун-та. Сер. : Социально-гуманитарные науки. Вып. 4. 2005. № 7 (47). С. 189.
26. Серегина М. С. Жанр фельетона в журналистском творчестве М. А. Булгакова. (Период работы в газетах «Гудок» и «Накануне»). Тверь, 2005.
27. Смехач. Один раз напиши — семь раз напечатай // Товарищ Терентий. 1925. № 3. С. 14.
28. Тагамлицкий Н. Свердловск. Столица Урала // Уральская новь. 1926. № 6. С. 22–23.
29. Фельетон : сб. ст. Л., 1927.
30. Чарный М. Коммунист в кольце // Товарищ Терентий. 1924. № 15. С. 13–15.
31. Чилим И. «Тантьемы» // Уральский рабочий. 1926. 26 июня.
32. Чилим. Женщины с усами // Уральский рабочий. 1926. 15 июня.
33. Янопольский Ю. Муть // Товарищ Терентий. 1924. № 23. С. 10–11.
34. Янопольский Ю. Пыльгород или Мусорград? // Товарищ Терентий. 1924. № 18. С. 16.

*Статья поступила в редакцию 31.03.2019 г.*

УДК 070.23(68) + 94(68) + 327.54

**А. В. Антошин**  
**В. А. Антошин**

## **РАЗВИТИЕ ФЕНОМЕНА ГАЗЕТНОЙ ПЕРИОДИКИ НА ЮГЕ АФРИКИ ПОСЛЕ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ**

Статья посвящена основным тенденциям развития прессы юга Африки в середине 1940-х — начале 1960-х гг. Публикация базируется на материалах газет, издававшихся в Южно-Африканском Союзе, Юго-Западной Африке и Южной Родезии. Данные издания хранятся в Библиотеке Конгресса США. Авторы доказывают, что периодическая печать является важным историческим источником для характеристики процессов политической, экономической и социокультурной модернизации юга Африки.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** пресса; Южная Африка; Южно-Африканский Союз; Юго-Западная Африка; Южная Родезия; апарtheid.

История периодической печати юга Африки эпохи «холодной войны» относится к числу слабо изученных сюжетов в отечественной африканистике. Советские авторы почти не уделяли внимания такому важному аспекту социокультурной модернизации Черного континента, как развитие прессы, концентрируясь на попытках европейских колонизаторов сохранить контроль над Африкой [6, 7]. Отдельные аспекты этой темы затрагивались в работах

---

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

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

© Антошин А. В., Антошин В. А., 2019

современных исследователей А. В. Беляева, С. М. Шленской и некоторых других авторов [4, 280–283, 6, 264–267]. Однако ранее не предпринималось попыток компаративного анализа специфики развития прессы в различных странах региона, являвшегося в описываемый период ареной борьбы сверхдержав. Для осуществления данного анализа, бесспорно, необходимо обращение к комплектам газет юга Африки середины 1940-х — начала 1960-х гг. Одному из авторов данной статьи довелось работать с этими историческими источниками в Библиотеке Конгресса США. Изучение ряда ведущих изданий различных стран региона позволило уточнить те оценки, которые ранее делались в исторической литературе, выявить особенности развития одного из видов средств массовой информации в Африке.

Юг Африки отличается от других субрегионов континента тем, что здесь тенденции европеизации и модернизации имеют более глубокие исторические корни. Уже в XVII в. на мысе Доброй Надежды возникает колония Голландской Ост-Индской компании, которая становится островком западной цивилизации на Черном континенте. Именно потомки голландских переселенцев (буры), как известно, являются основной группой белого населения ЮАР. С конца XVIII — начала XIX в. начинается британская колонизация юга Африки [8]. Эти процессы привели не только к формированию на юге Африки колониального общества, к истории которого были причастны и некоторые видные деятели культуры (например, ставший впоследствии известным писателем Генри Райдер Хаггард, служивший в британской администрации), но и к созданию общественных организаций африканцев. Инициированные британцами процессы модернизации обусловили формирование на юге Африки первых периодических изданий. Здесь они возникают существенно раньше, чем в ряде других субрегионов Африки. Так, «Южноафриканская коммерческая реклама» издавалась с 1824 г., несколько позднее, в середине XIX в., появилось первое издание, финансировавшееся местной администрацией, — «Реклама Кейптауна и африканеров». Эти издания, прежде всего, были ориентированы на удовлетворение потребностей местных предпринимателей, помещавших на их страницах рекламу своей продукции. Однако постепенно возникает и общественно-политическая пресса. В 1882 г. издатели газет объединяются в Союз прессы, ставший ключевым институтом корпоративной солидарности руководителей печатных средств массовой информации юга Африки [6, 265].

В 1906 г. начала издаваться «Сандей таймс», ставшая воскресным приложением к ежедневной газете «Сандис». Это было респектабельное, солидное, 32-полосное издание, выпускавшееся, как и ряд его «собратьев» в других странах Африки, по образцу лондонской «Таймс». Оно было ориентировано, прежде всего, на удовлетворение потребностей британцев, проживавших на юге Африки. «Сандей таймс» продолжала сохранять ведущие позиции и среди периодических изданий провозглашенного в 1910 г. Южно-Африканского Союза (ЮАС), британского доминиона. Постепенно в его политической системе стала доминировать национальная партия, которая с конца 1940-х гг. начала реализовывать стратегию апартеида (раздельного развития) [3, 50–51]. Обсуждение предложенных

националистами ряда расовых законов, в частности «Закона об образовании банту» (1953), нашло свое отражение на страницах «Сандей таймс».

Знакомство с комплектами «Сандей таймс» позволяет составить более яркое впечатление о том мире, в котором жили белые в ЮАС в 1950-е гг. Газета имела обширный раздел рекламы, содержащий информацию о возможностях отдыха в многочисленных отелях, находившихся в различных городах Союза [14]. Особое внимание в этот период уделялось программе развития туристической инфраструктуры Дурбана [9]. В рекламном блоке «Сандей Таймс» было представлено огромное количество предложений покупки недвижимости: роскошные дома с прекрасными садами, каминами, многочисленными спальнями и кухнями. При этом читателям газеты предлагалось покупать недвижимость не только в ЮАС, но и в соседнем Свазиленде [14].

Влияние британских традиций на культуру и образ жизни белого населения ЮАС ощущается в разделе спорта. Особое внимание «Сандей таймс» уделяла футболу, помещая обзоры матчей различных английских лиг [14]. Очевидно, именно футбол оставался любимым видом спорта для потомков британских переселенцев.

На страницах «Сандей таймс» уделялось определенное внимание и развитию информационных технологий, появлению новых средств массовой информации в ЮАС. Национальное радио стало вещать на юге Африки с 1923 г., однако развитие телевидения сталкивалось с немалыми трудностями. Как отмечалось на страницах газеты, главная проблема носила не технический, а лингвистический характер. Белое население ЮАС традиционно было двуязычно, буры долгое время в основном использовали африкаанс, а потомки британских переселенцев говорили на английском языке. В результате организовать вещание было довольно сложно, этот проект оказывался весьма затратным, и «Сандей таймс» предупреждала своих читателей, что телевидение будет носить не общедоступный, а коммерческий характер [10]. Очевидно, это и обусловило тот факт, что национальное телевидение началось лишь в 1976 г.

Политические установки белого населения ЮАС — читателей «Сандей таймс» носили в основном антикоммунистический характер. Достаточно большое внимание газета уделяла начавшимся в последние годы жизни И. В. Сталина в СССР преследованиям евреев, в частности, «делу врачей» [13]. Заметим, что особый интерес к этим событиям газеты, издававшейся в далекой Южной Африке, не был случаен: в конце XIX — начале XX в. десятки тысяч российских евреев переселились на юг Африки [2, 23–30]. Они и их потомки продолжали проживать в ЮАС и в 1950-е гг., многие из них имели родственников в СССР и беспокоились за их судьбу.

Однако, как и часть западной общественности, некоторые местные интеллектуалы внимательно следили за развитием ситуации в Советском Союзе, надеясь на трансформацию политического режима в СССР. Особенно усилились эти надежды после смерти И. В. Сталина. Характерно, что «Сандей таймс» писала о «некотором ослаблении “железного занавеса” весной 1953 г., подувшем в общественной жизни СССР “свежем ветре”» [15]. Корреспонденты южноафриканской

газеты выражали осторожный оптимизм относительно возможности возобновления диалога между Востоком и Западом [12].

В 1915 г. южноафриканские войска оккупировали Германскую Юго-Западную Африку (будущую Намибию), в 1920 г. Лига Наций передала ее под управление ЮАС. После Второй мировой войны ЮАС не включил данную территорию в систему опеки ООН, продолжив ее оккупацию. Во многом благодаря развитой системе миссионерского образования в Юго-Западной Африке формировалась африканская интеллигенция [1, 31–49, 141–166].

Однако, как и в ЮАС, на ведущих позициях в Юго-Западной Африке находились белые переселенцы и их потомки. На их вкусы была ориентирована крупнейшая газета территории — «Виндхук эдвертайзер». Жившие на данной территории читатели газеты нередко проводили свой отпуск в ЮАС, в Порт-Элизабет, где, как значилось в рекламе местного отеля, погода — «то, что доктор прописал»: «сухо, тепло, солнечные дни» [27]. Страницы газеты были заполнены рекламой женских шляпок, сигарет, кофе, вин и т. д., ориентированной, конечно, на белых переселенцев [21]. Именно белым открывала двери музыкальная школа профессора У. Холланда в Свакопмунде, которую газета представляла как «лучшую возможность научиться игре на пианино, виолончели, гитаре, банджо и других инструментах» [Там же]. Именно белых девушек приглашала «Виндхук эдвертайзер» в марте 1946 г. на танцы в местном железнодорожном институте, чтобы приветствовать вернувшихся с фронта Второй мировой войны солдат. При этом редакция газеты подчеркивала: «Публика приглашается присутствовать, чтобы устроить хороший прием нашим мальчикам» [26]. А после танцев, очевидно, все собравшиеся могли посетить фильм «Флот этого человека», демонстрировавшийся в то время в кинотеатрах Виндхука. Его реклама в «Виндхук эдвертайзер» шла под броской шапкой «Герои и девушки, которые любят их!» [23].

Вместе с тем окончание Второй мировой войны означало для белого населения Юго-Западной Африки отнюдь не только проведение серии танцевальных вечеров и других праздничных мероприятий. Поставленный ООН вопрос о реформе управления бывшими подмандатными территориями Лиги Наций был болезненно воспринят читателями «Виндхук эдвертайзер». По мнению редакции газеты, мировое сообщество не понимало настроений белых переселенцев. «В глазах всего мира европейское население здесь просто не существует. В его глазах это — территория коренных африканцев, и желания европейцев считаются сравнительно неважными» [22]. Чтобы бороться с этой «индифферентностью» [23] мирового сообщества к их проблемам, белые фермеры Виндхука, создавшие в 1946 г. свою ассоциацию, выступали на страницах данного издания. Следует учесть, что именно фермеры были наиболее заметной группой белого населения территории. Не случайно «Виндхук эдвертайзер» помещала на своих полосах множество разнообразных объявлений о продаже коров, ферм, партий шерсти и т. д. [26].

Идейно-политические установки данной газеты были близки к позиции редакции «Сандей таймс». В целом она негативно относилась к внешней политике СССР после Второй мировой войны, полагая, что «Россия не является истинным

приверженцем принципа коллективной безопасности» [24]. «Виндхук эдвертайзер» осуждала позицию советской дипломатии по иранской, греческой и ряде других проблем международных отношений эпохи «холодной войны» [24, 25]. Вместе с тем на страницах газеты встречались и иные оценки ситуации. В статье «Цели России», опубликованной в феврале 1946 г., редакция газеты выступала за поиск «поля для диалога между Россией и остальным миром» [20].

Наряду с Южно-Африканским Союзом одним из важнейших политических игроков в данном субрегионе Черного континента, бесспорно, традиционно являлась Великобритания. Как отмечают исследователи, 1940–1950-е гг. стали временем серьезных изменений в британской колониальной империи. На различных ее территориях шли интенсивные процессы политической модернизации, формирования новых органов власти и самоуправления, расширения прав африканцев. Как отмечает М. Д. Никитин, эти новации «изменили политический ландшафт, влияя на политическую культуру и сознание африканских народов» [5, 170].

Одной из попыток реформ системы управления британскими владениями в Африке стало формирование в 1953 г. Федерации Родезии и Ньясаленда. В ее состав входила и Южная Родезия (ныне — Зимбабве). Крупнейшей газетой данной территории была «Африкэн дейли ньюс», которая издавалась в Солсбери.

Фактически данное издание отражало позицию связанных с Великобританией политических кругов, находившихся у власти в Федерации. Анализ материалов газеты убедительно показывает их нацеленность на проведение реформ по африканизации территории. Характерно опубликованное «Африкэн дейли ньюс» в январе 1961 г. новогоднее обращение к читателям, написанное премьер-министром Южной Родезии сэром Э. Уайтхэдом. В нем высокопоставленный чиновник заявлял: политика его правительства состояла в том, чтобы «раса или цвет кожи не были бы барьером в карьере человека в Южной Родезии» [16]. Именно на этих позициях находилась и редакция «Африкэн дейли ньюс». Ее передовицы содержали требования допустить африканцев во все органы власти территории, доказывая, что среди них уже достаточно много квалифицированных кадров.

Характерно и то обстоятельство, что данная газета стремилась ориентироваться не только на белых, но и на черных читателей. На это были нацелены многие рекламные материалы, публиковавшиеся «Африкэн дейли ньюс». Один из таких плакатов, представлявший собой рекламу пива «Кастл», содержал портрет африканца с удочкой в руке, рядом с ним был изображен бокал пива. Слоган утверждал: «Когда солнце печет и рыба ловится — это время для холодного “Кастла”» [18]. Эту же тенденцию на поощрение африканизации, характерную для «Африкэн дейли ньюс», отражали и другие рекламные материалы газеты. Такова, например, реклама мыла «Люкс», изображавшая африканскую девушку, моющую лицо. Реклама содержала слоган: «Как и все привлекательные люди, она использует мыло “Люкс”» [19]. Таким образом материалы утверждали в сознании читателей данного издания представление о привлекательности африканцев, идею физического равенства представителей различных рас. Издававшаяся в Солсбери газета рекламировала и африканские конкурсы красоты, помещая фотографии

африканок в эффектных купальниках [19]. Заметим, что использование в рекламных акциях образов африканцев крайне нетипично для большинства периодических изданий юга Африки тех лет.

Стремясь доказать тезис о том, что большинство европейских переселенцев готовы к африканизации Южной Родезии, «Африкэн дейли ньюс» помещала на своих страницах открытые письма тех читателей, которые разделяли эти взгляды. Так, например, проживавший в Булавайо Б. Хоув доказывал, что африканцы, «лишенные прав на их собственные земли», уже представляют собой нацию, с которой необходимо считаться [11]. Однако даже в этих письмах, очевидно, подбираемых редакцией с определенными целями, проскальзывали утверждения, свидетельствующие о том, что многие белые переселенцы не были готовы смотреть на африканцев как на равных им людей. Так, в одном из писем, опубликованных в январе 1961 г., отмечалось, что белые по-прежнему используют в отношении африканцев термины «бой» и «нанни» [17]. О наличии вакансии «африканской нанни» у одного белого переселенца свидетельствовала и реклама, помещенная «Африкэн дейли ньюс» [Там же]. Иными словами, стремление связанных с британцами правящих кругов Федерации Родезии и Ньясаленда идти на реформы по африканизации территории далеко не всегда находило отклик у белых переселенцев.

Анализ содержания данной газеты показывает, что ее редакция была нацелена именно на формирование благоприятного общественного мнения относительно проводимых британцами преобразований в Африке. Она уделяла немалое внимание развитию политических движений африканцев, публиковала информацию о митингах, на которых выступал знаменитый лидер национально-освободительного движения страны Р. Мугабе [16]. При этом гораздо меньшее место, чем в других газетах юга Африки, она отводила международным проблемам.

Политика африканизации, проводившаяся в 1950-е гг. властями Федерации Родезии и Ньясаленда, нашла свое отражение и в процессах развития периодической печати в Северной Родезии (будущей Замбии). Наряду с англоязычными СМИ (например, газетой «Нозерн ньюс», издававшейся с 1943 г.), здесь в 1950-е гг. стали появляться издания на африканских языках. В 1953 г. возникла газета «Имбила» («Новости») на языке бемба, в 1958 г. — «Интанда» («Звезда») на языке тонга, «Цопано» («Теперь») на языке ньянджа и др. [4, 280–281]. Появление этих органов печати свидетельствовало о развитии процессов модернизации на юге Африки, формировании достаточно многочисленной африканской интеллигенции.

Таким образом, анализ печатных СМИ юга Африки эпохи «холодной войны» показывает их разнообразие, наличие у изданий различной целевой аудитории. Нельзя не отметить тот значительный вклад, который внесла в процесс формирования прессы Черной Африки британская администрация и связанные с ней структуры. Анализ содержания некоторых изданий позволяет по-новому взглянуть на проблему «Черная Африка и британские колонизаторы», которая по-прежнему вызывает интерес у исследователей. При этом газеты юга Африки этой эпохи важны не только как источник информации о ситуации на Черном



континенте. Они сами являются символами тех противоречивых процессов модернизации, которые протекали в Африке в середине XX в.

1. *Балезин А. С.* Черная Африка и Европа: к проблеме встречи культур в колониальную эпоху. М., 2015.
2. *Горелик Б. М.* Российская иммиграция в Южную Африку: вчера и сегодня. М., 2007.
3. *Грибанова В. В.* Апартеид и система просвещения накануне преобразований 90-х годов в ЮАР // Африка и прошедший век. М., 2000. С. 50–57.
4. Замбия : справ.-моногр. изд. / отв. ред. Т. С. Денисова. М., 2013.
5. *Никитин М. Д.* Черная Африка и британские колонизаторы: столкновение цивилизаций. Саратов, 2005.
6. *Тарабрин Е. А.* Новая схватка за Африку. М., 1972.
7. *Фокеев Г. В.* Они не хотят уходить. Английский колониализм в Африке после Второй мировой войны. М., 1965.
8. Южно-Африканская Республика : справочник / отв. ред. Л. Л. Фитуни. М., 1994.
9. Beach Floodlights Would Lure Sharks, Anglers to Durban // Sunday Times (Johannesburg). 1953. 25 Jan.
10. Dual Language is Big S. A. Television Obstacle // Sunday Times. 1953. 1 March.
11. *Hove B.* Africans are not a Collection of Fighting Tribes // The African Daily News. 1961. 7 Jan.
12. More Peace Hints from Russia Siberia // Sunday Times. 1953. 26 Apr.
13. Pass of a Kremlin Doctor is Also One-Way Ticket to Siberia // Sunday Times. 1953. 18 Jan.
14. Sunday Times. 1953. 18 Jan.
15. Sunday Times. 1953. 5 Apr.
16. The African Daily News (Salisbury). 1961. 2 Jan.
17. The African Daily News. 1961. 12 Jan.
18. The African Daily News. 1961. 13 Jan.
19. The African Daily News. 1961. 14 Jan.
20. The Aims of Russia // The Windhoek Advertizer. 1946. 23 Febr.
21. The Windhoek Advertizer. 1946. 2 Jan.
22. The Windhoek Advertizer. 1946. 5 Jan.
23. The Windhoek Advertizer. 1946. 9 Jan.
24. The Windhoek Advertizer. 1946. 2 Febr.
25. The Windhoek Advertizer. 1946. 9 Febr.
26. The Windhoek Advertizer. 1946. 2 March.
27. The Windhoek Advertizer. 1946. 16 March.

*Статья поступила в редакцию 21.03.2019 г.*

# КУЛЬТУРОЛОГИЯ

УДК 791.12(470) + 791.63(470)

Н. Б. Кириллова

## СОВЕТСКАЯ КИНОШКОЛА КАК АВАНГАРД ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ

Объектом исследования является процесс создания советской киношколы как итог декрета Совета народных комиссаров РСФСР от 27 августа 1919 г. «Важнейшее из искусств» в 1920-е гг. становится фактором мощного идеологического воздействия. Соединение творчества и идеологии привело к потрясающим экспериментам в экранной культуре и сделало советский кинематограф авангардистским явлением мирового масштаба.

**Ключевые слова:** экранная культура; советская киношкола; киноавангард; «эффект Кулешова»; «киноглаз» Вертова; «интеллектуальное кино» Эйзенштейна; «психологический реализм» Пудовкина; лиро-эпос Довженко.

В нынешнем году исполняется 100 лет со дня издания декрета Совета народных комиссаров РСФСР от 27 августа 1919 г. «О переходе фотографической и кинематографической торговли и промышленности в ведение Наркомпроса РСФСР», ставшего основой национализации кино на территории всей страны [7, 35]. Декрет СНК, появившийся в разгар Гражданской войны, вызвал негативную оценку как русской интеллигенции, так и зарубежных критиков. Главный тезис критиков заключался в том, что художники под диктатом государства перестанут быть свободными творцами, что приведет искусство к гибели [1, 27]. Неоднозначным было и отношение к ленинскому постулату «из всех искусств для нас важнейшим является кино», который определил ведущую роль экрана в вопросах агитации и пропаганды [7, 16].

Еще одним знаковым событием 1919 г. стало создание первой в мире Госкиношколы (в будущем — ВГИК), которая была открыта 1 сентября с целью подготовки кадров для молодого советского кино: актеров, режиссеров, операторов,

---

КИРИЛЛОВА Наталья Борисовна — доктор культурологии, профессор, заведующий кафедрой культурологии и социально-культурной деятельности Уральского федерального университета (e-mail: urfo@bk.ru).

художников. Директором был назначен известный в кинематографическом мире Владимир Гардин<sup>1</sup>, а учебную мастерскую возглавил молодой режиссер Лев Кулешов.

Национализация кинематографа, как и создание советской киношколы, несомненно, способствовали тому, что «важнейшее из искусств» вскоре становится фактором мощного идеологического воздействия на массы зрителей. Соединение художественного творчества и идеологии привело к потрясающим экспериментам в экранной культуре и сделало советское кино авангардистским явлением мирового масштаба. Об этом периоде в советском киноведении и марксистско-ленинской эстетике написано немало книг и учебников<sup>2</sup>, однако наша задача — рассмотреть его сквозь призму вековой истории, позволяющей выявить истоки и проанализировать особенности советского киноавангарда 1920-х гг., специфика которого связана с новыми подходами к репрезентации реальности, поисками нового языка экрана и новых героев эпохи.

Несмотря на то, что мировой кинематограф в указанный период уже запечатлел в своей краткой истории имена братьев Люмьер, Томаса Эдисона, Жоржа Мельеса, Мака Сеннета, Макса Линдера, Дэвида Уорка Гриффита, Чарльза Чаплина и др., триумф советского кино был неожиданным и оглушительным. Имена его корифеев — Льва Кулешова, Дзиги Вертова, Сергея Эйзенштейна, Всеволода Пудовкина, Александра Довженко и их творческие открытия вскоре станут уникальными событиями мирового масштаба, что подчеркнут в своих работах зарубежные теоретики и практики экранной культуры<sup>3</sup>.

Отметим, что российская публика в конце 1910-х — начале 1920-х гг. была подвержена влиянию разных медийных потоков одновременно, одна и та же идея внушалась как через печатные идеологические каналы, так и с помощью экрана. В первые постреволюционные годы были поставлены фильмы «Барышня и хулиган» и «Не для денег родившийся» (1918) по сценарию и с участием Владимира Маяковского, «Уплотнение» (1918) А. Пантелеева по сценарию А. В. Луначарского, «Поликушка» (1919) А. Санина по повести Льва Толстого, «Проект инженера Прайта» (1919) и на «Красном фронте» (1920) Л. Кулешова. В 1921 г. на экраны страны вышла первая картина с участием учеников Госкиношколы — «Серп и молот» в постановке В. Гардина. Но рекорд побил популярный приключенческий фильм «Красные дьяволята» режиссера И. Перестиани, вышедший в 1923 г. Новая идеология активно преломлялась в сюжетах картин, этому же служила и авторская трактовка, выражаемая средствами киноязыка. Режиссеры агитировали за революционные идеи, увлекая зрителя возможностью погрузиться в новый мир, лишенный пороков буржуазного общества. И все же

<sup>1</sup> В истории русского дореволюционного кино прославился как постановщик фильмов-экранизаций: «Барышня-крестьянка» по А. С. Пушкину, «Анна Каренина», «Война и мир» и «Крейцера соната» по Л. Н. Толстому, «Приваловские миллионы» по Д. Н. Мамину-Сибиряку и др.

<sup>2</sup> См. работы В. Баскакова, И. Вайсфельда, Е. Вейцмана, С. Герасимова, С. Гинзбурга, Ю. Горячева, Е. Громова, И. Долинского, С. Дробашенко, Г. Капралова, А. Караганова, Н. Парсаданова, Л. Рошала, Р. Соболева, В. Шкловского, Р. Юренева и др.

<sup>3</sup> Речь идет о трудах Р. Арнхейма, Б. Балаша, А. Базена, Ж. Делеза, Л. Кьярини, К. Лидзани, Л. Мусси-нака, Ж. Садуля, Е. Теплица, П. Гринуйя и др.

это были истоки, предпосылки последующих грандиозных открытий в экранной культуре 1920-х гг.

### «Эффект Кулешова»

Среди первых советских киноэкспериментаторов следует назвать Льва Владимировича Кулешова (1899–1970). Ему принадлежит пальма первенства в разработке теории монтажа, хотя практика монтажной техники была освоена до него (достаточно вспомнить творчество Ж. Мельеса и Д. У. Гриффита). Кулешов считал монтаж основой культуры экрана, он привлекал его как мощное средство антропологизации визуальных объектов. Оказалось, что *с его помощью можно что угодно сделать привлекательным или отталкивающим в глазах публики*. Человека можно было показать добрым или злым, героем или трусом, благородным или негодяем — и все это через построение кадра и в особенности с помощью сочетания разных кадров [10, 89–107]. На этом строился «эффект Кулешова» — монтажное соединение двух кадров, которые должны дать некое новое третье. Хрестоматийно известным является эксперимент Кулешова со склейкой одного и того же крупного плана актера Ивана Мозжухина из дореволюционного фильма то с тарелкой супа, то с детским гробиком, то с лицом прекрасной женщины. Монтаж двух разных кадров, как доказал Кулешов, рождал совершенно иной смысл: в первом случае — муки голода, во втором — горе отца, в третьем — любовную страсть.

«Монтаж, — подчеркивал Л. Кулешов, — кроме непосредственного кинематографического воздействия на зрителя дает возможность не считаться с условностями театрального времени и места действия, где очень трудно показывать одновременно, что делается в первом и втором месте и что делает человек, который не может присутствовать в данной обстановке [10, 95–96].

Большую роль в создании новой экранной культуры сыграла и «школа натуращика» Льва Кулешова, в которой игнорировались традиционные сценические понятия, такие как «актер», «игра», «переживание» и др. Среди его учеников было немало талантливых людей, впоследствии выдающихся кинематографистов: Борис Барнет, Всеволод Пудовкин, Александра Хохлова, Леонид Оболенский, Сергей Комаров, Владимир Фогель и др. Знаменитые кулешовские «фильмы без пленки» — сценические миниатюры в стиле немого черно-белого кино, — на которые собиралась вся творческая «богема» Москвы, восхищали безукоризненной пластикой исполнителей, мимикой, отработанностью жеста, спортивными мизансценами. Режиссер Г. В. Александров в своих мемуарах вспоминал о том, что и для Эйзенштейна Лев Владимирович был непререкаемым авторитетом, в начале 1920-х гг. он даже стал брать у Кулешова уроки по режиссуре и монтажу [1, 33].

Своеобразной проверкой лабораторных опытов стали первые кинофильмы с участием коллектива Кулешова: пародия на американский вестерн «Приключения мистера Веста в стране большевиков» (1924) и фантастический «Луч смерти» (1925). Можно согласиться с Н. М. Зоркой в том, что «все это было “разведкой боем”, поисками новой эстетики кино» [5, 91]. А впереди были подлинные шедевры Л. В. Кулешова — фильмы «По закону» (1926), экранизация Джека Лондона, и «Великий утешитель» (1933) по рассказам О’Генри.

Роль Льва Кулешова в истории советского киноавангарда неоспорима. Не случайно один из самых талантливых его учеников режиссер Всеволод Пудовкин через несколько лет даст оценку творчеству мастера: «Мы делаем фильмы — Кулешов сделал кинематографию...» [6, 20].

### «Киноглаз» Дзиги Вертова

Родоначальником советского документального кино является Дзига Вертов (творческий псевдоним Дениса Аркадьевича Кауфмана, 1896–1954). Начав работать в кинохронике в 1918 г., специализируясь на выпуске журналов «Кинонеделя» и «Киноправда», Вертов пришел в итоге к идее экранной реальности как «мира без игры». В отрицании «актерства» как категории он близок к поискам Л. Кулешова. Эстетика его фильмов — это отказ от сюжета, от фабулы, показ на экране «жизни враспloch», т. е. создание новой кинообразности, основанной на факте, на документе. Не случайно его экспериментальный фильм «Киноглаз», представленный в 1924 г. на Первой Всемирной киновыставке в Париже, был удостоен серебряной медали и восторженно встречен творческой интеллигенцией. Термины, изобретенные Вертовым, — «киноглаз», «киноправда», «жизнь враспloch», «мир без игры» — через французских авангардистов сразу же вошли в международный язык экрана.

Д. Вертов, как и Л. Кулешов, был «конструктивистом». Опираясь на монтаж как сильнейшее средство художественного выражения, как метод конструирования, Вертов создавал на экране новую, не виданную ранее реальность. Правда, в отличие от Кулешова он занимал более экстремистскую позицию.

«...Видеть и слышать жизнь, подмечать ее изгибы и переломы, улавливать хруст старых костей быта под прессом Революции, следить за ростом молодого советского организма, фиксировать и организовывать отдельные характерные жизненные явления в целое, в экстракт, в вывод — вот наша ближайшая задача», — писал Вертов в манифесте «Киноков» и выводил формулу: «*Мы утверждаем будущее киноискусства отрицанием его настоящего*» [4, 97]. Что ж, тезисы в полной мере соответствуют эпохе и устремлениям молодых документалистов. Группа «Киноков», созданная им в 1919 г., «была идеальным реализатором его программ и фантазий, поистине вездесущих, отчаянно смелых» [5, 95].

«Киноглаз» (1924), «Шагай, Совет!» (1926), «Шестая часть мира» (1927), «Энтузиазм» («Симфония Донбасса») и «Человек с киноаппаратом» (1929) — какое разнообразие картин неинсценированной действительности, какая панорама лиц и титанического труда человека, ломающего старый уклад жизни и создающего новую историю и новую реальность. «Оригинальность Вертова, — утверждает французский философ Жиль Делез, — состоит в радикальном утверждении диалектики самой материи... Разумеется, Вертов показывал присутствие человека в Природе, его поступки, страсти, жизнь... его машины, пейзажи, здания, люди... это катализаторы, воспринимающие движения и реагирующие на них, изменяющие скорость, направление и порядок движений, вызывая эволюцию материи...» [3, 85–86].

Эпоха социалистического реализма 1930-х гг. потеснила киноавангард, и Вертов, сняв два последних авторских фильма «Три песни о Ленине» (1934) и «Колыбельная» (1937), навсегда уходит из кинорежиссуры. Однако, как напишет впоследствии историк Жорж Садуль, эксперименты и открытия Дзиги Вертова «...оказали значительное влияние на развитие советского, а затем и мирового кино. Они подчеркивали ведущую роль монтажа, необходимость показывать человека в социальной среде и в повседневной жизни; они дали сильный толчок развитию документального фильма и содействовали возникновению его новых жанров» [12, 172].

### Философский экран Сергея Эйзенштейна

Самой мощной фигурой среди советских киноавангардистов, безусловно, является Сергей Михайлович Эйзенштейн (1898–1948), творчество которого поистине многогранно. Режиссер, сценарист, теоретик искусства, художник, педагог, он — признанный гений мировой экранной культуры. Творчество Эйзенштейна фундаментально изучено и продолжает изучаться и в России, и на Западе, на что автор данных строк указал в своей статье, посвященной этому выдающемуся мастеру экрана [8, 149–157].

Режиссер-постановщик судьбоносных фильмов, таких как «Стачка» (1924), «Броненосец “Потемкин”» (1925), «Октябрь» (1927), исторических шедевров «Александр Невский» (1938) и «Иван Грозный» (1945–1947), С. М. Эйзенштейн был и выдающимся теоретиком кино. Его статьи о монтаже, специфике сценария, языке экрана, психологии творчества, стереокино, цвете и многое другое, что не вошло в шеститомник его работ, что осталось в замыслах, набросках и планах, стало своеобразным фундаментом в дальнейшем развитии теории и практики экранной культуры.

Е. Вейцман, один из исследователей творчества Эйзенштейна, пришел к выводу, что новаторским был метод режиссера, «который использовал философский, теоретико-познавательный подход к модели действительности, что он искал предельную широту идейных обобщений и совершенствованное композиционное выражение» [2, 146–147].

Приведем мысли Эйзенштейна о «конструктивистской» роли монтажа: «...Разбить “в себе” заданное, аморфное, нейтральное, безотносительное “бытие” события или явления — с тем, чтобы вновь собать его воедино, согласно тому взгляду на него, который диктует мне “мое” к нему отношение, растущее из моей идеологии, моего мировоззрения, являющегося нашим мировоззрением, нашей идеологией» [16, 584].

Эйзенштейн, опираясь на идеи З. Фрейда, считал, что кино с помощью монтажа способно перedefлять человека, вытравлять из него все лишнее и в итоге формировать новое сознание. Смысл формы киноязыка он видел не в том, чтобы проникнуть через содержание к его «скрытой сущности», к «скрытой мысли», а в том, чтобы понять, почему идеологический подтекст фильма предполагает именно такую форму. Монтаж первоначально рассматривался им как инструмент

для грубого вмешательства в умы зрителей, однако со временем эта идея сменилась пониманием того, что монтаж — это «итог творческого акта, это метафора, средство осмысления, “познания” окружающего мира» [14, 156]. Свое искусство Эйзенштейн называл «агрессивным», связывая это с идеологической функцией «пересоздания» мира.

Победоносное, почти планетарное шествие «лучшего фильма всех времен и народов», оказавшего колоссальное воздействие на кинематографистов и зрителей разных стран, — тому свидетельство.

В поисках нового пути художественного познания Эйзенштейн создавал свой «интеллектуальный» кинематограф. Эта концепция, как отмечает Н. И. Клейман, возникла в период работы над фильмом «Октябрь», в котором Эйзенштейн «стремился не только реконструировать события революции, но и наглядно выразить на экране их смысл». Основываясь на данном опыте, он выдвинул свою гипотезу о возможности экранизации «понятий» и «системы понятий» [9, 152]. Отсюда — отказ от традиций фабульной драматургии, от «игры страстей», замена их «игрой умозаключений», «языком логики», «языком кинодиалектики». Эти идеи Эйзенштейн обосновал в статье «За кадром» (1929), в которой он вывел свои творческие формулы: «кинематография — это прежде всего монтаж», «кадр — элемент (ячейка) монтажа», «монтаж — сборка элементов» [13, 283–289]. Практическим воплощением теории «интеллектуального кино» должна была стать экранизация «Капитала» К. Маркса.

Как известно, в 1930-е гг. Эйзенштейн отошел от крайностей теории «интеллектуального кино», развивая тем не менее ее отдельные положения в статьях «Монтаж» (1937, 1938), «Метод» (1940–1947), «Неравнодушная природа» (1945–1948). Многие идеи «интеллектуального», т. е. философского, кино найдут в дальнейшем свое отражение в практике как отечественных (А. Тарковский, А. Герман, А. Сокуров), так и европейских (М. Антониони, И. Бергман, Р. Брессон, Ж. Л. Годар, П. Гринуэй) кинематографистов. Кинорежиссер Андрей Тарковский, картины которого были близки по философско-поэтической стилистике Эйзенштейну, в своей статье «Запечатленное время» писал: «Фильмы, сделанные Эйзенштейном в 20-е годы и, прежде всего, “Потемкин”, были иными. Они полны жизни и поэзии...» [17, 187].

Отстаивая теорию С. М. Эйзенштейна как основу «образа-движения», без чего немислима экранная культура, Ж. Делез подчеркивает, что гениальный режиссер «постоянно напоминает, что коррелятором “интеллектуального кинематографа” служит “чувственная мысль” или “эмоциональный разум»» [3, 471], а «метафора как раз и определяется через обертоны образов» [Там же, 473].

Это доказывает, что Эйзенштейн, как и его коллеги по цеху кинематографии, ставил перед собой достаточно сложные задачи по сравнению с экспериментальным творчеством в Западной Европе, которое было достаточно формалистским. Как отмечает К. Э. Разлогов, новый киноязык Эйзенштейн стремился соединить с «удовлетворением запросов широкого зрителя», и это был «один из парадоксов развития немого кино, которое в авангардистских поисках стремилось преодолеть свои собственные границы» [11, 101].

Как бы там ни было, но интерес к творческому наследию Эйзенштейна не иссякает. Так, 1998 г. — год столетия режиссера — прошел под эгидой ЮНЕСКО как явление мирового масштаба, доказывая тем самым, что поток открытий в современном эйзенштейноведении продолжается.

### **«Психологический реализм» Всеволода Пудовкина**

Вторая половина 1920-х гг. — это период расцвета творчества Всеволода Илларионовича Пудовкина (1893–1953). Именно в эти годы он создает своеобразную трилогию о революции: фильмы «Мать» (1926), «Конец Санкт-Петербурга» (1927) и «Потомок Чингисхана» (1929), а также пишет свои первые теоретические труды «Принципы сценарной техники», «Творчество кинорежиссера», «Фотогения» и др.

Следует отметить, что В. Пудовкин, в отличие от Вертова и Эйзенштейна, придерживался более традиционных взглядов на экранное творчество, являясь сторонником актерского кинематографа. Более того, его перу принадлежат уникальные работы по мастерству киноактера: «Натурщик вместо актера» (1929), «Реализм, натурализм и “система” Станиславского» (1939), «Работа актеров кино и “система” Станиславского» (1952).

Ученик Л. В. Кулешова, он был активным участником его экспериментов, а первые свои режиссерские работы — короткометражную комедию «Шахматная горячка» (1925) и научно-просветительский фильм «Механика головного мозга» (1926) создал не без влияния учителя. Однако, по мнению Н. М. Зоркой, индивидуальность молодого художника не укладывалась в рамки кулешовской школы, настало время самостоятельности [5, 114].

Это стало очевидно после выхода на экран фильма «Мать», поставленного по сюжету одноименного романа М. Горького. Прессой фильм В. Пудовкина был воспринят как антитеза «Броненосцу “Потемкину”», а критик В. Шкловский даже назвал этот фильм «своеобразным кентавром», в котором соединяется «несоединимое» [6, 78]. Дело в том, что Пудовкину удалось осуществить необычный художественный синтез трех разных эстетик: реалистической прозы Горького, психологизма «системы» Станиславского (главные роли — Ниловны и Павла Власова — исполняют актеры МХАТа Вера Барановская и Николай Баталов) и школы «натурщика» Кулешова, позволившей запечатлеть на экране ряд выразительных лиц (городовых, офицеров, тюремных надзирателей, черносотинцев и др.). Но самое главное — на экране была представлена «индивидуальная фабула интриги», против которой выступали и Вертов, и Эйзенштейн. А если к этому добавить хрестоматийно известную символику фильма «Мать» (чугунный мост, сапоги городского, разбитые «ходики», весенний ледоход как метафору пробуждения сознания и др.), во многом дополняющую игровые сцены, то можно сказать, что художественный метод, впервые примененный Пудовкиным, это «психологический реализм». Общим у Эйзенштейна и Пудовкина является экранное воссоздание революционного действия, а индивидуальной особенностью — то, что в первом случае мы видим движение масс, а во втором — конкретную человеческую



судьбу в революционной динамике. Новой в фильме Пудовкина была и трактовка темы «мать и сын», когда родство кровное, биологическое уступает место родству идейному. Мать и сын на экране — товарищи по борьбе.

Все три картины Пудовкина 1920-х гг. по сути разрабатывали одну и ту же тему — рост сознания разных героев. Ниловна, парень из «Конца Санкт-Петербурга», монгол из «Потомка Чингисхана» — это первоначально темные, забытые люди, которые постепенно начинают прозревать и осознавать себя и свой долг перед обществом.

Ж. Делез, анализируя творчество Пудовкина, отметил, что «глубина его искусства состоит в раскрытии сложной ситуации действия по его элементам, которое совершает персонаж с пробуждающимся сознанием... пока он не получает импульса к действию...» [3, 84].

Характеризуя особенность стиля В. Пудовкина, Е. Вейцман особо выделил «активный поиск кинематографического образа человека», а также «монтаж и выразительность актерской игры» [2, 181]. Причем крупный план в фильме «Мать» запечатлевает одну-единственную в каждый данный момент эмоцию, определенное внутреннее состояние человека. Актерский крупный план «прочувствован Пудовкиным как могучее средство психологического раскрытия образа». При этом элементы «типажного» и «актерского» образа соединяются не только в фильмах 1920-х гг., но и в последующие периоды творчества кинорежиссера, доказывая его верность методу «психологического реализма».

### Лиро-эпический кинематограф Александра Довженко

Что касается Александра Петровича Довженко (1894–1956), то все историки и теоретики экранной культуры особо выделяют лиро-эпическую тенденцию его фильмов, яркую самобытную индивидуальность, восходящую к фольклорным традициям украинского народа. Эти черты объединяют лучшие фильмы Довженко 1920-х гг.

Его подлинным дебютом стала картина «Звенигора» (1927), с которой он вошел в историю мирового кино. Здесь модернизирована народная легенда о том, что в скифских курганах Звенигоры зарыт таинственный клад, который подарит украинскому народу счастье. В интерпретации Довженко счастье к людям приходит вместе с пониманием идеи революции как обновления жизни. В фильме 3 центральных образа: тысячелетний Дед и два его внука — смелый и отважный Тимош и подлый и трусливый Павло. Это образы-аллегии. Первый олицетворяет собой народ, второй — новую советскую власть, а третий — национализм. Специфический стиль Довженко — это причудливый синтез лирики и эпоса, фольклорной романтики и киноэкспрессии.

По воспоминаниям С. Эйзенштейна, премьера фильма «Звенигора» в Москве прошла успешно, а сам режиссер сразу же был принят в когорту новаторов кино: «...мастер особой индивидуальности. И вместе с тем наш. Свой. Кровно связанный с лучшими традициями наших советских работ. Человек, создавший новое в области кино...» [15, 440].

Творческая манера А. Довженко получила дальнейшее развитие в фильме «Арсенал» (1929). В его основе лежит реальное событие — восстание рабочих киевского оружейного завода в 1918 г. против буржуазно-националистического правительства. А стиль картины тот же, «довженковский», — синтез лирики и эпоса. Отличительная особенность «Арсенала», по определению К. Э. Разлогова, в том, что Довженко «придал вселенский масштаб социальным катаклизмам, зрительно акцентируя метафору бессмертия положительных героев [11, 99].

Картина «Земля» (1930) — это всемирно признанный шедевр художника, в котором опоэтизированы первые итоги революции. Ее часто сравнивают с фильмом Эйзенштейна «Старое и новое», так как в них поднята одна и та же тема — период коллективизации в деревне, но сняты они по-разному: у Эйзенштейна как реальный документ эпохи, у Довженко — как экранная поэзия. Режиссер обращается к трем «вечным» лирическим темам: любви, смерти и природе, неисчерпаемой в своей мощи и силе. На экране отразилась страстность художника-живописца. Она — в пахотном поле под затянутым тяжелыми облаками небом, в яблоках, политых осенним дождем, цветках подсолнечника, она в самой атмосфере этого поэтического и одновременно драматического фильма. В нем иное видение, «...другой аспект диалектики: от виртуального к актуальному, от старого к новому, от легенды к истории, от мечты к реальности, от Природы к человеку. Это песнь о земле...» [3, 250].

Что ж, прав историк Жорж Садуль в том, что стиль, темперамент и темы у этих «величайших мастеров советского кино поражают прежде всего их полной противоположностью», а это доказывает, что «новая школа одержала победу, потому что кино в СССР было организовано на совершенно новых основах... оно превратилось в средство культурного воздействия...» [12, 180–182].

### Выводы

Выявляя то единство, которым связаны между собой в типологии экранного творчества пять классиков советского кинематографа 1920-х гг., можно отметить, что их единство — в принципах новой эстетики экранной культуры, связанной с уникальными принципами интерпретации реальности.

Характеризуя *индивидуальную особенность* их творчества, можно отнести методы Кулешова и Вертова к *конструктивизму*, метод Эйзенштейна определить как *философско-интеллектуальный*, Пудовкина — как *психологический реализм*, а метод Довженко — как лирико-эпический.

Последующее развитие экранной культуры, как отечественной, так и западно-европейской, осуществлялось не без влияния советской киношколы. Мастера советского авангарда проявили огромную изобретательность, чтобы поставить язык экрана на службу высоким идеалам революции, преобразующей сознание человека. При всех заблуждениях и противоречиях их творчества они взяли на себя миссию созидателей новой культуры и нового мышления.

1. Александров Г. В. Эпоха и кино. М., 1976. 286 с.
2. Вейцман Е. Очерки философии кино. М., 1978. 320 с.
3. Делез Ж. Кино / пер. с фр. Б. Скуратова. М., 2004. 624 с.
4. Дзига Вертов в воспоминаниях современников / под ред. И. В. Вайсфельда. М., 1976. 280 с.
5. Зоркая Н. М. История советского кино. СПб., 2006. 544 с.
6. Караганов А. В. Всеволод Пудовкин. М., 1973. 280 с.
7. Кино: организация управления и власть. 1917–1938 гг. : документы / [сост., предисл. и примеч. А. Л. Евстегнеевой]. М., 2016. 606 с.
8. Кириллова Н. Б. Сергей Эйзенштейн: революционер в экранной культуре и мифотворец // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2017. № 3 (165). С. 149–157.
9. Клейман Н. И. Интеллектуальное кино // Кино : энцикл. словарь / под ред. С. И. Юткевича. М., 1986. С. 152.
10. Кулешов Л. В. Статьи. Материалы / сост. А. С. Хохлова. М., 1979. 240 с.
11. Разлогов К. Э. Мировое кино. История искусства экрана. М., 2011. 688 с.
12. Садуль Ж. История киноискусства. М., 1957. 464 с.
13. Эйзенштейн С. За кадром // Избр. произв. : в 6 т. М., 1964. Т. 2. С. 283–299.
14. Эйзенштейн С. Монтаж (1938) // Избр. произв. : в 6 т. М., 1964. Т. 2. С. 156–188.
15. Эйзенштейн С. Рождение мастера // Избр. произв. : в 6 т. М., 1968. Т. 5. С. 438–442.
16. Эйзенштейн С. Цветовое кино // Избр. произв. : в 6 т. М., 1964. Т. 3. С. 579–590.
17. Экранная культура: теоретические проблемы / под ред. К. Э. Разлогова. СПб., 2012. 752 с.

*Статья поступила в редакцию 27.06.2019 г.*

УДК 72.036 + 7.036.6

Т. Ю. Быстрова

### КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ ВЕРИФИКАЦИЯ ИДЕИ «ЖИВОЙ АРХИТЕКТУРЫ» НИКОСА САЛИНГАРОСА\*

В статье произведены анализ и культурологическая верификация идеи Н. Салингароса о «живой архитектуре». Определены основные социокультурные характеристики «живой архитектуры», исходя из работы Н. Салингароса «Двенадцать лекций об архитектуре», переведенной автором статьи. Указано на единство объективных (масштаб, размер, конструкция) и субъективно переживаемых (соответствие восприятию, соответствие потребностям) черт «живой архитектуры». Проводится проверка этих черт путем сопоставления с литературными фиксациями объектов архитектуры.

**Ключевые слова:** «живая архитектура»; человеческое измерение архитектуры; гуманная архитектура; социокультурные факторы развития архитектуры; Никос Салингарос; Кристофер Александер; устойчивое проектирование.

Яростный критик модернизма в градостроительстве и архитектуре, американский исследователь Н. Салингарос (р. 1952), ученик и последователь знаменитого автора «Природы порядка» и «Языка шаблонов» Кристофера Александера (р. 1937) [1], в работе «Двенадцать лекций об архитектуре. Алгоритмы устойчивого проектирования», которая скоро выйдет на русском языке в переводе автора данной статьи, неоднократно упоминает о «живой архитектуре» [15]. Однако эта формулировка не концептуализирована им в полной мере, многочисленные характеристики «живой архитектуры» (и далее «живой» улицы, площади, города) не представлены системно. Тезисный характер представления идеи может запутать читателя, поскольку выглядит не вполне доказательным. К тому же Н. Салингарос идет по сложному для гуманитария пути аналогии с природными объектами и системами, доходя в объяснениях до устройства атома, но при этом почти не приводит конкретных примеров, ограничиваясь общими формулировками («традиционная застройка», «вернакулярная архитектура», «центр» и т. п.). Начав озвучивать актуальную и невероятно важную для будущего городов всего мира идею «живой архитектуры», последователи К. Александера и Н. Салингароса, не имеющие их авторитета, могут оказаться в уязвимой позиции, поскольку в глазах многих людей — и сам Салингарос постоянно подтверждает это — подобные идеи выглядят не только безосновательными, но экстравагантными и раздражающими [Там же, 100].

---

\* Работа выполнена при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований в рамках проекта № 17-22-07001-ОГН «Комплексный алгоритм культуральной регенерации малых индустриальных городов (minor cities) в контексте агломерационных процессов России и Европы».

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

© Быстрова Т. Ю., 2019

Стремясь не столько оправдать, сколько проверить идею «живой архитектуры», мы прибегнем к ее ценностно-смысловому наполнению и структуризации в ходе сопоставления характеристик «живой архитектуры» с описаниями городов и их объектов, найденных в художественной литературе. В свою очередь, это приводит нас к новой оптике и, возможно, новой оценке архитектурно-градостроительных решений, всей урбанистической среды, стремительно растущей в XXI в.

**Методология работы** может быть обозначена как культурологическая верификация, близкая по интенциям к феноменологическому анализу пространства, проделанному Г. Башляром [3]. Мы осуществим проверку на ценностно-смысловом уровне определенных положений о таком универсальном культурном феномене, как «живая архитектура», путем сопоставления концепта Н. Салингароса с рядом художественных фиксаций городов. Опуская разъяснение механизмов искусства, позволяющего ему полно и точно, а порой и с опережением, запечатлеть определенные модусы бытия [4, 55–83], дополнительно подчеркнем научную «чистоту» подобного рода верификации, поскольку отобранные нами для статьи произведения чаще всего не ставили задачей описание или объяснение городов, чья среда выступает лишь контекстом повествования. Поскольку К. Александер и Н. Салингарос максимально учитывают реакции и состояние человека, взаимодействующего с архитектурным объектом, то искусствоведческого описания внешней формы или даже конструкции «живой архитектуры» недостаточно. Необходимую информацию прямо и косвенно дают именно художественные источники, предполагающие включение в описание состояния героя либо позволяющие догадаться об этом состоянии через подбор использованных в произведении слов.

**Цель** статьи двояка и связана как с апробацией культурологической методологии в ходе изучения архитектурно-теоретического концепта «живой архитектуры», так и с его наполнением ценностно-культурными смыслами, почерпнутыми из литературных источников.

### **Социокультурные параметры «живой архитектуры»**

Несмотря на лаконичную подачу (текст книги более чем на 70 % взят со слайдов лекций, прочитанных Н. Салингаросом в 2008–2009 гг.), книга очень объемна, поэтому в рамках статьи возможно рассмотрение лишь некоторых параметров. Отметим те, что связаны с культурой.

#### ***«Живая архитектура» есть в домодернистских культурах***

Согласно К. Александеру и Н. Салингаросу, «живая архитектура» есть во всех домодернистских культурах по всему миру. Она устроена по тем же законам, что и объекты живой природы, обнаруживает присутствие разных масштабов, локальные симметрии, глубокие внутренние связи, фрактальность и т. п. [15, 116]. Употребляемое авторами слово «живой» не метафорично, его следует понимать буквально. Читателю нужно принять для себя гипотезу о том, что формы материальной культуры могут воссоздавать закономерности устройства природного

мира. Более того, лишь в этом случае они гуманны, не вредят человеку, сообразны его восприятию и чувствам, поскольку людям легко обрабатывать воспринимаемые данные [15, 28].

Н. Салингарос, к примеру, высоко оценивает устройство африканских деревень, не имеющих абсолютно правильной симметрии в планировке и тем самым более близких человеческому восприятию<sup>1</sup>, чем модернистские города XX в., о которых речь пойдет ниже.

Он призывает присмотреться к бразильским фавелам, стихийно разрастающимся на склонах гор, лишенным линейности, учитывающим реальные потребности жителей, равно как и особенности материалов и рельефа [15, 234–235]. Вернакулярная архитектура вызывает сегодня все больший интерес, начинает связываться с темами сохранения и актуализации строительных и культурных традиций, идентичности [14], независимости и т. п., но пока еще не признана в качестве достойного предмета изучения историками или теоретиками архитектуры.

Н. Салингарос, естественно, видит воплощение «жизни» в классической и классицистской архитектуре всех периодов, включая современный, интереснейшим образом связывая ордерные формы с культурными сценариями поведения людей. «...Пользователь переживает чувство согласованности и стабильности, когда сталкивается с массивной преградой, которую нужно открывать», — отмечает он, следуя подходу в духе языка шаблонов [15, 25].

В противоположность О. Шпенглеру, трактующему стиль архитектуры как органичное проявление «души культуры», Н. Салингарос, особенно когда говорит о XX в., вкладывает в представление о стиле момент «идеологии», искусственного насаждения форм, приводящего к забвению местных традиций. Его термин «стиль», скорее, можно читать как «интернациональный стиль», интерпретируя содержание в связи с экономическими и политическими, но не социокультурными процессами.

В целом, по мнению Н. Салингароса, «живой архитектурой» обладают культуры, близкие к природе, не ставящие во главу угла технические или экономические приоритеты, ориентированные на пешеходов, а не автомобили<sup>2</sup> и сохраняющие свои строительные традиции. Важно, что при наличии вполне объективных параметров «живости» подобная архитектура меряется и такими критериями, как соответствие потребностям и сценариям поведения (паттернам) людей, соответствие законам восприятия и освоения информации, связь с образом жизни и системой ценностей человека.

---

<sup>1</sup> «Математик Рон Эглэш продемонстрировал богатую урбанистическую традицию Африки, ее архитектуры и орнамента, которая прежде отвергалась, как “несовременная”. Люди просто не замечали невероятной математической сложности планов африканских поселений, поскольку западное высокомерие неверно толковало ее как неспособность создавать четкие прямоугольные планы!» [15, 41]. Здесь и далее перевод Т. Ю. Быстровой.

<sup>2</sup> О жизни в автомобильной пробке, ставшей сегодня реальностью мегаполисов, не учитывающих закономерности «живой архитектуры», первым написал, вероятно, Х. Кортасар [9].

### **Критика модернизма как «неживой» архитектуры**

Активная, последовательная, бескомпромиссная критика модернизма Н. Салингаросом временами кажется чрезмерно эмоциональной, но содержит последовательный и логичный ряд параметров, противоположных «живости».

В культурном плане модернизм вслед за Н. Салингаросом можно охарактеризовать как период превращения архитектурных идей в догму и идеологию [15, 163], что близко критике деконструктивизма, осуществленной этим же автором в другой работе [11]. Архитектура модернизма не просто безлика или наднациональна [15, 245], монотонна или антигуманна [Там же, Lecture VIII], она приводит к «урбанициду» [Там же, 159] и является следствием догматизации теоретических, концептуальных положений, бывших основой архитектурного образования<sup>3</sup> на протяжении последних восьмидесяти лет.

Эта догматизация, в свою очередь, сопровождается уходом архитекторов от реальных нужд людей<sup>4</sup> в сторону зданий-«скульптур», зданий-икон. Будучи результатами вымысла, а не вычислений, подобные объекты фантазийны и вынуждают человека приспособляться к ним, тогда как «живая архитектура» адаптивна.

В духовно-религиозном плане подобная догматизация парадоксальна: с одной стороны, архитекторы отказываются от самой возможности создания сакральных пространств и зданий [15, 91], с другой стороны, они фанатично поклоняются идеологии и отдельным объектам модернизма, не вынося критики последнего. В этой части рассуждений Н. Салингарос, пожалуй, наиболее резок, поскольку ему важна возможность архитектуры связывать людей с миром трансцендентного.

В эстетическом плане модернизм дает регрессию формы — вместо трехмерной она становится двухмерной, поскольку архитектур лишь мультиплицирует план одного этажа (подобная и тоже убедительная критика модернистской архитектуры есть у Р. Колхаса [8]). Мнимая сложность модернистских «кубов» на деле представляет собой монотонность, результат многократного механического повторения одного и того же элемента [15, 8]. Здание теряет фасад, утрачивает иерархию масштабов, присущих живым структурам, и превращается в инструмент подавления, инструмент власти.

Представляется, что самое непривычное для читателя — даже не яростная критика Ш. Ле Корбюзье, а отказ от привычного для нас хронологического параллелизма в духе «индустриальная культура — индустриальный город» (в котором уже есть все негативные моменты, присущие этой культуре). Модернизм возникает в 1920-х гг., тогда как промышленное воздействие на архитектуру, городскую среду, природу фиксируется литературой с конца XVIII в. и достигает апогея на рубеже XIX и XX вв. у Дж. Лондона или Т. Драйзера. Однако деградация архитектуры от «живой» к «неживой» связана, прежде всего, с промышленным

<sup>3</sup> «Архитектурные школы учат студентов системе ценностей, в которой здание понимается как тотемный объект — в нем нет человека» [15, 165].

<sup>4</sup> «Я поражаюсь, что архитекторы могут жить и работать в мире, полностью оторванном от жизни и физиологии человека, но при этом продолжают получать комиссионные и выигрывать архитектурные награды» [Там же, 28].

созданием самих архитектурных объектов и требованием властных элит строить очень быстро и очень дешево.

### **Проверка идеи «живой архитектуры»: ответ литературы**

Обратимся к литературным источникам разных периодов, в силу новизны темы пока ограничиваясь наиболее авторитетными, а оттого хрестоматийными именами. Подтверждается ли подход Н. Салингароса свидетельствами писателей? Даже если полного обзора представить не удастся, сделать первые шаги в соответствии с выделенными выше характеристиками, включая психологические и когнитивные реакции человека на среду или объект, вполне возможно.

#### ***Может ли иерархия архитектурных форм безотносительно их стилевой принадлежности оптимизировать состояние человека?***

Интереснейшая тема пропорций архитектуры разнообразно представлена у Н. Салингароса. Например, он отмечает: «В традиционных городах мало больших зданий, больше зданий среднего размера, очень много небольших зданий и огромное количество объектов еще более малого масштаба — киоски, фонтаны, памятники, колонны, низкие заграждения, скамейки, столбики и т. д. Все они собраны, чтобы создать живой город, любимый людьми» [15, 61]. «Правило трех», как он это обозначает, встречается не только в отдельных зданиях, но и в их элементах, и в городской застройке в целом, тогда архитектура становится более устойчивой и способствует благополучному физическому и психологическому состоянию человека.

Для непрофессионала наиболее явными могут быть, на наш взгляд, два момента. Первое — это то, что в «живой архитектуре» есть, как минимум, три разных масштаба: крупные поверхности и объемы; элементы, примерно совпадающие по размерам с человеком; мелкие детали, главная роль среди которых принадлежит орнаменту, как лепному, так и живописному. Второй признак — отсутствие механической «правильности» или «чистоты»; незначительные нарушения симметрии, неточности, шероховатости, вариативность паттернов и т. п., упрощающие развитие формы при проектировании и ее последующее «считывание» пользователем.

И. В. Гете, чью зоркость невозможно отрицать, в 1771 г. пишет о Страсбургском соборе: «...И как же я был поражен, когда к нему приблизился. У меня дух захватило от его целостности и величия. Собор состоял из тысяч отдельных, гармонически сочетавшихся частей...» [5]. И далее: «В эти мгновения мне смутно открывался гений великого мастера. “Чему ты дивишься? — шептал он мне. — Весь этот массив был необходим... Я только придал его произвольным размерам гармонические пропорции. Взгляни, каким широким кругом откроется твоему взору окно над главным входом, по бокам которого расположены два меньших... Высоко над ним вознесенная колокольня потребовала ряда меньших окон...”» [Там же]. Дело тут не столько в сакральном характере сооружения как такового, но в идее пропорционирования, ставшей открытием Гете в отношении средневековой архитектуры, весьма низко ценимой до него в Германии. Первоочередное



упоминание пропорций и положительная реакция на целостность архитектурного решения абсолютно совпадают с идеями Н. Салингароса.

### **Отдельные проявления «жизни» в архитектуре**

Н. Салингарос говорит о «жизни» архитектурного объекта, отталкиваясь от естественно-научных идей. Поэтому он не вводит понятия стиля или канона для характеристики городов или зданий. Это сближает его подход со взглядом «обычных людей» на архитектурную среду.

Здесь уместно вспомнить П. П. Бажова. Критикуя бездумные траты тех, кому «подфартило» на Урале в XIX в., он замечал: «В лучшем случае начиналась постройка домов. Обязательно каменных, необыкновенно толстостенных, двухэтажных» [2, 36]. Возможно, сооруженные без учета требований вкуса и стиля, такие дома тем не менее соответствуют требованию тектоничности, выдвигаемому Н. Салингаросом в отношении «живой архитектуры», и объясняют то, почему уральцы по сей день идентифицируют себя через принадлежность к городам и поселениям, застроенным подобными домами (а не модернистскими «хрущевками»).

И. В. Гете дает описание городского пейзажа, пленяющего тем, что Н. Салингарос назвал бы «неточностями»: «Городок на холме, красиво принаряженный последним герцогом, еще издали производит приятное впечатление; дома здесь выкрашены в светло-серый цвет, а различная их высота придает многообразие общему виду. Посредине городка, на площади, застроенной солидными зданиями, стоит лютеранская церковь...» [6, 352]. Что мог бы отметить в этом фрагменте Н. Салингарос? Возможно, он сказал бы нам, что градаций серого, особенно в сочетании со светотенью, бесконечное множество, но без глаза наблюдателя их значение ничтожно, и такую архитектуру «делает» именно человек; что различная высота в ряду домов — проявление александровского принципа «глубоких внутренних связей и неоднозначности» [15, 115]; что площадь, вероятнее всего, лишена строгой симметрии, поскольку ее создают окружающие здания, а именно это и требуется для «живой» городской среды [15, 132]; что «солидность» отвечает требованиям тектоники и эстетики архитектуры.

Рассказчик чеховского «Дома с мезонином» делится впечатлением: «Но вот и липы кончились; я прошел мимо белого дома с террасой и мезонином, и передо мной неожиданно развернулся вид на барский двор и широкий пруд с купальней... с высокой узкой колокольней, на которой горел крест... На миг на меня повеяло очарованием чего-то родного, очень знакомого, будто я уже видел эту самую панораму когда-то в детстве» [13, 175]. Ощущение родного и уже увиденного здесь в значительной степени возникает благодаря обходу-осмотру дома, наверняка имеющего отсылки к классике, к тому же вписанному в соразмерную ему среду — от кустов вокруг пруда до колокольни.

Напротив, когда Ф. М. Достоевский показывает «свой» Петербург, он уходит от описания архитектуры в сторону материалов и запахов, лишенных четкости очертаний: «...На улице жара стояла страшная, к тому же духота, толкотня, всюду известка, леса, кирпич, пыль и та особенная летняя вонь, столь известная каждому петербуржцу, не имеющему возможности нанять дачу» [7].

От отдельных частей здания зависит то, насколько «живым» оно является или воспринимается. Еще раз подчеркнем: если следовать Н. Салингаросу, речь идет не об ассоциативном сходстве, а о морфологии, об устройстве или конструкции, учитывающих даже законы гравитации. Американский архитектор отводит огромную роль в достижении «живости» элементам малого масштаба, прежде всего орнаменту, лепнине. Для молдинга внизу стены естественно расширение книзу; для любого отверстия в стене — усиление его границы, в том числе для придания прочности. Модернизм возмущает Н. Салингароса, в частности, отношением к окнам и дверям как разрывам в стене, в то время как в традиционной архитектуре тектоника окна или двери связана с натяжением и утолщением<sup>5</sup>. Если их не дает сама архитектура, возникают гардины, цветы на окнах и т. п., заполняющие и уплотняющие край, а также добавляющие элементов в линейке масштабов. В точности по Н. Салингаросу звучит описание В. Набокова, в котором «старый, зеленовато-серый, деревянный дом, соединенный галереей с флигелем, весело и спокойно глядел цветными глазами своих двух стеклянных веранд на опушку парка» [10, 75]. Здесь упомянута даже галерея, о необходимости которой архитектор пишет отдельно [11, 32].

В предмодернистские времена тем, кто отрывался от мира «старых домов» и попадал в быстро растущие города, их новые сооружения казались, скорее, пустыми. Так, Ф. С. Фитцджеральд говорит о себе в Нью-Йорке 1920-х гг.: «Высокие белые здания уже были построены, и уже чувствовалась лихорадка бума, но никто еще не умел выражать себя. <...> Нам казалось, что все это течет мимо нас; быть может, таким же — чуждым — кажется все вокруг и каждому человеку. Мы чувствовали себя словно дети, попавшие в огромный, ярко освещенный, еще не обследованный сарай» [12]. Эта версия Нью-Йорка коррелирует с темой Н. Салингароса, постоянно упоминающего об «энергии связывания» архитектурных элементов и несводимости «живой» архитектуры к механической совокупности блоков [15, 182].

Безусловно, число примеров можно умножить, но первый «заход» показывает, что выглядящие радикальными тезисы Н. Салингароса вполне обоснованы и позволяют по-новому взглянуть на архитектуру городов.

## Выводы

В статье анализируется и верифицируется концепт «живой архитектуры» Н. Салингароса, к чему подталкивает размытость его содержания для неспециалистов и отсутствие достаточного числа примеров в исходном тексте. Первый опыт сопоставления показывает, что основные характеристики и параметры «живых» архитектурных объектов в подавляющем большинстве случаев подтверждаются

---

<sup>5</sup> «В XX веке рамы были устранены для того, чтобы показать прочность новых промышленно изготовленных материалов — дверь или окно больше не нуждались в массивном обрамлении, укрепляющем конструкцию. Крайним выражением подхода стал прием доведения стены до проема и сглаживание места перехода. Вскоре минималистское понимание двери или окна как дыры в стене превратилось в фетиш» [15, 26].

литературными фиксациями городов или зданий. Работу можно расширять, включая в нее литературный опыт различных культур и регионов, что в дальнейшем поможет специалистам уйти от обезличенности и актуализировать региональные, этнокультурные, конфессиональные и другие традиции, делая города мира более «живыми».

1. Александр К. Язык шаблонов. Города. Здания. Строительство. М., 2014. 1096 с.
2. Бажов П. П. Уральские были // Сочинения : в 3 т. М., 1986. Т. 3. С. 5–74.
3. Башляр Г. Избранное: Поэтика пространства : пер. с франц. М., 2004. 376 с.
4. Быстрова Т. Ю. Философские проблемы творчества в искусстве и дизайне : учеб. пособие. Екатеринбург, 2009. 159 с.
5. Гете И. В. О немецком зодчестве [Электронный ресурс]. URL: <https://unotices.com/book.php?id=183832&page=2> (дата обращения: 07.05.2019).
6. Гете И. В. Собрание сочинений. Т. 3 : Из моей жизни. Поэзия и правда / пер. Н. Ман. М., 1976. 189 с.
7. Достоевский Ф. М. Преступление и наказание [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vehi.net/dostoevsky/crime/01.html> (дата обращения: 07.05.2019).
8. Колхас Р. Нью-Йорк вне себя / пер. А. Смирнова. М., 2013. 336 с.
9. Кортасар Х. Южное шоссе / пер. с исп. Г. Полонской // Кортасар Х. Истории хронопов и фамов. СПб., 1999.
10. Набоков В. В. Машенька // Собрание сочинений : в 4 т. М., 1990. Т. 1. С. 33–112.
11. Салингарос Н. Анти-архитектура и деконструкция. Триумф нигилизма / пер. Т. Быстрова, Е. Дуйловская. Москва ; Екатеринбург, 2018. 296 с.
12. Фицджеральд Ф. С. Мой невозвратный город [Электронный ресурс] // Последний магнат. Рассказы. Эссе. М., 1990. URL: [http://lib.ru/INPROZ/FITSDZHERALD/my\\_town.txt](http://lib.ru/INPROZ/FITSDZHERALD/my_town.txt) (дата обращения: 07.05.2019).
13. Чехов А. П. Дом с мезонином // Полное собрание сочинений и писем : в 30 т. Сочинения. Т. 9. М., 1985.
14. Al-Qawasmī J. Vernacular as a renewable resource: toward region-specific architecture in Saudi Arabia, a case from KFUPM // Architectural Engineering and Design Management. 2016. Vol. 12, iss. 2. P. 81–96.
15. Salingaros N. A. Algorithmic Sustainable Design. Twelve Lectures on Architecture. Portland, 2014. 254 p.

Статья поступила в редакцию 07.05.2019 г.

УДК 39(=511.151) + 2-41(470.5)

Л. А. Шумихина  
А. В. Березина**ЭТНОРЕЛИГИОЗНОСТЬ КАК СУЩНОСТНАЯ ОСНОВА  
МЕНТАЛИТЕТА МАРИЙЦЕВ УРАЛА**

Духовный ориентир менталитета с древнейших времен начинает формироваться в религиозных верованиях. Религиозность проявляет себя как поведенческая и оценочная установка, заложенная в культуре этноса. В статье рассматривается влияние этнорелигиозности на формирование менталитета и традиционных ценностей культуры марийцев Урала, до сих пор этому вопросу не уделялось достаточного внимания в российской и зарубежной науке.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** этнорелигиозность; менталитет; компоненты менталитета; традиционные ценности; марийцы Урала.

Духовное и идеологическое единство народа является важнейшим основанием его культурной идентичности, сущностная составляющая которой — менталитет этноса. Этнокультурная идентичность формируется на основе менталитета, а менталитет — сложная конструкция, состоящая из множества компонентов: эстетического, социального, политического, психологического, религиозного, в единстве представляющих гармонию, предустановленную историей развития этноса и тем географическим ландшафтом, в условиях которого проживал этот этнос. В то же время менталитет — это «предустановленная гармония» [4, 79] духовных символов культуры [9, 70–123]. Эта гармония выражается и в языке как коде культуры этноса, так как способ духовного самовыражения народа — его язык, и именно в языке протекает духовная жизнь народа. Общеизвестно, что В. фон Гумбольдт, изучая многообразие человеческих навыков, пытался постичь индивидуальное своеобразие народов [2]. Размышляя на эту же тему, Ф. Ницше писал: «Чтобы понимать друг друга, недостаточно еще употреблять одинаковые слова — нужно также употреблять одинаковые слова для однородных внутренних переживаний» [6, 391].

Учитывая высказывания Гумбольдта и Ницше, приходим к заключению, что менталитет как «предустановленную гармонию» определяет некий духовный ориентир, явно выражающийся в языке этноса и неявно — в его миропереживаниях.

Духовный ориентир менталитета с древнейших времен начинает формироваться в религиозных верованиях. Это означает, что в любом из компонентов

---

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

БЕРЕЗИНА Анна Валерьевна — старший преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин Уральского государственного лесотехнического университета, г. Екатеринбург (e-mail: berezinanna@mail.ru).

© Шумихина Л. А., Березина А. В., 2019

менталитета — эстетическом, социальном, политическом, психологическом — религиозность в качестве духовного ориентира в какой-либо форме проявляет себя как некая установка на определенный поступок, оценку, суждение, переживание и т. д.

В современной культурологии в работах, посвященных вопросу о роли религии в развитии культуры, либо исследуется тенденция обращения к сакральному [8], анализируемая в контексте мировых религий [5], либо интерпретируется религиозный потенциал, которым обладает атеистическое учение [10].

В середине XX в. католический теолог К. Г. Доусон на процесс массовизации культуры в обществе потребления, начавшийся значительно ранее, чем в России, отреагировал работой «Религия и культура», в которой рассмотрел проблему роли религии в развитии культуры, назвав религию «попечительницей традиции» [3, 91] и охарактеризовав современную культуру как полное противопоставление разума и души — двух разных миров, все более отдаляющихся друг от друга [Там же, 55].

В XIX–XX вв. философская и культурологическая мысль России тоже обращается к проблеме духовного развития человечества, выделяя в качестве важнейшего фактора развития культуры в аспекте духовности религию. Проблему эту поднимали Н. Я. Данилевский, О. Шпенглер, Н. А. Бердяев, П. А. Флоренский и другие выдающиеся мыслители русской культуры.

П. А. Флоренский считал, что для понимания ценностного мира культуры необходимо выйти за ее пределы и найти внешний критерий. Таким критерием он считал «совокупность святынь, то есть вещей священных, таковых же действий и слов, включая сюда реликвии, обряды, таинства и так далее — вообще всего, что служит установлению связи нашей с иными мирами — с мирами духовными» [7, 62]. Н. А. Бердяев, характеризуя атеистические настроения XX в., писал: «Дехристианизация привела к дегуманизации и миром вновь овладел полидемонизм» [1, 224].

Возвращаясь из XX в. в современность, вслед за Бердяевым отметим, что человечество сегодня вместо духовного единства вновь превозносит рационализм и информацию — техническое единство, и роль религии в противостоянии этой тенденции, которую еще в середине XX в. члены Римского клуба — выдающиеся ученые с мировым именем рассматривали как экологическую катастрофу человеческой цивилизации, вновь обретает особое значение. Поэтому важно рассмотреть этнорелигиозность тех народов, которые сумели сохранить свою традиционную структуру менталитета с опорой на табу. Исходя из сказанного, осмыслим эту проблему в аспекте влияния этнорелигиозности марийцев Урала на ментальное своеобразие их культуры.

До сих пор большинство марийцев верит в существование духов и магические свойства некоторых предметов. Они не считают себя язычниками и, независимо от распространенного в их среде христианства, относят свою веру к особенной этнической религии. Они поклоняются силам природы и считают соблюдение сопутствующих этому поклонению обрядов обязательным для существующей гармонии человека и мира и процветания сил природы.

Экологичность сознания марийцев Урала как духовное отношение к природе выражается и в песенном творчестве. В своих песнях они обращаются к природной стихии, сравнивая свою жизнь с явлениями природы<sup>1</sup>.

Очень важным для марийцев являются религиозные праздники, обычаи и традиции. В частности, в похоронных ритуалах марийцев можно заметить заботу о другом, уже умершем члене семьи, которая проявляется через максимальное напряжение их душевных сил, вне зависимости от тяжести утраты (при умершем члене семьи нельзя проявлять свое горе, так как обычай предписывает при переходе в другой мир оказать умершему оптимистическую поддержку)<sup>2</sup>. Благодаря этой традиции сохраняется желание жить дальше у жен, потерявших мужей, и матерей, понесших утрату своих детей. В соответствии с верованиями марийцев, оставшиеся в этом мире продолжают общаться с душами умерших и как бы дают им отчет обо всех деяниях своей продолжающейся жизни.

Отношение к целителям, знахаркам у марийцев неоднозначное. Важно уметь самому общаться с потусторонним миром, прислушиваться к своим снам, исполнять те советы, которые были даны во сне. К высшему духовному лицу (карту) за целительством или магическими услугами никогда не обращаются, у карта просят совета, напутствия. Сила карта в знании связи человека и природы, в глубокой внутренней интуиции. Хотя почти в каждом селе есть те, кто «умеет использовать» стихию природы и силу вещей, воплощая свои желания в жизнь.

О колдовстве уральских марийцев и в XXI в. ходят слухи и поверья. В повседневной обрядовой деятельности особенно популярны обращения к духам воды и огня. У огня можно попросить разжечь любовь в сердце избранника, бросив в него соль как жертву (издавна соль считалась самым дорогим в хозяйстве продуктом). Вода принимала стекло (его стоимость в прошлые века была намного выше современной цены)... Сейчас в воду бросают монеты. В каждой семье хранились заговорные тетради, где записаны молитвы и заговоры, магические обряды<sup>3</sup>. Бытовая магия была вообще обычным делом. Когда физическое сопротивление врагу было невозможным, силы иссякали, а желание мести не оставляло человека, в ход пускали магию. Заговоры читались в банях, у воды, у огня. Не важно, работал ли заговор, но марийцы чувствовали себя отомщенными, и это давало им силы жить дальше, сохраняя свою культуру и религию. Предать духов, защищавших устои и жизнь марийцев, считалось страшным грехом, и марийцы крепко держались за свою веру, для них она была опорой не только во всех неординарных и критических ситуациях, но и в быту. Как свидетельствуют опросы русских и татар из соседних селений, данная особенность повлияла и на характер марийцев: они скрытны, немногословны<sup>4</sup>. Считается, что среди недоброжелателей марийцев

<sup>1</sup> Данные полевых исследований 2017 г.

<sup>2</sup> Данные интервьюирования респондента З. И. Яметовой, с. Курки, Артинский городской округ, Свердловская обл., 2016 г.

<sup>3</sup> Данные интервьюирования респондента Н. И. Шуматовой, д. Марийские Карши, Ачитский городской округ, Свердловская обл.

<sup>4</sup> Свидетельства респондентов С. Пяткова (с. Пристань, Артинский городской округ, Свердловская обл.), Э. Шайхатдинова (п. г. т. Арги, Свердловская обл.), А. В. Кошкина (п. г. т. Арги, Свердловская обл.) и др., 2016 г.

лучше не иметь: никогда не знаешь, чем это обернется. Они более мстительны, чем русские. Эта особенность психологического компонента менталитета сформировалась, вероятно, из-за многовековых гонений на марийский народ. Отмечается, что в этом, возможно, марийцы схожи с татарами и башкирами.

Религиозные обряды уральских марийцев демонстрируют отношение к духам природы. Молебны проходят в Священной роще два раза в год. Это место, как правило, находится на возвышенности, никакие заготовки в течение года в Священном месте никому, даже чужаку, производить нельзя: нельзя рубить лес, брать воду и даже просто прогуливаться. У подножия холма, на котором расположена Священная роща, обязательно должен быть источник или ручей с чистой водой. Для марийцев, поклоняющихся духам, под холмом устанавливается баня, в которой происходят омовения перед началом молебна. Считается, что, омываясь, мариец приобретает не только чистоту тела, но и душевную чистоту. После омовения в бане одеваются белые одежды. Священная еда состоит из каши из разных круп и мяса жертвенного животного. Особо хочется остановиться на приготовлении каши. Никто из идущих на молебен не договаривается о том, какую крупу принести, но каждый с собой берет не больше горсти и бросает в общий котел. Готовое блюдо символизирует единение разных по характеру, судьбам людей, магически объединяя их в одно целое, сплетая в одну судьбу. После праздничного моления площадка чисто убирается. На земле остаются только пятна от костра и священное дерево с повязанной лентой. Даже угольки уносят с собой. Терпкий запах трав, ягод подчеркивает нетронутость и девственность природы в этом месте<sup>5</sup>.

Языческие верования, духовными истоками которых, по нашему мнению, являются анимизм и фетишизм (дерево, которому поклоняются марийцы Урала, — береза), играли существенную роль в сохранении собственной культурной идентичности марийцев, благодаря близости их веры к природе. В эпоху прева-лирования в культуре идеи бесконечного материального обогащения потребность общества в воспитании экологического сознания возрастает. В этих условиях столь ценные духовные качества марийского этноса имеют большое значение в сохранении уникальной природы Урала.

Еще в конце XX в. весьма актуальной стала проблема воспитания экологического сознания. В отношении марийцев Урала с полной уверенностью можно утверждать, что экологический компонент менталитета этого этноса сохранился благодаря этнорелигиозному компоненту его менталитета: мариец без особой нужды не сорвет ветку с дерева, не говоря о том, чтобы спилить его.

Экология человека и природы у марийцев, как видно из вышеприведенных описаний, переходит на экологию человеческих взаимоотношений. Русскими религиозными философами Серебряного века отмечалась такая особенность менталитета, как соборность — единая духовная общность. Есть основания считать, что единая духовная общность как характерное качество менталитета присуща и марийскому этносу Урала.

Подводя итог сказанному, приходим к следующим выводам.

---

<sup>5</sup> Данные полевых исследований 2017 г.

Во-первых, на примере исследования ментального своеобразия марийцев Урала можно утверждать, что даже в эпоху информационных технологий и после почти столетнего периода насаждения атеистического мировоззрения, а также запрета любой религиозной веры марийцам Урала удалось сохранить свою древнюю религию. Эти религиозные верования, отражаясь в ментальности марийского этноса, оказали благотворное влияние не только на жизнедеятельность марийской культуры, но и на российскую культуру в целом.

Во-вторых, этнорелигиозность марийцев позволила сохранить им традиционные семейные устои, а следовательно, и многодетность. Хотя сейчас старшее поколение при передаче духовного опыта сталкивается с проблемами, но это несравнимо с отношениями «отцов и детей», которые наблюдаются в городской среде.

В-третьих, этнорелигиозность формирует отношения марийцев с другими этносами. Они стараются выстроить их гармонично, учитывая интересы всех сторон. Благодаря этому качеству менталитета они могли долгое время проживать в окружении тюркских и славянских народов.

- 
1. Бердяев Н. А. Опыт парадоксальной этики. Москва ; Харьков, 2003. 704 с.
  2. Гумбольдт В. фон. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества // Избранные труды по языкознанию. М., 1984.
  3. Доусон К. Г. Религия и культура. СПб., 2000. 281 с.
  4. Лейбниц Г. В. Новые опыты о человеческом разумении автора системы предустановленной гармонии // Сочинения : в 4 т. М., 1983. Т. 2. 686 с.
  5. Медведев А. В. Сакральное как причастность к абсолютному / Рос. филос. о-во ; Межвуз. центр проблем непрерыв. гуманитар. образования при Урал. гос. ун-те им. А. М. Горького. Екатеринбург, 1999. 152 с.
  6. Ницше Ф. По ту сторону добра и зла // Сочинения : в 2 т. М., 1990. Т. 2. 829 с.
  7. Флоренский П. А. Философия культа (опыт православной антропологии). М., 2004. 684 с.
  8. Хренов Н. А. Воля к сакральному. СПб., 2006. 571 с.
  9. Шумихина Л. А. Генезис русской духовности. Екатеринбург, 1998. 400 с.
  10. Этштейн М. Н. Религия после атеизма: новые возможности теологии. М., 2013. 416 с.

*Статья поступила в редакцию 17.06.2019 г.*



УДК 39 + 77 + 719 + 94 (571.6)

**Е. В. Головнева  
И. Шанта**

**ВИЗУАЛИЗАЦИЯ САКРАЛЬНОГО  
В КУЛЬТОВОЙ СКУЛЬПТУРЕ НАРОДОВ ПРИАМУРЬЯ  
(по материалам коллекций В. К. Арсеньева и Б. Баратоши)\***

В статье в культурологическом аспекте анализируются коллекции культовой скульптуры, собранные русским путешественником В. К. Арсеньевым (1872–1930) и венгерским исследователем Б. Баратоши (1870–1945) у народов Приамурья в первой половине XX в. Культовая скульптура рассматривается как объект, соединяющий в себе черты мифологического и художественного сознания, а также как уникальный исторический источник визуализации сакрального в традиционной культуре коренных народов Дальнего Востока.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** культовая скульптура; сакральное; визуализация; традиционная культура; мифология народов Приамурья; В. К. Арсеньев; Б. Баратоши; Дальний Восток.

Предметом рассмотрения в данной работе являются коллекции культовой скульптуры, собранные на Дальнем Востоке двумя исследователями народов Приамурья — русским путешественником В. К. Арсеньевым и венгерским этнографом Б. Баратоши. Несмотря на наличие отдельных публикаций, касающихся деятельности В. К. Арсеньева и Б. Баратоши-Балога в Приамурье [7, 8, 24, 27], культурологический, антропологический и семиотический анализ собранных этими учеными этнографических коллекций до сих пор практически не представлен в научной литературе. Очень мало работ, в которых бы последовательно рассматривались общие признаки культовой скульптуры Приамурья, принадлежащие не какой-либо этнической группе региона, а характеризующие регион в целом [4, 12].

В методологическом плане значимость обращения к изучению данных коллекций, относящихся к истории научного исследования Дальнего Востока, объясняется необходимостью введения в научный оборот и дальнейшего изучения предметов материальной культуры народов края как возможных способов визуальной и виртуальной репрезентации их духовного наследия и в конечном итоге — духовной культуры региона. В культурологическом плане изучение культовой скульптуры народностей Приамурья способно выявить новые содержательные

---

\* Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ, проект № 18-59-23007 «Опыты изучения и визуальной репрезентации фронтальных территорий России и СССР в визуальной антропологии первой половины XX века: на примере исследований российских и венгерских ученых и кинематографистов».

ГОЛОВНЕВА Елена Валентиновна — доктор философских наук, доцент кафедры культурологии и дизайна Уральского федерального университета (e-mail: golovneva.elena@gmail.com).

ШАНТА Иштван — PhD in Mongolian Linguistics, старший научный сотрудник Центра гуманитарных исследований Академии наук Венгрии, г. Будапешт (e-mail: istvansantha@gmail.com).

© Головнева Е. В., Шанта И., 2019

связи между визуальными образами, с одной стороны, и иными (в первую очередь, мифологическими) феноменами, составляющими сферу культурных смыслов изучаемых народов, с другой. Предмет изучения настоящей работы, таким образом, относится к сфере междисциплинарных исследований, затрагивающих вопросы визуальной антропологии, этнографии и культурологии, и требует применения методов и подходов, связанных с интерпретацией текста и образа и извлечением смыслов, заложенных в визуальных образах.

### **В. К. Арсеньев и Б. Баратоши в Приамурье**

В начале XX столетия разнообразная в этническом отношении историко-географическая область на юге Дальнего Востока, «российская восточная окраина», — Приамурье становится важным направлением этнографических исследований и вызывает неподдельный интерес у путешественников. Ученые-этнографы (П. П. Шимкевич, В. К. Арсеньев, Б. Баратоши, В. Диосеги, А. Н. Липский, Н. А. Липская-Вальронд, Н. К. Каргер, С. В. Иванов, Е. А. Крейнович и др.) проводят детальное изучение народов края, среди которых выделяются: нанайцы, проживающие ниже г. Хабаровска по берегу Амура в Нанайском районе и по берегам р. Усури в Приморском крае; ульчи, живущие еще ниже по Амуру, в Ульчском районе; удэгейцы — жители Приморского и Хабаровского края; негидальцы, живущие вдоль притоков Амура (реки Немилен и Амгунь); нивхи, проживающие на берегах Амурского лимана и на севере Сахалина; эвенки и эвены — жители левобережья Амура и северных районов Хабаровска и др. Все они (за исключением нивхов) входят в тунгусо-маньчжурскую языковую группу. На протяжении многих веков они занимались рыболовством и охотой, им удалось создать своеобразные образцы культуры [20] и особый стиль художественного творчества.

В настоящее время предметы религиозного культа этих народов пополняют «сибирские» коллекции многих отечественных и зарубежных музеев: Музея антропологии и этнографии имени Петра Великого РАН (Кунсткамера) — МАЭ РАН, институтов археологии и этнографии Сибирского и Дальневосточного отделений РАН, Дальневосточного художественного музея (г. Хабаровск), Приморского объединенного музея им. В. К. Арсеньева (г. Владивосток), Берлинского государственного этнологического музея «Далем» и Саксонского объединенного музея «Грасси» (Германия), Британского музея и музея Абердинского университета (Великобритания), Национального музея естественной истории (США), Этнографического музея в Будапеште (Венгрия), Этнологического музея г. Осака (Япония) и др.

Практика сбора коллекций этнографических предметов, относящихся к традиционной культуре дальневосточных этносов, и демонстрация этих коллекций на всемирных выставках была весьма популярной в последней четверти XIX — первой трети XX в. Музеи мирового и регионального уровня проявляли повышенное внимание к амурским этнографическим коллекциям, репрезентирующим многонациональную культуру Российской империи, а исследователи, изучавшие народы Приамурья в этот период, стремились привезти из экспедиций наиболее

интересные артефакты. В этом плане особо выделяется деятельность русского путешественника В. К. Арсеньева (1872–1930) и венгерского исследователя Б. Баратоши (1870–1945), внесших значительный вклад в формирование дальневосточных этнографических коллекций.

В. К. Арсеньев, посвятив себя научному изучению края, дал наиболее полную и четкую картину расселения народностей Дальнего Востока, изучил их историю, условия жизни, материальную и духовную культуру. Исследователь вспоминал: «Судьбе было угодно, чтобы я очутился на службе в Управлении рыболовными, морскими и звероловными промыслами Дальнего Востока. Это был мост, по которому я тогда перешел на Камчатку, Беринговы острова и море Шелехова (Гижигинская и Пенжинская губы) и обратно в Уссурийский край. Мои краеведческие познания значительно обогатились множеством личных наблюдений и впечатлений» [16, 140]. За время своей деятельности В. К. Арсеньев написал такие книги, как «По Уссурийскому краю», «Дерсу Узала», «В горах Сихотэ-Алиня», «Сквозь тайгу», принесшие писателю мировую славу. В 1920-е гг. В. К. Арсеньев был одним из инициаторов создания научных сообществ на Дальнем Востоке, Приамурского и Владивостокского отделов Русского географического общества, в трудных условиях послереволюционных лет (1917–1927) он совершил шесть экспедиций в Приморье, на Средний Амур (дважды), Камчатку, в Гижигинский район и на Командорские острова. В настоящее время список опубликованных работ Арсеньева насчитывает свыше 130 названий, самые известные книги переиздавались более 100 раз многомиллионными тиражами на 30 языках.

Бенедек Баратоши-Балог является гораздо менее известным в научной среде, причем даже среди ученых Венгрии. Б. Баратоши — венгерский путешественник, исследователь тунгусо-маньчжурских языков. В 1908–1909 гг. и в 1914 г. он собирал лингвистический материал у народов, живущих по нижнему течению Амура. Поездки Баратоши на Дальний Восток происходили по поручению и на средства этнографического отдела Венгерской академии наук, впоследствии — по поручению Национального музея Венгрии и Министерства культуры [26]. Его путешествие в Россию было продиктовано стремлением установить лингвистическое родство между венграми и тунгусо-маньчжурскими народами (в контексте так называемой проблемы поиска прародины венграми) [23, 18]. В 1920–1944 гг. Баратоши являлся сторонником туранского (Туран — название древней страны) движения, ставившего целью возрождение отношений между «туранскими народами», к которым относили тюрков, финно-угров, монголов и тунгусов. За довольно короткое время — с 1928 по 1932 г. Баратоши было подготовлено 16 томов «туранской» серии, содержащих ценные дальневосточные, финно-угорские и урало-алтайские материалы по этнографии изучаемых народов [7, 28].

Пути В. К. Арсеньева и Б. Баратоши пересеклись во время Первой мировой войны, в г. Хабаровске. В то время В. К. Арсеньев работал директором Хабаровского музея (1910–1918) и уделял большое внимание научному описанию и систематизации его фондов, непосредственно занимался формированием этнографических коллекций «Гиляки» (нивхи), «Орочи-удэхэ» (удегейцы), «Гольды» (нанайцы), «Чукчи» и др. Как отмечал сам Арсеньев, «...моей основной

специальностью является музееведение и исследовательская работа в области этнографии и археологии Дальнего Востока, к которым я чувствую особую склонность и призвание. Все мои печатные труды касаются именно этих дисциплин» (цит. по: [5, 249]).

Русский и венгерский исследователи, очевидно, имели общие научные интересы. В дневниках В. К. Арсеньева и Б. Б. Баратоши содержатся перекрестные сведения о взаимном обмене коллекциями. Во время одной из экспедиций на Дальний Восток Баратоши оставил в хабаровском музее свои экспедиционные сборы по культуре айнов, а взамен должен был получить материалы по этнографии коряков и юкагиров. Независимо друг от друга, знакомясь с аборигенной амурской культурой, Арсеньев и Баратоши не могли оставить без внимания удивительные скульптурные изображения, отражавшие сложную систему мировоззрения и верований коренных народов Амура. Вместе с другими этнографическими предметами коллекции культовой скульптуры народностей Приамурья были доставлены В. К. Арсеньевым и Б. Баратоши в музей г. Хабаровска и г. Будапешта. В 1913 г. В. К. Арсеньев писал в своем дневнике: «Продажу вещей в музей я не допускаю. Музеи — это дело народное, общее, а потому все должно работать бескорыстно» [16, 40].

В настоящее время коллекции культовой скульптуры ученых хранятся в фондах Хабаровского краевого музея им. Н. И. Гродекова (коллекция В. К. Арсеньева) и в Этнографическом музее г. Будапешта (коллекция Б. Баратоши). Коллекция Арсеньева включает многочисленные образцы удэгейской скульптуры, в том числе уникальный комплекс охранителей шамана, привезенный им с р. Кусун (1911 г.), — пять большеразмерных предметов, главным из которых является скульптура Мангни с помощниками Ни. Коллекция Б. Баратоши, привезенная из северо-восточной экспедиции в 1912 г., состоит из более чем 700 зырянских и ненецких вещей, в которых выделяются вещные атрибуты религиозного мира и детские игрушки. Коллекция Баратоши включает в себя также образцы культовой скульптуры нанайцев, ульчей, айнов и нивхов и сопровождается фотографиями, иллюстрирующими их применение [7, 68].

Эти коллекции практически не используются отечественными исследователями в научной и просветительской работе. Анализ материалов, собранных В. К. Арсеньевым и Б. Баратоши, весьма осложняется отсутствием атрибуции многих предметов, поэтому не всегда возможно установить место сбора, название и назначение культовой скульптуры, а также ее этническую принадлежность. Кроме того, формирование коллекций культовой скульптуры в музейных фондах было затруднено в связи с табуированностью знания об использовании и предназначении многих предметов для иноверцев.

Обратимся далее к интерпретации сохранившихся образцов культовой скульптуры в этнографических коллекциях В. К. Арсеньева и Б. Баратоши с целью выявления в них особенностей репрезентации (визуализации) сакральных смыслов. При этом интерпретация сакрального в культовой скульптуре методологически связывается с философско-культурологическим пониманием назначения и функций мифологического и художественного образов [13].

## Мифологическое и художественное в культовой скульптуре народов Приамурья

Культовая скульптура чаще всего выступает объектом осмысления в этнографии и искусствоведении. Если рассматривать культовую скульптуру с точки зрения философии культуры, то она является особым феноменом материальной культуры, который развивается на стыке мифологического и художественного познания. Как объект мифологического сознания, культовая скульптура устанавливает связи между объектами принципиально различного типа, символически отображает реальность, предполагает отсутствие дистанции между знаком, символом и обозначаемым, предусматривает ярусное расположение мира, ее главная функция — магическое использование, формирование образа об объекте как носителе одного или нескольких связанных качеств. В художественном плане культовая скульптура апеллирует к ценностно-эмоциональному восприятию, визуализирует сакральную информацию в наглядно-образной форме, при помощи художественных выразительных средств, и в целом обогащает искусство, является важной его частью. При этом мифологическое содержание в искусстве первично. По мысли А. Ф. Лосева, именно мифология является систематизирующей основой художественного творчества [13].

Резьба по дереву и изготовление культовой скульптуры, по мнению многих исследователей, выступает важнейшей сферой искусства народов Приамурья, разделявших мифологические представления [11]. В свое время академик А. П. Окладников доказал, что район Приамурья — один из исконных и мощных очагов культурного творчества, где почти пять тысячелетий тому назад сложились основы орнаментики амурских народов, существовали маски-личины на петроглифах, часть из них — со сложным геометрическим заполнением их внутреннего пространства [18, 178–180]. В работах С. В. Иванова на уникальном фактическом материале, собранном в местах проживания нанайцев, ульчей, нивхов, удэгейцев, орочей, а также на основе богатых музейных коллекций было продемонстрировано, что каждая народность Приамурья, какой бы малой она ни была, выработала свои собственные эстетические взгляды, в том числе создала особенные изображения, вырезанные на камнях и на деревьях [9].

Для обозначения культовой скульптуры народов Приамурья разными исследователями использовались различные названия: *онгоны* (Д. Зеленин), *бурханы* (П. П. Шимкевич), *сеоны* (И. А. Лопатин), *идолы* (Л. Я. Штернберг), *личины* (А. П. Окладников). В настоящее время общепринятым среди амурских жителей и в научной литературе названием культовой скульптуры является термин *сэвэны*, с помощью которого обозначают также божеств и природные памятники сакрального значения, относящиеся к Приамурью. Традиция использования термина *сэвэн* была заложена В. К. Арсеньевым, который в своих путевых заметках словом *сэвон* обозначал как шаманского духа, так и его деревянное изображение [2, 350]. Покровители разных стихий, объектов природы имели бесформенную сверхъестественную сущность, в качестве защитной меры ее заключали в скульптурные изображения, исполняющие роль «смирительных рубашек» [15, 116].

Согласно магическим представлениям, сэвэны выполняли различные функции: помогали шаманам, защищали их от различных враждебных сил, избавляли людей от недугов (в этом случае культовая скульптура являлась выражением характера болезни и соответствующих ей симптомов), служили оберегом семьи, способствовали успеху в промысле и др.

Для изготовления сэвэнов использовались натуральные материалы: сухая трава, рыба, кожа, ткань, металл, но чаще всего — дерево. Дерево, как природный материал, являлось субстанцией среднего мира — мира, связанного с человеком, и, соответственно, было основным сырьем для изготовления изображений — вместилищ духов средней сферы. Древесная скульптура сэвэна соответствовала его рангу. Так, сэвэнов высшей категории делали из лиственницы; ива и торф (как маркирующие пойменный ландшафт) предназначались для создания сэвэнов низкого ранга. Скульптура изготавливалась мастерами (исключительно мужчинами) по указанию шаманов, при камлании шамана в нее помещался дух, соответствующий изображению. В соответствии с правилами мифологического мышления, при изготовлении культовой скульптуры нельзя было употреблять слов «резать», «пилить», «строгать», скульптуру можно было только «делать» [12, 8]. Считалось, что визуальные образы духов рождены снами шаманов, реальными путешествиями их души. Сэвэны хранились в доме, на чердаке, в амбаре или в тайге, и одним из главных условий их содержания были регулярные кормления. К примеру, если сэвэны уже помогли исцелению, их не держали в жилой части дома, но от них и не избавлялись, проводя их «кормление» не реже двух раз в год (в соответствии с сезонными ритмами Амура) [19].

Сюжетно-смысловое содержание культовой скульптуры тесно связано с космогоническими представлениями коренных народов Приамурья об устройстве мироздания. Эти представления включают типичные архаичные мифологемы и исходят из универсальной идеи о трехчастном устройстве Вселенной: небесном, земном и подземном мирах, соединенных осью Мирового древа. Духи-сэвэны обладают способностью перемещаться во всех трех мирах, изменяя свой облик, превращаясь в тигра, змею, рыбу или человека. Все сферы мироздания, по представлениям коренных народов Приамурья, делятся на уровни и населены своими духами. На небе обитают небесные духи, ответственные за определенную область жизни людей, на земле — таежные духи, духи — хозяева земли (*На Эндурни*) и воды (*Муэ Эндурни*, нан.), хозяин огня *Подя* (нан.), в подземном мире — духи мира мертвых *буни* (нан.), *були* (ульч.). Важнейшими архаичными промысловыми культурами, получившими широкое отражение в культовой скульптуре народов Приамурья, являются также культы медведя, сома и тигра.

В этнографических коллекциях В. К. Арсеньева и Б. Баратоши представлена как антропоморфная, так и зооморфная скульптура, принадлежащая в основном удэгейцам, нанайцам и ульчам. Антропоморфная скульптура в целом выглядит менее детализированной и проработанной по сравнению с зооморфной. Это объясняется прежде всего мифологическими представлениями, согласно которым в изображении запрещается передавать черты конкретного человека, выделять верхние конечности, глаза, ноздри как потенциальные «пути» возможного негативного

воздействия на человека со стороны духов. В силу этого антропоморфные сэвэны имеют голову яйцевидной или ромбовидной формы с треугольным навершием, прямоугольное или цилиндрическое туловище, прямые, четырехгранные ноги. Лицевая часть зачастую моделирована двумя косыми срезами, образующими линию носа и лба, глаза обозначены точечными углублениями, рот — горизонтальной насечкой. Эти детали скульптуры в комплексе обозначают категорию духа, уровень его силы и «дорогу» в сакральном пространстве. Сэвэны соразмерны человеку (их высота от 15 до 80 см), имеют статичный и монолитный силуэт, с единственным просветом между конечностями. Фактура изделия остается слабо проработанной, слабо профилированной, что придает ей характер архаичности, первородной непосредственности, подчеркнутой рукотворности.

К числу антропоморфных изображений, хранящихся в Хабаровском музее, относится, к примеру, «Сэвэхи — Куслянку» — удэгейский сэвэн, полученный музеем 15 июля 1911 г. от В. К. Арсеньева, который считал удэгейцев самыми искусными охотниками в мире, не имеющими себе равных на Дальнем Востоке [3]. Сэвэн изображает охотника-сэвэхи, одетого в одежду из звериных шкур, держащего стрелу для стрельбы по зверю, колотушку для его добывания и нож для снятия шкур и свежевания дичи. По всей видимости, сэвэн был сделан по указанию шамана для успешной охоты. Рот сэвэна в виде полукруглой выемки и наконечники его стрелы мазались кровью того животного, которого охотнику удалось убить первый раз после камлания. На руках сэвэхи шесть пальцев, что, по представлению удэгейцев, свидетельствует о том, что это один из предков, вернувшийся в свой род. Охотник сидит на священном животном — тигре, который у народов Приамурья почитается как «хозяин тайги», дух — помощник шамана, является главным персонажем многих легенд и мифов и покровительствует охотничьему промыслу.

Особое место в этнографической коллекции В. К. Арсеньева занимает скульптура Мангни — огромного сэвохи, помогающего шаману в камлании. Это антропоморфное изображение, на Мангни — небольшая полусферическая шапочка с высоким широким лезвием на макушке. *Манга* переводится с удэгейского языка как «сильный». По описанию В. К. Арсеньева, «...у него на груди сделаны изображения металлических зеркал. В них отражаются злые духи, приближающиеся к дому шамана. Мангни пустотелый, что означает голод. Он должен пожрать черта. Сердце сделано в виде птицы. Оно должно трепетать так, как бьется привязанная за ноги птица. Сбоку — изображение жабы. Без этого знака сэвохи (изображение духа. — Е. Г., И. Ш.) будет безжизненным куском дерева. На ногах вырезаны ящерицы (эхелля) — символы быстрого движения. Ноги должны двигать так же быстро, как бегают ящерицы в теплый солнечный день. Руки обернуты змеями, чтобы они не были ломкими; на руках — шесть пальцев, чтобы он крепче держал в руке копьё, и т. д. Рядом с мангни стоят два его помощника об одной ноге. На голове у них прикреплены огромные пешни вроде мечей. Они без рук, чтобы всю силу удара могли сосредоточить в голову... Тут же, где-нибудь поблизости, стоят две или три лиственницы без сучьев и с кольцевыми вырезами по коре. Иногда на лиственницах укреплены деревянные птицы — куан» [3, 539]. Композиция



Сэвэн Ченомни. Вторая половина XIX в. Удэгейцы.  
Фото И. А. Головнева



Мангни, разящий духов. Сборы В. К. Арсеньева. 1911.  
Фото И. А. Головнева



«Мангни, разящий духов» — это своего рода застывшая сцена музейного этно-театра, она образует одну из основных мизансцен выставочного пространства Хабаровского краевого музея [6, 212].

Зооморфные сэвэны, в большом количестве представленные в коллекциях В. К. Арсеньева и Б. Баратоши, по-видимому, являются наиболее древними изображениями и связаны с тотемическими верованиями [1, 85]. Как отмечал В. К. Арсеньев в своем дневнике, «...для рисунков за неимением бумаги коренные народы пользуются берестой, за неимением карандаша — ножом. Схвачены самые характерные черты животного... У всех животных сделаны немного велики ноги» [17, 56]. Наиболее священные среди зооморфных изображений — образы медведя (*Мафа* — удэг., *Амака* — эвенк.) и тигра (*Дусэ* — ороч., *Куты* — удэг., *Пурен Амбани* — нан.), а также образы черепахи, барса, изображения ящериц, змей, рыб. Медведь и тигр в мировоззрении приамурских народов выступают как хозяева тайги и промысловых животных, от которых зависит существование людей, они являются олицетворением духов-предков для многих родов. По свидетельству искусствоведов, в приамурском декоративном и религиозном искусстве канонизация медведя и тигра достигла вершин [10, 14]. Их скульптурные изображения в коллекциях Арсеньева и Баратоши вариативны и имеют сакральное значение: вертикальные фигуры, сидящие на задних лапах, горизонтально стоящие на четырех конечностях, летающие, с крыльями, с рисунками пауков, ос, змей на морде. Сидячие изображение медведя у нанайцев, к примеру, помогали при общих недугах, болезнях спины, ревматизме, а также на охоте и в рыбной ловле [25, 40–41]. В коллекции Баратоши сохранились артефакты, изображающие волка, собаку и птиц.

В большинстве случаев у зооморфной скульптуры сохраняется цилиндрический объем, невзирая на имеющиеся фигурные детали, обозначающие части тела животного. Изображения лягушек, змей, рыб на мордах животных выглядят плоскими, словно распластанными, и воспринимаются в проекции сверху. Скульптурные изображения тигра и медведя также могли совмещать в себе детали других животных (барса и леопарда) и человека, что свидетельствует об их особом сакральном статусе. На ритуальных предметах изображения тигра и медведя располагаются рядом, симметрично, это признак того, что эти животные связаны не только с промысловыми культурами, но и с представлениями о предках [22, 96]. В коллекциях Арсеньева и Баратоши некоторые экспонаты медведя и тигра покрыты «одеждой» из кожи рыбы и ткани, имеют тщательно моделированные головы с рельефным носом и глазами-бусинами.

В культовой скульптуре приамурских народов выделяется также группа мелкой пластики индивидуального назначения, выполняющей функцию амулетов. Небольшие по размеру (2–10 см), эти амулеты предназначались для постоянного ношения на поясе или шее и принадлежали конкретному охотнику. Изготовление таких амулетов не было ограничено строгими канонами, и помимо резной скульптуры, они включали в себя клыки и когти зверей, обшитые тканью камни, шкурки животных необыкновенной окраски, перья птиц и т. п. Считалось, что амулеты обладают магической силой, их использование скрывалось от посторонних глаз,

а попадание амулета в чужие руки воспринималось в качестве смертельной угрозы для его владельца. Таким образом, назначение подобных предметов — служить оберегами и обеспечивать владельцу удачный промысел.

### Выводы

В целом культовая скульптура народов Приамурья представляет интерес не только как образец художественного творчества ее создателей, но и с точки зрения мифологического содержания и семантической наполненности. Учитывая наличие сакрального контекста в культовой скульптуре амурских народов, можно сделать вывод о том, что при ее интерпретации продуктивнее исходить не из описания отдельных, единичных мотивов, а начинать с более сложных целостных структур — характеристики мифологического и художественного сознания народов Приамурья. Этот путь открывает возможность показать реально существующую цепочку, ведущую от социокультурного фактора к характеристике изображения. Постоянство изобразительных, композиционных структур в составе культовой скульптуры различных народов Приамурья, которое сегодня мы можем увидеть в «сибирских» музейных коллекциях по всему миру (в том числе в сборах В. К. Арсеньева и Б. Баратоши), является, по всей видимости, следствием определенных мифологических структур, когда-то распространенных в данном регионе.

С течением времени эти мифологические структуры неизбежно подвергались трансформации. Как свидетельствуют современные исследования в области культовой скульптуры, ее хранители среди народов Приамурья в настоящее время часто не могут пояснить значение и смыслы скульптур. Пожилые люди, кто в прошлом при разных обстоятельствах встречал сэвэны, мало что могут о них сообщить [21, 47]. В современной культуре, на фоне забвения архаичного мифологического сознания, исчезновения шаманизма как культурного явления, сакральное позиционируется уже не в вербальной форме, а в форме образа. В этом отношении коллекции культовой скульптуры В. К. Арсеньева и Б. Баратоши наглядно демонстрируют то, что изобразительные сюжеты сохраняются гораздо дольше в традиционной культуре именно как визуальные образы, нежели как вербальные нарративы. В настоящее время именно через визуальные образы в культовой скульптуре и их интерпретацию можно выявить сакральное значение этой скульптуры.

---

1. Анисимов А. Ф. Космологические представления народов Севера. М. ; Л., 1959.

2. Арсеньев В. К. Дерсу Узала. Сквозь тайгу. М., 1989.

3. Арсеньев В. К. Лесные люди — удэгейцы // Арсеньев В. К. Избранные произведения : в 2 т. Хабаровск, 1997. Т. 2. С. 504–545.

4. Березницкий С. В. Классификация культовой атрибутики коренных народов Дальнего Востока России // Типология работы коренных народов Дальнего Востока России. Владивосток, 2003. С. 190–220.

5. Владимир Клавдиевич Арсеньев. Биография в фотографиях, воспоминаниях друзей, свидетельствах эпохи / Ю. Луганский. Владивосток, 1997.

6. Головнев И. А., Головнева Е. В., Шанта И., Сафонова Т. Визуально-антропологические репрезентации фронтальных территорий (на примере деятельности В. К. Арсеньева и Б. Баратоши на Дальнем Востоке) // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2018. № 4 (80). С. 208–215.
7. Егоров А. В. Вклад венгерского этнографа Бенедка Баратоши-Балога в изучение традиционной культуры финно-угорских народов // Вестн. Акад. наук Республики Башкортан. 2015. Т. 20, № 4 (80). С. 67–73.
8. Егоров А. В., Загребин А. Е. Уралистика = алтаистика: Б. Баратоши-Балог — мечтатель, этнограф и музеевед // Ежегодник финно-угорских исследований. 2017. Т. 11, вып. 4. С. 128–138.
9. Иванов С. В. Архитектурный орнамент Нижнего Амура // Сб. МАЭ. 1953. Т. 15. С. 234–290.
10. Иванов С. В. Медведь в религиозном и декоративном искусстве народностей Амура // Сб. ст. памяти В. Г. Богораза. М. ; Л., 1937. С. 1–45.
11. Кочешков Н. В. Декоративное искусство народов Нижнего Амура и Сахалина XIX–XX вв. СПб., 1995.
12. Кубанова Т. А. Ритуальная скульптура нанайцев. Комсомольск-на-Амуре, 1992.
13. Лосев А. Ф. Миф, число, сущность. М., 1994.
14. Мальцева О. В. Тигр в духовной культуре и промысловых традициях у народностей Нижнего Амура в XIX–XX вв. // Записки Гродековского музея. Хабаровск, 2007. Вып. 18. С. 104–121.
15. Мальцева О. В. Этнокультурные особенности лечебной культовой скульптуры нанайцев // Археология, этнография и антропология Евразии. 2012. № 3(51). С. 114–123.
16. ОИАК (Архив Общества изучения Амурского края). Оп. 6. Ф. 14. Д. 142. Воспоминания В. К. Арсеньева.
17. ОИАК. Оп. 1. Ф. 14. Д. 28. Путь дневник В. К. Арсеньева. 1914, 1917, 1926, 1927.
18. Окладников А. П. Лики Древнего Амура: петроглифы Сакачи-Аляна. Новосибирск, 1968.
19. Островский А. Б. Ульчские сэвэны в конце XX — начале XXI в. [Электронный ресурс]. URL: <http://wiki.pdfm.ru/36psihologiya/18246-1-a-ostrovskiy-ulchskie-seveni-konce-nachale-xxi-ongoni-tungusoyazichnih-narodov-glavnim-obrazom-nanay.php> (дата обращения: 25.03.2019).
20. Сафонова Т., Шанта И. Встречи на эвенкийской земле. Кибернетическая антропология Байкальского региона. СПб., 2013.
21. Сэвэны : каталог культовой скульптуры из собрания ХКМ им. Н. И. Гродекова / авт.-сост. Г. Т. Титорева. Хабаровск, 2012.
22. Сем Т. Ю. Традиционные представления негидальцев о мире и человеке // Религиоведческие исследования в этнографических музеях. Л., 1990. С. 90 – 113.
23. Терюков А. И. Антал Регули: между Западом и Востоком: в поисках прародины венгров // Вестн. Том. гос. ун-та. История. 2016. № 5 (43). С. 118–122.
24. Хисамутдинов А. А. «Впервые осветил географию многих мест»: В. К. Арсеньев и его исследования // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2017. № 3 (42). С. 36–49.
25. Шимкевич П. П. Материалы для изучения шаманства у гольдов // Зап. Приамур. отд-ния ИРГО (Хабаровск). 1986. Т. 2, вып. 2.
26. Gabor W. Bendek Barthosi Balogh's Collection in the Museum of Ethnography, Budapest: Artifacts, manuscripts and photos // Museum of Ethnography, Budapest. Baráthosi Balogh Collection Catalogue. Hokkaido Ainu Culture Research Center/Museum of Ethnography. Budapest, 1999. P. 85–89.
27. Hoppál Mihály. Baráthosi Balogh Benedek: Távoli utakon A Néprajzi Múzeum tudománytörténeti kiadványsorozat 9. Néprajzi Múzeum. Budapest, 1996.
28. Mészáros Cs., Krist S., Bashkuev V. et al. Ethnographic Accounts of Visitors from the Austro-Hungarian Monarchy to the Asian Peripheries of Russia and Their Contribution to the Development of Systematic Ethnological Studies in the Monarchy: Preliminary Results and Research Perspectives // Acta Ethnographica Hungarica. 2017. № 62(2). P. 465–498.

## К ВОПРОСУ О РОЛИ ПОНЯТИЙ «ПОШЛОСТЬ» И «МЕЩАНСТВО» В УКРЕПЛЕНИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ РАЗЛИЧИЙ

В статье на материале российской драматургии конца XIX — начала XX в. и ранней советской драматургии второй половины 1920-х гг. раскрыты несколько основных контекстов употребления понятий «пошлость» и «мещанство». Выявлены ключевые значения, которыми наделялись эти понятия, трансформации значений с приходом советской культуры, а также роль данных понятий в укреплении и поддержке социокультурных различий внутри общества, маргинализации индивидов и социальных групп.

**Ключевые слова:** пошлость; мещанство; российская драматургия конца XIX — начала XX в.; ранняя советская драматургия; интеллигенция; богема.

Устаревают, как известно, не только артефакты культуры, но также и ее интеллектуальный инструментарий. Понятия, которыми пользовались сравнительно недавно и значение которых не требовалось объяснять, оказываются старомодными и выходят из обихода. Постепенно их смысл перестает быть ясным даже для участников тех социальных групп, в пределах которых они когда-то имели хождение. Представляется, что к таким понятиям можно отнести понятия пошлости и мещанства, бытовавшие в дореволюционной России и Советском Союзе. В современной России они утратили прежнюю популярность и стали далеко не столь востребованными. Между тем у каждого из данных понятий есть своя долгая история, связанная с изменением их смыслов в ответ на смену исторической реальности, а также с изменением их социально-культурной роли. Реконструкции смыслов этих понятий в разные исторические периоды на основе анализа драматургии, выявлению их роли в укреплении социокультурных различий<sup>1</sup> между разными социальными группами посвящена эта статья.

Понятия пошлости и мещанства в контексте русской и советской культуры не раз становились объектами научного анализа. Исследователи воссоздавали происхождение данных понятий, смыслы, вкладываемые в них на протяжении нескольких периодов существования русской и советской культуры, отношение разных социальных групп к пошлости и мещанству как явлениям, значение этих понятий в словаре отдельных писателей (упомянем здесь монографию С. Бойм с очерками, посвященными пошлости и мещанству [1], статьи о пошлости И. Б. Левонтиной [12], А. А. Зализняка и А. Д. Шмелева [10], очерк о мещанстве

<sup>1</sup> Под социокультурными различиями подразумеваются различия между индивидами (а именно сходство восприятия, понимания, интерпретации феноменов действительности, а также образа жизни), обусловленные их принадлежностью к разным социальным группам и включенностью в субкультуру последних.

Ю. С. Степанова [12], статью о мещанстве О. Морозовой [15]). Однако при этом основой для изучения становились главным образом прозаические, публицистические и поэтические тексты, а не драматургия (некоторые драматургические произведения могли фигурировать в общем корпусе анализируемых текстов, как у С. Бойм, но не быть его основой). Во-вторых, нам не встречались исследования, прослеживающие эволюцию смыслов понятий пошлости и мещанства, сопоставляющие смыслы этих понятий на коротком, но значимом временном отрезке — с конца XIX в. до второй половины 1920-х гг., на протяжении которого произошли радикальные и судьбоносные для российского общества и культуры перемены. Частичным восполнением этой лакуны должно послужить наше исследование.

Материалом для анализа послужили следующие тексты: пьесы А. П. Чехова «Иванов» [21, 13–78], «Чайка» [Там же, 143–196], «Дядя Ваня» [Там же, 197–245], «Три сестры» [Там же, 246–311], «Вишневый сад» [Там же, 317–370]; пьесы А. М. Горького «Мещане» [5], «Дачники» [6], «Дети солнца» [7], «Варвары» [8]; пьесы В. В. Маяковского «Клоп» [15, 461–500], «Баня» [Там же, 501–548]; а также пьесы Ю. К. Олеси «Заговор чувств» [18], В. П. Катаева «Квадратура круга» [12], С. А. Семенова «Наталья Тарпова» [19], В. М. Киршона, А. В. Успенского «Константин Терехин» («Ржавчина») [9], Д. Ф. Чижевского «Сусанна Борисовна» [9], А. И. Воиновой (Сант-Элли) «Акулина Петрова» [9], В. В. Шкваркина «Лирика напрокат» [9]. Основными методами исследования являлись контент-анализ и дискурс-анализ.

### **Понятия «пошлость» и «мещанство» в драматургии конца XIX — начала XX в.**

Поскольку поле драматургии рубежа XIX–XX вв. обширно и, соответственно, корпус текстов чрезмерно велик, мы ограничились анализом пьес двух наиболее значимых для того времени писателей — А. П. Чехова и А. М. Горького.

В драматургии А. П. Чехова понятие пошлости употребляется представителями умственного труда и богемой — начинающим писателем, врачами, дворянином — управляющим помещьем, дворянкой, несостоявшимся ученым, студентом, женой учителя гимназии и женой профессора. Пошляком, т. е. человеком, ведущим пошлую жизнь и распространяющим влияние пошлости, считается тот, кто подобен другим, ничем от них не отличается [21, «Три сестры», 305]. Но не только отсутствие ярко выраженной индивидуальности делает пошлым. Пошляк пошел, поскольку живет примитивно — ест, пьет, спит, привнося разнообразие в такую жизнь лишь пьянством, игрой в карты, сутяжничеством, сплетнями, любовными интригами, любовными изменами [Там же]. Наряду со всем перечисленным пошлый человек с его «пошляческой философией» сводит отношения мужчины и женщины преимущественно к половым, лишен хорошего эстетического вкуса, малообразован и претенциозен, скрывая свое дурновкусие и непросвещенность [21, «Дядя Ваня», 214; «Вишневый сад», 351; «Три сестры», 256, 285]. Помимо того, даже проявление чувства любви приравнивается к пошлости [21, «Вишневый сад», 351]. Пошлая мораль считается моралью «маленькой», без высоких

устремлений, полезной и легко понятной [21, «Чайка», 147]. Пошлая среда — среда серая, скучная, сонная, наполненная пустыми, мелкими, ординарными, низкими людьми, которых можно сравнить одновременно с животными и живыми мертвецами, поскольку они не знают интеллектуальной жизни [21, «Дядя Ваня», 224; «Три сестры», 302, 305]. Пошлая среда затягивает и превращает в пошляков тех людей, кто ими не был. Пошлость — это приобретенное качество, передаваемое в ходе воспитания от родителей к детям либо перенимаемое взрослыми людьми от их социального окружения. Антитеза пошлости — порядочность и интеллигентность, которые могут уступить натиску пошлой среды, а их носитель «испошлиться», стать таким же, как и все, пошляком [21, «Дядя Ваня», 214, 218, 238; «Три сестры», 305].

Чеховские персонажи пользуются понятием пошлости, когда желают сурово и бескомпромиссно кого-нибудь осудить. Они клеймят пошляками и решительно отмежевываются таким образом от тех, кто чужд по духу или происходит из другой среды (мещан, купцов, служащих). Пошлая жизнь для них — презренная, обывательская жизнь. Вместе с тем у чеховских героев осуждение и стигматизация при помощи понятия пошлости не всегда направлены вовне, но порой и вовнутрь — некоторые чеховские герои осознают собственную пошлость, точнее, опошленность [21, «Дядя Ваня», 218, 238; «Три сестры», 285]. Кроме того, употребляющие понятие пошлости чеховские персонажи совсем не безупречны, не похожи на героев и борцов. Всегда находится нечто, дискредитирующее их и снижающее обвинительный пафос, поскольку возникает закономерный вопрос: а судьи кто? Как может осуждать других доктор-пьяница из пьесы «Три сестры», позабывший профессию и убивающий своим невежеством пациентку? Или еще один доктор из пьесы «Иванов», рассылающий анонимные письма, мучающий смертельно больную женщину рассказами об аморальности ее мужа? И третий доктор — из пьесы «Дядя Ваня», пытающийся соблазнить чужую жену? Как можно всерьез принимать осуждение пошлых людей, исходящее от несостоявшегося ученого, который заложил без согласия своих сестер их общий дом и не поделился деньгами (пьеса «Три сестры»)? Можно ли всерьез относиться к насмешкам дворянки над пошлостью дачников — дворянки, которая промотала в Париже с любовником свое состояние и состояние детей? «Вечный студент», никак не способный повзрослеть и перестать быть нахлебником, тоже мало годится на роль морального судьи (пьеса «Вишневый сад»). Неоднозначность чеховских персонажей смягчает выносимое ими негативное моральное и эстетическое суждение.

Что касается понятия мещанства, равно как и его производных, то в рассмотренных текстах Чехова это понятие фигурирует лишь в пьесе «Три сестры». Мещанкой там называют героиню, характеризующуюся как человек пошлый и безнравственный. При том неясно, является ли мещанство героини только личностной характеристикой или здесь содержится еще и намек на ее социальное происхождение [21, «Три сестры», 278].

Меняется ли смысл понятия «пошлость» в драматургии А. М. Горького? В драматургии Горького также понятие пошлости используется персонажами из богемной среды и представителями умственного труда (певчим, поэтессой, доктором, письмовыводителем, женой адвоката, женой инженера). В пьесе «Мещане» сделана попытка

объяснить значение понятия, но при объяснении используются общие слова без их конкретизации. Пошлость, по словам героя пьесы певчего Тетерева, представляет собой «золотую середину», отсутствие крайностей, умеренность (т. е. посредственность). Помимо того, пошлость — торжествующая сила, которая побеждает героев [5, 559], ее слово всегда остается последним, это «фея здешних мест» [Там же, 576] (подразумевается дом и жизненный уклад зажиточного мещанина Василия Бессеменова и его семьи). Именно такие люди, как Василий Бессеменов, идеально-умеренные во всем и к тому же представители городского сословия мелких буржуа — мещан, по мнению Тетерева, являются хозяевами жизни. Они устроили жизнь так, что по-настоящему сильным людям в ней нет места [Там же, 563].

Все упомянутое не характеризует пошлость в подробностях, однако обращение к контекстам употребления понятия добавляет ясности. Вычленяемый благодаря контекстам смысл понятия состоит в следующем: пошлость для героев Горького, прежде всего, это «нестройность души» [6]. Она делает людей мелкими, жалкими, глупыми, заимствующими чужие слова и скрывающими свое ничтожество [6]. Пошлость обволакивает всех, но особенно ее много вокруг крупных по масштабу личностей [7]. Пошлые люди умеют видеть только низкое, поскольку никаких высоких побуждений для них не существует; кроме того, они уважают лишь за положение в обществе, а не за внутренние качества. Все, чего они хотят — вдоволь и вкусно есть, пить, отдыхать после беспокойной и бедной юности [6]. Анти-теза пошлой жизни — жизнь свободная и красивая, жизнь, которая не замыкается в индивидуалистических рамках [8]. Если говорить о социальном происхождении пошлых людей, то это может быть прослойка мещан [6].

Зачем и с какими целями герои Горького используют понятие пошлости? Пошлость и ее производные означают однозначно негативную оценку, стигматизирующую тех, в отношении кого она выносится. В представлении горьковских героев пошлы те, кто устроен неправильно, живет неправильной жизнью и притесняет других, поэтому нужно от них отмежеваться и безжалостно вынести им моральный приговор. В отличие от персонажей Чехова, герои пьес Горького, выносящие подобные приговоры, за редкими исключениями подаются комплиментарно, нарисованы с симпатией. Они протестуют против пошлости жизни, занимают активную позицию, намереваясь бороться с пошлостью.

Если же говорить об употреблении понятия «мещанство», то оно присутствует в двух из рассмотренных нами пьес А. М. Горького — «Мещане» и «Дачники». Весьма примечательно, что в пьесах данное понятие обозначает только социальное происхождение или принадлежность к социальной прослойке мещан. Это выступает контрастом по отношению к публицистике Горького, как ранней, так и поздней, где мещанство используется в качестве метафоры, характеризуя тип характера и образ жизни в целом, подразумевающий крайний индивидуализм, узость мировоззренческого горизонта, приверженность к материальным благам, любовь к личному комфорту и пр. (см. работу А. М. Горького «Заметки о мещанстве» 1909 г. [3] и его же работу «О мещанстве» 1929 г. [4]).

Отметим также здесь, что понятие мещанства пользовалось определенной популярностью и фигурировало в российской публицистике второй половины

XIX — начала XX в., будучи предметом оживленного обсуждения. Назовем как минимум трех ключевых для того периода авторов — А. И. Герцена, Д. С. Мережковского, Р. В. Иванова-Разумника. Их работы, хотя и посвященные разным аспектам мещанства, сходились в одном — мещанство было там в первую очередь метафорой, а не названием конкретного сословья. (Имеем в виду описание европейского мещанства у Герцена [2], последовательное развитие рефлексий Герцена и экстраполяция их на российские реалии у Мережковского [16], описание российского мещанства у Иванова-Разумника [11].) Тем самым рассмотренные драматургические тексты диссонируют с дореволюционной публицистикой.

### **Понятия «пошлость» и «мещанство» в ранней советской драматургии**

Прошло совсем немного времени по общеисторическим меркам — пятнадцать, двадцать лет, и жизнь в России радикально изменилась. Появились новая страна, новый государственный строй, новая политика и приоритеты, наконец, стала формироваться и новая культура. Эта новая культура отчасти взяла на вооружение дореволюционный интеллектуальный инструментарий — в частности, понятия пошлости и мещанства. Включение их в теоретический аппарат формирующейся советской культуры не означало консервации прежних смыслов и социокультурных ролей. Чтобы понять, насколько новые реалии повлияли на смысл понятий и их роли, обратимся к ранней советской драматургии. В качестве материала для анализа мы привлекли тексты как известных писателей, признанных классиками (В. В. Маяковского, Ю. К. Олеси, В. П. Катаева), так и тех, кто пользовался популярностью главным образом лишь на протяжении 1920-х гг. (С. А. Семенова, В. М. Киршона и А. В. Успенского, Д. Ф. Чижевского, А. И. Воиновой (Сант-Элли), В. В. Шкваркина).

Прежде всего, обращает на себя внимание то, что понятие мещанства стало употребляться гораздо чаще, во-первых, по сравнению с дореволюционной драматургией, во-вторых, по сравнению с понятием пошлости. А именно при анализе массива текстов в драматургии А. П. Чехова и А. М. Горького обнаруживается как минимум девять пьес, в которых фигурировали эти понятия. Только в трех пьесах, наряду с понятием пошлости, присутствовало понятие мещанства, которое служило спутником понятия «пошлость», дополняя и порой конкретизируя его. Ранняя советская драматургия демонстрирует, однако, совсем иное положение. Выбрав из всего массива изученных текстов те пьесы, в которых содержались упоминания пошлости и мещанства либо вместе, либо порознь, выясняем, что понятие «пошлость» в чистом виде представлено только в одной пьесе, а в соседстве с понятием мещанства оно есть в трех пьесах. При этом понятие мещанства в одиночку присутствует в шести пьесах, что составляет большинство среди отобранных и проанализированных текстов ранней советской драматургии. Вдобавок становится ясным, что понятия пошлости и мещанства расширили свою социальную географию. Если в драматургии рубежа веков их употребляли богемные и интеллигентские персонажи, то в ранней советской драматургии — люди самых разных социальных слоев. К людям умственного труда и творческой



богеме добавились рабочие, бывшие торговцы, партийные работники и люди без определенных занятий.

Индивидуализированная и, по всей видимости, хорошо обдуманная трактовка понятия «пошлость» принадлежит Ю. К. Олеше и отражена в пьесе «Заговор чувств» [18]. Пошлость в представлении персонажей Олеси связана с чувствами. Все индивидуалистические чувства, т. е. любовь, ревность, храбрость, честолюбие, жестокость, вероломство и т. д., признаются пошлыми. Пошлость характеризуется двойственно: с одной стороны, это нечто заразительное и растлевающее, достойное упоминания вместе с ложью и «негодяйством», с другой стороны, персонаж пьесы «Заговор чувств» Иван Бабичев выказывает позитивное отношение к пошлости. Себя он именует «королем пошляков», называя пошляками тех, кто испытывает извечные человеческие чувства, а наряду с ними «честных мещан, людей, верных традициям и подчиненных нормам чести, долга и любви» [18]. Позитивный подтекст такого толкования способен ввести в заблуждение, заставляя предполагать, будто выраженное в данном тексте отношение к пошлости скорее позитивно. Тем не менее, чтобы адекватно понять смысл, вкладываемый в понятие пошлости у Олеси, необходимо принять во внимание, какой именно герой озвучивает позитивную трактовку. Это интеллигент, и он в пьесе Олеси отрицательный персонаж, что, вероятно, связано с изменением роли интеллигенции в общественном сознании. Помимо того, приверженность традициям и традиционному укладу в 1920-е гг. могла восприниматься как приверженность миру дореволюционной России и оцениваться негативно. Поэтому похвалу пошлости как верности традициям, озвучиваемую потерявшим общественный вес интеллигентом, следует истолковать не напрямую, но «от обратного». Немаловажно и то, что Иван Бабичев предлагает устроить «восстание чувств» и «половую революцию», необходимые для того, чтобы обрушиться на режим, отрицающий человеческие чувства. Выходит, человек, олицетворяющий себя с пошлостью, дающий ей позитивную трактовку, расценивается практически в качестве контрреволюционера, а значит, врага советского государства.

Понятие пошлости фигурирует еще в трех пьесах — «Бане» В. В. Маяковского, «Константине Терехине» («Ржавчине») В. М. Киршона и А. В. Успенского, «Сусанне Борисовне» Д. Ф. Чижевского. Столь индивидуализированной, объемной, сложной трактовки, как у Олеси, оно не получает. Смысл понятия следующий: во-первых, пошлость предстает в виде универсального оценочного понятия, которое каждый употребляет, характеризуя нечто для себя лично неприятное или неприемлемое. При этом смысл понятия сужается — пошлым в основном называют все связанное с половыми отношениями. Например, пошло обсуждать «половой вопрос», женщине пошло жить только с одним мужчиной и дорожить этими отношениями, но женщине пошло также придерживаться «свободной любви» и вступать в отношения с несколькими мужчинами [9, «Константин Терехин»]. Во-вторых, пошлостью признается сведение высокого (возвышенных идей, намерений) к низкому (практической реализации этих идей и намерений) [15, «Баня», 504]. Кроме того, пошлостью называют плоскую, глупую, неудачную остроту и нечто банальное [9, «Константин Терехин», «Сусанна Борисовна»]. К этим

немногим смыслом и упоминаниям, собственно, и сводится циркуляция понятия пошлости в ранней советской драматургии. Понятие пошлости становится менее релевантным для драматургов. На наш взгляд, его заменяет и вытесняет понятие мещанства, перетягивающее и заимствующее ключевые смыслы дореволюционного толкования пошлости.

Понятие мещанства присутствует в следующих пьесах: «Клоп» В. В. Маяковского, «Квадратура круга» В. П. Катаева, «Наталья Тарпова» С. А. Семенова, «Константин Терехин» («Ржавчина») В. М. Киришона и А. В. Успенского, «Акулина Петрова» А. И. Воиновой (Сант-Элли), «Лирический роман» В. В. Шварцкиной. Поскольку смыслы понятия от пьесы к пьесе часто воспроизводятся без изменений, мы выпустим повторы, представив только те моменты, в которых присутствуют разные смысловые грани.

Понятие мещанства здесь выступает столь же сложным и многослойным, каким было понятие «пошлость» в дореволюционной драматургии. Прежде всего отметим, что в драматургии второй половины 1920-х гг. мещанство становится метафорой. Оно уже больше не обозначает конкретную социальную страту, а указывает на образ жизни и мировоззрение. Что такое жить по-мещански? Это значит проявлять повышенную рефлексивность, индивидуалистичность в сравнении с окружающими (например, вести дневник) [9, «Константин Терехин»]. Жить по-мещански означает также быть верным привычкам старой, дореволюционной жизни, в частности придерживаться традиционных представлений о семье, роли супругов и отношениях полов (последнее приравнивается к буржуазным предрассудкам) [19; 9, «Акулина Петрова»; 12, 90, 97, 106]. Жить по-мещански в семье значит, помимо того, принимать за семейную основу половые отношения, а не общность интересов и дел, ревновать друг друга и ссориться [9, «Акулина Петрова», «Константин Терехин»]. Особенно тесно, по мнению героев пьес, мещанство связано с женщинами — их поведением, что проявляется в стремлении к любви, симпатиях к танцам, модной одежде, кокетству, их представлениями о семейных отношениях и вообще со стилем их жизни [9, «Константин Терехин»; 12, 92; 15, «Баня», 540]. Мещанским объявляется весь быт старого образца — от ухоженного жилья до любых признаков домашнего уюта, вроде занавесок на окнах и канарейки в клетке [12, 87; 15, «Клоп», 465–466]. Такой быт обладает разлагающим воздействием — делает мещанами тех, кто ими раньше не был [9, «Акулина Петрова»]. Мещанин толкуется двояко — это обыватель, паразит на теле общества, старательно маскирующий свою суть, но также просто собственник, держащий свое хозяйство, живущий его интересами, открыто в том сознающий и критикующий партию власти [15, «Клоп», 498; 9, «Акулина Петрова», «Лирический роман»].

Понятие мещанства часто используется героями пьес как орудие, при помощи которого они пытаются оказать психологическое давление, опорочить, ославить неугодного человека, причем нередко мещанством (как и пошлостью) называют противоположные друг другу явления (придерживаться «свободной любви» и держаться за отношения с одним мужчиной — все это признается мещанством, правда, разными персонажами) [9, «Константин Терехин»]. Данное понятие употребляют и положительные, и отрицательные герои, но при том цель одна — осудить,

показать чуждость человека, причем не только непосредственному окружению, но и новому советскому укладу жизни. Противоположностью мещанской жизни считается общественная работа, т. е. посвящение себя общему делу и забвение личных интересов [9, «Акулина Петрова»].

Какие же из выявленных смыслов понятия мещанства были унаследованы им от понятия пошлости? Это, на наш взгляд, толкование любви как мещанского чувства, понимание отношений между мужчиной и женщиной исключительно как половых, восприятие мещанина как обывателя, замкнутого на своей частной жизни, лишённого возвышенных стремлений, но скрывающего это. Наконец, признается, что и пошлость, и мещанство способны оказать дурное влияние на людей.

Суммируя выявленные смыслы мещанства и пошлости, необходимо отметить новые функции их употребления, а также некоторые опасные обертоны, зазвучавшие в ранней советской драматургии. Мещанство и пошлость связываются со старым бытом, буржуазными предрассудками, верностью прежним традициям. Мещанином объявляется тот, кто не только равнодушен к общему делу, но и позволяет себе критиковать правящую партию и советское государство. Следовательно, ярлык мещанства не был безобидным. Им стали пользоваться не только для того, чтобы морально осудить или обидеть, как раньше пользовались понятием пошлости. Им стали пользоваться и для того, чтобы заклеить человека, причислить его не просто к таким, кто живет неправильно, но к тем, чья жизнь враждебна новому порядку. То есть функция размежевания в личном и социальном плане дополнилась функцией размежевания в политическом плане и функцией маргинализации.

Примечательно, что понятие мещанства в ранней советской драматургии гораздо чаще употребляется адресно, нежели понятие пошлости в дореволюционной драматургии. Мещанами называют конкретных людей, и делают это нередко [9, «Акулина Петрова», «Константин Терехин»; 12, 92; 15, «Баня», 540; 19]. То же самое касается понятия пошлости. Пошляк уже не просто безобидный обыватель, чья жизнь эстетически и морально неприятна интеллигентам и богеме. Он бунтовщик и контрреволюционер, которому органически чуждо строение новой советской жизни, опасный и нежелательный человек [18]. Заметим, что синхронно с драматургией выступает и публицистика 1920-х гг.: есть работы, указывающие, что мещанство воспринималось в спайке с «мелкобуржуазностью» и «капиталистичностью» (см., например, [13, 294, 296]).

## Выводы

Понятие пошлости в рамках драматургии конца XIX — начала XX в. употреблялось главным образом представителями интеллигенции и богемы. Оно служило средством маркирования явлений, процессов, индивидов, считавшихся отрицательными и чуждыми. Можно предположить, что таким образом оно выступало средством укрепления социокультурных различий между индивидами и социальными группами. Понятие мещанства в корпусе изученных текстов фигурировало гораздо реже понятия пошлости и означало по большей части

принадлежность к социальной прослойке мещан. Однако подобная ситуация сохранялась лишь до революции 1917 г. С началом формирования советской культуры понятие пошлости сузило свои смысловые границы. Часть смыслов этого понятия перешло к понятию мещанства, которое превратилось из конкретного в метафорическое, расширило социальные границы своего функционирования, прекратив быть интеллектуальным орудием преимущественно персонажей, относимых к кругам интеллигенции и богемы. Понятие мещанства стало играть роль маркера, отмечавшего сторонников дореволюционного жизненного уклада, а значит, нелояльных к новой жизни и, что более важно, к новой власти. В 1920-е гг. теоретические конструкты мещанства и пошлости увеличили количество социокультурных функций: сохраняя за собой способность быть средством опознания «своих» и «чужих» в пределах определенной социальной группы, они стали средством опознания «своих» и «чужих» по отношению к новой советской власти, а также средством маргинализации неугодных новой власти индивидов и целых социальных групп.

- 
1. *Бойм С.* Общие места: Мифология повседневной жизни. М., 2002. 320 с.
  2. *Герцен А. И.* Концы и начала // Соч. : в 9 т. М., 1958. Т. 7. С. 461–535.
  3. *Горький А. М.* Заметки о мещанстве [Электронный ресурс]. URL: <http://gorkiy-lit.ru/gorkiy/articles/article-354.htm> (дата обращения: 12.04.2019).
  4. *Горький А. М.* О мещанстве [Электронный ресурс]. URL: <http://gorkiy-lit.ru/gorkiy/articles/article-159.htm> (дата обращения: 12.04.2019).
  5. *Горький А. М.* Мещане // Горький А. М. Детство. В людях. Мои университеты. Пьесы. М., 1984. С. 528–605.
  6. *Горький А. М.* Дачники [Электронный ресурс]. URL: <http://gorkiy-lit.ru/gorkiy/pesy/dachniki/dachniki-2.htm> (дата обращения: 12.04.2019).
  7. *Горький А. М.* Дети солнца [Электронный ресурс]. URL: <http://gorkiy-lit.ru/gorkiy/pesy/deti-solnca/deti-solnca.htm> (дата обращения: 12.04.2019).
  8. *Горький А. М.* Варвары [Электронный ресурс]. URL: <http://gorkiy-lit.ru/gorkiy/pesy/varvary/varvary-2.htm> (дата обращения: 12.04.2019).
  9. Забытые пьесы 1920–1930-х годов [Электронный ресурс] / сост., текстол. подг., вступ. ст., историко-реальный коммент., сведения о постановках пьес и биографиях авторов В. В. Гудковой. М., 2014. URL: <https://libking.ru/books/poetry-/dramaturgy/565428-tatyana-mayskaya-zabytye-pesy-1920-1930-h-godov.html> (дата обращения: 12.04.2019).
  10. *Зализняк А. А., Шмелев А. Д.* Пошлость // Логический анализ языка. Языки эстетики: Концептуальные поля прекрасного и безобразного. М., 2004. С. 221–230.
  11. *Иванов-Разумник Р. В.* История общественной мысли в России : в 2 т. Т. 2 : История общественной мысли в России. Индивидуализм и мещанство в русской литературе и жизни XIX века [Электронный ресурс]. СПб., 1911. URL: <https://tvereparhia.ru/biblioteka-2/i/2351-ivanov-razumnik-r-v/21559-ivanov-razumnik-r-v-istoriya-russkoj-obshchestvennoj-mysli-individualizm-i-meshchanstvo-v-russkoj-literature-i-zhizni-xix-v-tom-ii-1911> (дата обращения: 12.04.2019).
  12. *Катаев В. П.* Квадратура круга // Соч. : в 10 т. М., 1986. Т. 9. С. 83–138.
  13. *Лебедь Д. З.* Предисловие к сборнику статей и речей «О морали и партийной этике» // Партийная этика: (Документы и материалы дискуссии 20-х годов) / под. ред. А. А. Гусейнова и др. М., 1989. С. 293–296.
  14. *Левонтина И. Б.* Осторожно, пошлость! // Логический анализ языка. Языки эстетики: Концептуальные поля прекрасного и безобразного. М., 2004. С. 231–250.

15. *Маяковский В. В.* Сочинения : в 3 т. М., 1978. Т. 3. 576 с.
16. *Мережковский Д. С.* Грядущий хам // Интеллигенция — Власть — Народ. М., 1992. С. 81–105.
17. *Морозова О.* Мещанство и русская революция: судьба одного культурного стереотипа [Электронный ресурс] // Relga : науч.-культурол. журн. 2007. № 18 [163]. URL: <http://www.relga.ru/Enviroп/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2111&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 12.04.2019).
18. *Олеша Ю. К.* Заговор чувств [Электронный ресурс]. URL: <http://magazines.russ.ru/october/2004/5/olesh3.html> (дата обращения: 12.04.2019).
19. *Семенов С.* Наталья Тарпова [Электронный ресурс] // Маруся отравилась: секс и смерть в 1920-е : антология / сост. Дмитрий Быков. М., 2019. URL: <https://ekniga.org/proza/sovetskaya-klassicheskaya-proza/200640-marusya-otravilas-seks-i-smert-v-1920-e-antologiya.html> (дата обращения: 12.04.2019).
20. *Степанов Ю. С.* Мещанство // Константы : словарь русской культуры. 3-е изд. М., 2004. С. 679–683.
21. *Чехов А. П.* Сочинения : в 8 т. М., 1970. Т. 7. 448 с.

*Статья поступила в редакцию 19.04.2019 г.*

УДК 78.03 + 78.072.2(44) + 929 Чайковский

**О. Л. Девятова**

## **П. И. ЧАЙКОВСКИЙ О ФРАНЦУЗСКОЙ КУЛЬТУРЕ (на материале писем и критических статей композитора)**

Исследуется проблема творческих контактов П. И. Чайковского с французской культурой; анализируются письма и критические суждения великого композитора; делается вывод о значительном интересе русского гения к истории, литературе и музыке Франции, которые сыграли немалую роль в его художественном становлении.

К л ю ч е в ы е с л о в а: французская культура; музыка; композитор; литература; писатель; творчество; письмо; статья.

Проблема «Чайковский и французская культура» относится пока к числу недостаточно исследованных в музыкальной науке, хотя в целом ряде трудов о великом композиторе (Б. Асафьев, А. Альшванг, Е. Орлова, Н. Туманина, Е. Ручьевская, А. Климовицкий, Г. Белонович и др.), а также документальных изданий («Неизвестный Чайковский», под редакцией П. Е. Вайдман; переписка с Н. Ф. фон Мекк и т. д.) содержится немало важных материалов, сведений, фактов, свидетельствующих о постоянных контактах композитора с культурой Франции. Эти отношения Чайковского охватывают разные аспекты его творческой деятельности, включая

---

ДЕВЯТОВА Ольга Леонидовна — доктор культурологии, профессор, профессор кафедры культурологии и социально-культурной деятельности Уральского федерального университета (e-mail: sonare-9@inbox.ru).

© Девятова О. Л., 2019

композиторскую, концертную, личностно-биографическую, эпистолярную деятельность.

В данной статье мы обратимся к материалам эпистолярного и критического наследия композитора, на основе которых *в культурологическом ключе* постараемся выявить своеобразие восприятия композитором различных аспектов французской культуры.

Чайковский испытывал особый интерес к Франции и французской культуре, думается, здесь сказались французские гены композитора (со стороны матери, урожденной Ассиер). Дед Чайковского, Андрей Михайлович Ассиер, был французом-католиком. Еще мальчиком отец привез его из Пруссии в Россию в годы Великой французской революции. Дочь Андрея Михайловича, Александра Андреевна (мать Петра Ильича), воспитывалась в Патриотическом институте в Петербурге и имела хорошее образование, интересовалась искусством, читала французский журнал «Revue étrangère», собрала большую библиотеку. О своем французском происхождении Чайковский писал в письмах к своему другу и меценату Н. Ф. фон Мекк, говоря, что он «немножко француз».

Любовь к французской культуре стремилась привить Чайковскому и гувернантка-французенка Фанни Дюрбах, воспитывавшая будущего композитора с четырехлетнего возраста (1844–1848). Фанни научила его свободному владению французским языком и пробудила интерес к истории Франции, французской литературе, которую он впоследствии свободно читал в подлинниках. К Фанни Дюрбах Чайковский сохранил нежную любовь и привязанность до конца дней. Незадолго до смерти, в конце 1892 г., он посетил Монбельяр, город, где жила его обожаемая воспитательница, и провел в общении с ней несколько незабываемых дней, наполненных воспоминаниями о родном городе Воткинске и его обитателях. Фанни Дюрбах также всю жизнь хранила дорогие воспоминания о годах, проведенных в далеком уральском городке, в семье Чайковских, сберегла все детские тетради и трогательные письма будущего композитора, часть из них она уже после его смерти передала брату Модесту Ильичу Чайковскому [6, 3].

Особое отношение к французской культуре проявилось и в любви Чайковского к Парижу, в котором он бывал довольно часто, гулял по его улицам, посещал театры, концерты, в которых звучала музыка многих любимых им французских композиторов. «Это, без сомнения, самый чудный город из всех существующих, и в нем всегда ощущаешь какое-то неопределенное сознание изящного комфорта, полноты удовлетворения всех потребностей цивилизованного общества <...> Я с большим удовольствием брожу по Парижу, люблюсь им и этой блестящей жизнью...», — делился Чайковский с Н. Ф. фон Мекк в письме от 12 февраля 1879 г. (Париж) [4, кн. 2, 667]. «Ну как не любить Парижа? Ведь одна “Comedie” чего стоит! — писал он восторженно в другом письме. — Невозможно не восхищаться красотью праздничного Парижа. Я в совершенном восторге от электрического освещения; в нем есть что-то фантастически-преlestное...» (от 26 декабря 1878 г., Париж) [4, кн. 1, 616]. Особенно ценил Чайковский тот факт, что в Париже, как правило, с успехом оркестром под управлением дирижера Колонна исполнялись многие его сочинения — «Буря», «Франческа да Римини», Четвертая симфония

и др. В 1880-е гг. Чайковский неоднократно сам дирижировал оркестром, исполняющим его сочинения, эти выступления также имели значительный успех.

При создании оперы «Орлеанская дева» (1878–1879) Чайковский специально ездил в Париж, работал в библиотеках, изучая историческую литературу, посвященную героине французского народа Жанне д'Арк, любимой им с детства.

Внимание великого композитора привлекала и французская литература XVII–XVIII вв.: классицистские трагедии П. Корнеля, Ж. Расина, пьесы Ж. Б. Мольера. Живой интерес вызывали у него личность и творчество выдающегося просветителя Ж.-Ж. Руссо. В письме к Н. Ф. фон Мекк (от 27 февраля 1879 г.) он писал: «Я первый раз в жизни читаю “Les confessions” Руссо <...> не могу не изумляться, во-первых, поразительной силой и красотой его стиля и, во-вторых, *глубиной и правдивостью анализа человеческой души*. Кроме того, я испытываю невыразимое наслаждение, когда нахожу в его признаниях *черты собственной природы*, которых ни в каком литературном произведении я не встречал описанными с такой непостижимой тонкостью... (здесь и далее курсив мой. — О. Д.)» [4, кн. 2, 688–689].

Размышления Руссо, особенно касающиеся самочувствия философа в современном ему обществе, Чайковский проецировал на себя, о чем также писал Н. Ф. фон Мекк (в письме от 19 февраля 1879 г.), отмечая «дикарство» своей природы, невозможность чувствовать себя органично в обществе людей, ему чуждых и далеких: «Всю мою жизнь я был *мучеником* обязательных отношений к людям. По природе я *дикарь*. Каждое знакомство, каждая новая встреча с человеком незнакомым была для меня всегда источником сильнейших *нравственных мук* <...> Единый Бог знает, сколько я страдал от этого...» [4, кн. 2, 677–678]. Действительно, Чайковский всегда предпочитал общество тех людей, «перед которыми» он «мог быть самим собою». «Обществом человека можно наслаждаться, по-моему, только тогда, — писал он, — когда вследствие долголетнего общения и взаимности интересов (особенно семейных) *можно быть при нем самим собой*. Если этого нет, то всякое сообщество есть *тягость*, и *мой нравственный организм такой, что я этой тягости выносить не в силах*» [Там же, 679]. Понять эти свойства собственной природы Чайковскому помогло чтение «Исповеди» Руссо, созвучной его мировосприятию.

Продолжая литературный ряд впечатлений и интересов Чайковского, отметим далее, что Чайковский как композитор-романтик особенно любил французскую *романтическую* литературу XIX в., хотя отношение к ней было своеобразным. Так, неоднозначным было его восприятие творчества В. Гюго. С одной стороны, он уважал его «громадный талант», многие ранние произведения Гюго («Лукреция», «Эрнани», «Анжело») привлекали Чайковского «богатством драматических ситуаций и эффектами», но «Виктор Гюго новейшего времени, начиная с «безобразных “Отверженных”», ему «был невыносим». «У меня отвращение к его преувеличенным образам, его метафорам, противопоставлениям, его громким фразам, его вечной погоне за эффектами и в особенности к его лживости», — писал композитор [5, 233].

Это категоричное заявление Чайковского о Гюго (в письме к певцу Б. Б. Корсову от 14 ноября 1891 г., Майданово) особенно значимо потому, что подводит

нас к формулировке творческого и художественного *кredo* композитора: «В литературе я люблю только писателей, *полных правды*, — таковы Пушкин, Толстой, Шекспир, Гоголь, Диккенс, Теккерей, и только эти писатели или им подобные для меня ценны» [5, 233–234]. В этом высказывании выражено тяготение Чайковского к *реализму*, который в совокупности с *романтизмом* составил органичный синтез, определивший сущность его творческого метода, особенно в сочинениях позднего периода. Однако при всей приверженности к правде Чайковский не признавал сочинений, в которых описания реальных явлений даны в *натуралистической* манере. Этим объясняется его полное неприятие творчества Э. Золя, при безусловном признании таланта писателя. Натурализм Золя, в восприятии Чайковского, противоречил его пониманию *художественной правды* в искусстве, где главными для музыканта были принципы красоты, выражения настоящих искренних и глубоких чувств, эстетической соразмерности и изящества форм.

Иначе относился Чайковский к Ги де Мопассану. В письме к брату Модесту (от 4 января 1888 г., Гамбург) он писал: «Читал “P i e r r e e t J e a n”, новый роман M a u r a s s a n t. В первый раз от мопассановского романа плакал» [5, 205] (здесь и далее разрядка автора цитаты). В таком восприятии проявилась романтичность природы композитора, присущая ему тонкость и чуткость в понимании человеческих личностных переживаний, которые он сам с такой силой умел выразить в музыке.

Одним из самых любимых писателей Чайковского был Альфред Мюссе. В письме к Н. Ф. фон Мекк (от 14–17 августа 1878 г.) композитор, во время пребывания в ее имении в Браилове, восторженно писал, разбирая книги из библиотеки Надежды Филаретовны: «Между прочим, я нашел у Вас превосходное издание Musset, одного из любимейших моих писателей. Сегодня, перелистывая эту книгу, я увлекся драмой “Andre del Sarto” и так и просидел на полу, пока не прочел всю пьесу. Я до страсти люблю все драматические вещи Musset. Сколько раз я мечтал сделать либретто из какой-нибудь его комедии или драмы! Увы! По большей части они слишком французские, немислимые и теряющие всю свою прелесть, будучи переведены на чужой язык <...> Не постигаю, каким образом французские музыканты до сих пор не черпали из этого богатого источника» [4, кн. 1, 456]. В суждениях об Альфреде Мюссе он даже сравнивал писателя с Шекспиром: «Я опять возвращаюсь к Alfred’у Musset. Перечтите, друг мой, его “Comedies et proverbes” [“Комедии и пословицы”] <...> Особенно обратите внимание на “Caprices de Marianne” [“Каприз Марианны”], “Il ne faut pas badiner avec l’amour” [“С любовью не шутят”], и на “Carmosine” [“Кармозина”]. Скажите, не просится ли все это на музыку? До чего все это полно мыслей, остроумия; до чего все это глубоко прочувствовано; как это изумительно изящно! <...> И потом, как мне нравятся эти чисто *шекспировские анахронизмы*... Тщетной погони за локальной правдой у Мюссе вовсе нет, как и у Шекспира, но зато у него столько же *общечеловеческой, вечной и не зависящей от эпохи и местности правды*, как и у Шекспира. Только рамки его уже и полет несколько ниже. Но в общем едва ли кто из авторов, писавших для сцены, так близко подходил к Шекспиру...» [4, кн. 1, 457–458]. Именно этот *шекспировский метод реализма* был близок Чайковскому, и он во многом следовал ему в своих сочинениях. Особенно большое



впечатление на Чайковского произвела пьеса «Каприз Марианны». Он даже стал думать о том, «как бы ее приладить к оперному сценариуму» [4, кн. 1, 458]. Одним из нереализованных оперных замыслов Чайковского остался (из-за внезапной смерти композитора в 1893 г.) и сюжет известной драмы Мюссе «Кармозина», к которой, по воспоминаниям Г. Лароша, он собирался обратиться [2, 427].

Из французской романтической литературы его заинтересовала также проза Жорж Санд: «Материалу для чтения бездна. Я привез с собой несколько хороших книг, и в том числе “Histoire de ma vie” [«История моей жизни»] George Sand’a. Написана она довольно небрежно <...> Но зато много искренности, совершенное отсутствие рисовки и необыкновенно талантливое воспроизведение личностей, среди которых она провела свое детство...» [4, кн. 1, 455–456].

Привлекал Чайковского и современный французский театр, и французская драматургия. Он часто посещал, как отмечалось, театр «Комеди Франсез» и знакомился там с новинками французских драматургов. Чайковский был знатоком и высоким ценителем французских актеров. Известно, что именно по просьбе талантливого французского актера Люсьена Гитри (для его бенефиса) Чайковский в 1880-е гг. создал музыку к трагедии Шекспира «Гамлет».

Привлекала Чайковского и французская поэзия, которая вдохновила его на создание вокального цикла (6 французских песен (мелодий), 1888, оп. 65). Содержание избранных стихов отражало типичные для Чайковского романтические настроения и переживания: «Серенада», № 1 (Э. Тюркетти); «Серенада», № 3 («В ярком свете зари»; П. Коллен); «Разочарование», № 2 (П. Коллен); «Пускай зима...», № 4 (П. Коллен); «Слезы», № 5 (А. Бланшкот); «Рондель», № 6 (П. Коллен). Быть может, создание этого цикла стало воспоминанием и об утраченной юношеской любви композитора к французской певице Дезире Арто, к которой композитор навсегда сохранил добрые чувства. В молодости в письме к брату Модесту (ноябрь 1868 г., Москва) он с умилением и восторгом писал о ее искусстве: «...если б ты знал, какая певица и актриса Арто! Еще никогда я не бывал под столь сильным обаянием артиста, как в сей раз. И как мне жаль, что ты не можешь ее слышать и видеть. Как бы ты восхищался ее жестах и грацией ее движений и поз!» [5, 248, 252].

Особенно важен для нас вопрос об отношении Чайковского к музыкальной культуре Франции XIX в. Одним из любимых композиторов Чайковского был Гектор Берлиоз — представитель французского романтизма. В письмах Чайковский очень высоко оценивал сочинения Берлиоза разных жанров. Так, в письме к Н. Ф. фон Мекк (от 12 февраля 1879 г.) он с восторгом писал о «Фаусте» Берлиоза: «Что за беспримерно чудные вещи есть в этом “Фаусте”! <...> Некоторые места “Фауста”, и особенно эта поразительно чудная сцена на берегу Эльбы, принадлежат к перлам его творчества. Я с трудом сдерживал вчера во время этой сцены подступавшие к горлу рыдания. <...> Чувствуешь, слушая эту музыку, как охвачен был писавший ее поэтическим вдохновением, как он глубоко был потрясен своей задачей» [4, кн. 2, 666]. Берлиоза Чайковский считал «настоящим основателем программной музыки», «у которого каждое сочинение не только носит новый известный заголовок, но и снабжено подробным изъяснением, которое должно находиться в руках слушателей во время исполнения» [6, 106]. Во многом

Чайковский и сам следовал этому типу конкретной, образной программности (в частности, в симфонии «Манфред» и др.), хотя и трактовал ее по-своему, более обобщенно-философски. Своеобразным было его отношение к знаменитой «Фантастической симфонии» Берлиоза. В письме к Н. Ф. фон Мекк (от 19–20 февраля 1879 г., Париж) он делился своими впечатлениями: «Концертом Паделу я остался доволен. Симфония Берлиоза слушается с большим интересом. Однако ж я не скажу, чтобы это была одна из любимых моих вещей его. В ней много эффектов антихудожественных, чисто внешнего свойства; напр[имер], изображение грома посредством одних л и т а в р. Но вальс и марш прекрасны. Что касается главной темы, проходящей через всю симфонию и изображающей любимую женщину, то согласитесь, друг мой, что она слаба!...» [6, 117]. Эти слова свидетельствуют о весьма критичном отношении Чайковского даже к музыке любимого композитора. Тем не менее влияние оркестрового стиля Берлиоза и его «Фантастической симфонии» на Чайковского огромно, особенно оно ощутимо в музыке балетов, а также и в отдельных эпизодах симфоний (особенно «Манфред»). Достаточно сопоставить *тембральную* палитру «Фантастической симфонии» Берлиоза, ее «воздушные» арфообразные пассажи, певучее звучание струнных, переключки струнных и деревянных духовых, с аналогичными приемами, столь любимыми Чайковским, хотя и переинтонированными по-своему и представленными в другом художественном контексте.

Особым было отношение Чайковского к французской оперной культуре. Великого композитора привлекал Дж. Мейербер, создатель жанра «большой французской оперы». Его сочинения он с удовольствием слушал в Париже. В письме к Н. Ф. фон Мекк (от 24 декабря 1878 г., Париж) он признался в своих предпочтениях к «старым операм парижского репертуара», назвав оперы Дж. Мейербера «Гугеноты» и «Пророк», а также популярную тогда оперу Ф. Галеви «Жидовка» [5, 264]. Черты «большой французской оперы» в творчестве самого Чайковского ярче всего проявились в масштабных хоровых сценах оперы «Орлеанская дева».

Особую любовь питал Чайковский к музыке Ж. Бизе. Он высоко ценил его талант и был одним из первых, кто почувствовал *гениальность* оперы «Кармен» (он слушал оперу Бизе в Париже, в январе 1876 г.). Чайковский в письме к С. И. Танееву (от 2 января 1878 г., Сан-Ремо) прозорливо предсказал этому шедевру, который называл «прелестнейшей оперой нашего времени», большое будущее [6, 71]. Позднее, в письме к Н. Ф. фон Мекк (от 16–19 июля 1880 г.), он писал: «Вчера вечером я, дабы отдохнуть от своей собственной музыки <...> проиграл от начала до конца “Carmen” Bizet. По-моему, это в полном смысле *chef d’oeuvre*, т. е. одна из тех немногих вещей, которым суждено отразить в себе в сильнейшей степени музыкальные стремления целой эпохи» [Там же, 145–146].

Осмысляя «Кармен» в контексте современной ему оперной культуры, Чайковский отмечал тяготение многих композиторов (в том числе и русских) к внешним эффектам, к рассудочности и музыкальным изобретениям: «Такой процесс музыкального измышления, разумеется, чисто рассудочный, и поэтому современная музыка, будучи очень остроумна, пикантна и курьезна, — холодна, не согрета чувством» [6, 146]. Бизе, по мысли Чайковского, удалось избежать этой

рассудочности и создать вдохновенное, волнующее сочинение: «И вот является француз, у которого все эти пикантности и пряности являются не результатом выдумности, а льются свободным потоком, льстят слуху, но в то же время трогают и волнуют <...> Это обаятельно прелестно от начала и до конца; пикантных гармоний, совершенно новых звуковых комбинаций — множество, но все это не исключительная цель; Bizet — художник, отдающий дань веку и современности, но согретый истинным вдохновением» [6, 146].

Чайковского увлекал сам сюжет оперы, восхищала яркая драматургия, контрасты (особенно в финале). Он сочувствовал и сопереживал главным героям: «И что за чудный сюжет оперы! Я не могу без слез играть последнюю сцену; с одной стороны, народное ликование и грубое веселье толпы, смотрящей на бой быков; с другой стороны — страшная трагедия и смерть двух главных действующих лиц, которых злой рок, *fatum*, столкнул и через целый ряд страданий привел к неизбежному концу» [Там же]. Возвращаясь к общей оценке оперы Бизе, Чайковский написал подлинно *пророческие слова*: «Я убежден, что лет через десять “Carmen” будет самой популярной оперой в мире». Чайковский очень сожалел о провале оперы в Париже и ранней смерти ее автора, последовавшей вскоре после премьеры: «Но нет пророка в отечестве своем. “Carmen” в Париже настоящего успеха не имела. Bizet умер вскоре после ее постановки, бывши еще молодым и в цвете сил и здоровья. Кто знает, не успех ли так воздействовал на него?» [Там же]. Сразу напрашивается параллель с самим Чайковским, который умер вскоре после «неуспеха» его гениальной Шестой «Патетической» симфонии в Петербурге (через 9 дней после премьеры, 25 октября 1893 г.). Быть может, Чайковский также не смог пережить этого равнодушия публики, не понимая, почему она осталась холодной к сочинению, в которое он «вложил всю свою душу», а внезапная болезнь подорвала и без того слабые силы композитора и свела его в могилу.

Немалый интерес Чайковского вызывала и французская *лирическая опера* (А. Тома, Ш. Гуно, Ж. Массне). Так, он с интересом отнесся к опере Ж. Массне «Король Лагорский», клавиры которой купил и проигрывал на фортепиано (опера поставлена в Париже в 1878 г.). «...Его опера пленила меня необычайною прелестью фактуры, простотой и в то же время свежестью стиля и мыслей, богатством мелодий и особенною изящностью гармонии, причем нигде нет придуманности, оригинальничанья», — писал музыкант в письме к Н. Ф. фон Мекк (от 20 января 1879 г.) [4, кн. 2, 645]. Сравнивая оперу Массне с оперой Гольдмарка «Царица Савская», клавиры которой он также играл, Чайковский отдавал безусловное предпочтение французу: «Опера Гольдмарка мне нравится *очень мало*, как раз настолько, что ее можно проигрывать с интересом, ибо она написана все-таки хорошим немецким мастером» [Там же]. Здесь же Чайковский характеризовал *немецкую композиторскую школу*, сравнивая ее с французской и отмечая, что «...все современные немецкие мастера пишут тяжело, с претензией на глубину, с какой-то неумеренно колоритной кистью, которая тщетно старается скрыть бесконечной мазней поразительную бедность мыслей. Напр[имер], любовный дуэт 2-го акта. Как это невокально!. Как мало простора певцу, какие бесцветные темы! А между тем у Massenet любовный дуэт хотя гораздо проще, но зато в тысячу раз свежее, изящнее, мелодичнее. Гольдмарк

(как оперный композитор) оказывается исчадием Вагнера, то есть не в смысле проведения принципов Вагнера, а в смысле чисто музыкальном. Massenet такой же эклектик, как Гуно, то есть у него нет поразительной оригинальности, но зато он никому не подражает в особенности...» [4, кн. 2, 645–646].

К Шарлю Гуно Чайковский, безусловно, испытывал симпатию и высоко оценивал его мастерство, которому ему даже хотелось подражать. «...По моему крайнему разумению, Гуно — первоклассный мастер, если и не первоклассный творческий гений. В сфере оперы, я считаю, что, за исключением Вагнера, нет того живущего композитора, которому соперничество с Гуно было бы нипочем», — писал он в письме к В. Стасову (от 8 апреля 1877 г., Москва) [6, 50]. Сравнивая себя с Гуно, Чайковский скромно оценивал свое место: «Что касается меня, то я считал бы себя счастливейшим человеком, если б мог написать оперу, хотя бы наполовину столько же прекрасную, сколько прекрасна опера “Фауст”» [Там же]. Но, как известно, Чайковскому удалось создать свой жанр *русской лирической оперы* (лирические сцены в «Евгении Онегине» и др.), в котором он синтезировал европейские и русские оперные традиции (Р. Шуман, Ш. Гуно, М. Глинка, А. Даргомыжский, А. Рубинштейн).

С интересом отнесся Чайковский к опере А. Тома «Гамлет» (1868), оценку которой он дал в одной из своих критических статей, после премьеры оперы в Москве (1872). Обратимся к некоторым идеям и мыслям этой статьи, позволяющим ярче представить себе точку зрения Чайковского на оперного «Гамлета». Композитор писал о сложностях воплощения этого шекспировского сюжета, считая, что среди современных немецких композиторов «не нашлось до сих пор ни одного, который бы решился приступить к музыкальному воспроизведению этого великого типа *не только в оперной форме, но даже в симфонической*, более других родов музыки способной выразить ту *глубокую идею*, на которой Шекспир построил *бессмертный тип* своего датского принца» [7, 118]. В сравнении с немцами, по мнению Чайковского, «...легкомысленный француз, смотрящий на всякое драматическое произведение прежде всего с точки зрения его внешней эффектности, не станет долго задумываться над психологическими тонкостями Гамлета; он видит в нем лишь обыкновенного *трагического героя, мстителя* за смерть отца, *жертвующего* ради мщенья *любовью прекрасной Офелии*». В этих суждениях Чайковский фактически выразил содержательную суть не только либретто, но и всей оперы А. Тома, в которой Гамлет «утратил все свои характеристические черты и сделался лишь простым оперным героем...» [Там же].

Действительно, в опере А. Тома нет целого ряда шекспировских персонажей, существенно изменен финал. Во время похорон Офелии появляется тень отца Гамлета, которая распоряжается «судьбой действующих лиц, воздающей каждому по заслугам, заточающей королеву в монастырь, а Гамлету повелевающей царствовать...» [7, 119]. При всем этом, по мнению Чайковского, в опере есть немало выразительной мелодичной музыки, которая демонстрирует весьма высокое композиторское мастерство Тома. Чайковский особо выделил «весьма ловко, красиво построенный на певучей мелодии любовного характера...» дуэт Гамлета и Офелии в 1-м акте, который причислил к «наиболее удавшимся номерам как

по законченности формы его, так и, в особенности, по его весьма благодарной в вокальном отношении певучести». Одобрительно отнесся Чайковский и к сцене с тенью отца Гамлета (2-я картина 1-го акта), написанной «рукою опытного мастера, отлично знающего вокально-сценические оперные эффекты и умеющего в должной мере и кстати ими воспользоваться» [7, 119]. Особенно хвалил Чайковский музыку в партии Офелии, в частности, ее песенку во 2-м акте, которую он назвал «прелестной», «заимствованной композитором из народных скандинавских песен». В сцене безумия Офелии, музыку которой Чайковский в целом называл «водянисто-жиденькой», он правомерно выделил только балладу, «опять-таки почерпнутую из скандинавского песенного творчества, весьма богатого красивыми, несколько смахивающими на наши великорусские народные песни, мелодиями» [Там же, 121]. Последнее замечание очень значимо, так как это чутко уловленное родство сказалось в дальнейшем на теме Офелии и в его увертюре к «Гамлету».

В резюме оперы Тома Чайковский отметил как основной недостаток композитора «...отсутствие всякого подобия *самобытности*». По мнению критика, «музыка его сшита из пестрых лоскуточков Мейербера, Гуно, Верди, Обера и сшита настолько ловко, что вы не разбираете, где кончается одно заимствование и начинается другое. В ней нет страстных порывов несомненной талантливости, нет переходов от сильно прочувствованных драматических моментов к менее выдающимся музыкальным идеям и формам, у Амбруаза Тома все гладко, чисто, ровно — но зато и бедно...» [Там же, 122]. Единственно, что, по мнению Чайковского, «несколько выкупает недостаток фантазии в Тома, это его превосходная, колоритная, поистине художественная инструментовка». Наряду с этим Чайковский считал, что успех оперы у публики был обусловлен также тем, что партию Офелии пела великолепная певица Нильсон, для которой создавалась эта роль. Чайковский называл ее «неподражаемой, высокодаровитой артисткой», которая особенно прославилась исполнением партии Маргариты в опере Гуно «Фауст» [Там же]. Интересно, что впоследствии по предложению именно А. Тома, а также Э. Паладиля на заседании Парижской академии изящных искусств (15 ноября 1892 г.) Чайковский был избран почетным членом-корреспондентом de l'Institut de Paris.

В балетном жанре привлекательным для Чайковского было творчество Лео Делиба. С каким восторгом воспринял он новый балет Делиба «Сильвия» (1876)! Композитор поспешил назвать его сразу шедевром и с безжалостностью к самому себе противопоставил своему балету «Озеро лебедей» [«Лебединое озеро»], музыку которого счел значительно слабее делибовской. «Это действительно своего рода *chef d'oeuvre*. Автор этой музыки француз Leo Deslibes <...> Такого изящества, такого богатства мелодий и ритмов, такой превосходной инструментовки еще никогда не бывало в балетах. Без всякой ложной скромности я Вам скажу, что “Озеро лебедей” не годится и в подметки “Sylvi’и”. Я был совершенно очарован!» — писал он Н. Ф. фон Мекк (23 ноября 1877 г., Вена) [4, кн. 1, 119]. Надо ли говорить, насколько Чайковский, из-за своей невероятной требовательности к себе, ошибался, приняв за шедевр просто хороший балет и умалив значение своего подлинного, непревзойденного и поныне *шедевра*, который открыл новую эру не только в истории русского балета, но и мировой классики в целом.

С большой симпатией Чайковский относился к личности и творчеству К. Сен-Санса, с которым был знаком и вместе с которым был удостоен звания доктора музыки Кембриджского университета (весна 1893 г.).

В одном из писем к Н. Ф. фон Мекк (от 9 февраля 1883 г., Париж) Чайковский *обобщил* свои впечатления о состоянии французской музыкальной культуры, особо подчеркнув ее значимость для европейской культуры в целом: «...Я не столько увлекаюсь всей массой произведений, исходящих из новой французской школы, и каждым из композиторов в отдельности, сколько тем *веянием новизны и свежести*, которое вообще чувствуется теперь в музыке французов. Мне нравится их стремление к *эклектизму*, то *чувство меры*, которого они держатся, их готовность отстать от вековой *рутины*, но с тем, чтобы оставаться в пределах изящного» [4, кн. 3, 1468]. Далее Чайковский сравнил искания французской школы с русской и немецкой, не в пользу обеих, причем главным критерием для него являлось понятие *красоты*: «У них нет того безобразия, до которого у нас дошли некоторые авторы, вообразившие, что новизна и оригинальность состоит в попирании ногами всего, что до сих пор признавалось условием музыкальной красоты. Если же мы сравним новую французскую школу с тем, что теперь пишется в Германии, то нельзя, в самом деле, не признать, что у немцев музыка в страшном упадке и что дальше вечного переливания из пустого в порожнее элементов, внесенных Мендельсоном и Шуманом, с одной стороны, и Листом и Вагнером, с другой — они ничего не делают. Во Франции, напротив, слышится что-то новое и иногда очень интересное, свежее, сильное. Бизе, конечно, целой головой выше их всех, но все же Massenet, Deslibes, Guiriaux, Lalo, Godard, St. Saens и др. — люди с талантом и, главное, люди, во всяком случае, далекие от сухой, рутинной манеры современных немцев» [Там же].

Таким образом, мысли Чайковского о французской литературе, театре, музыке раскрывают как особенности самой культуры, своеобразие которой связано с эстетикой классицизма и Просвещения, романтизма и реализма, так и *романтическое* восприятие русским гением *творчества* французских писателей и композиторов с опорой на принципы *художественной правды и красоты*, соответствующие его универсальным композиторским устремлениям.

1. Белонович Г. П. И. Чайковский и французский драматический театр // Театр в жизни и творчестве П. И. Чайковского. Ижевск, 1985. С. 16–27.

2. Ларош Г. На память о Чайковском // Чайковский П. Музыкальные эссе и статьи. М., 2015. С. 427–429.

3. Неизвестный Чайковский / под ред. П. Е. Вайдман. М., 2009. 360 с.

4. П. И. Чайковский — Н. Ф. фон Мекк. Переписка : в 3 кн. М., 2004. Кн. 1 : 1876–1878 годы. 624 с.; Кн. 2 : 1879–1881 годы. 688 с.; Кн. 3 : 1882–1890 годы. 736 с.

5. П. И. Чайковский об искусстве : избр. фрагм. писем, заметок, статей. Ижевск, 1989. 368 с.

6. Чайковский П. Избранные письма / сост. и коммент. Н. Н. Синьковской. М., 2002. 455 с.

7. Чайковский П. Музыкальные эссе и статьи. М., 2015. 448 с.

УДК 159.955-055.1 + 159.955-055.2

**О. В. Путилова**  
**О. С. Виндекер**

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ РАЗУМНОСТИ В СВЯЗИ С БАЗОВЫМИ ЛИЧНОСТНЫМИ ЧЕРТАМИ**

В статье представлены результаты эмпирического исследования психологической разумности в связи с личностными чертами «большой пятерки» ( $n = 149$ ). Выявлена связь психологической разумности с экстраверсией, привязанностью, контролем и открытостью опыту. Обнаружена специфика взаимосвязи психологической разумности с базовыми личностными чертами у женщин, мужчин и в разновозрастных группах. Определено, что у женщин (средний возраст  $33,2 \pm 8,7$ ;  $n = 94$ ) показатели психологической разумности выше по сравнению с мужчинами (средний возраст  $33,9 \pm 10,1$ ;  $n = 55$ ). Участники с высшим образованием имеют более высокие показатели по шкале «Полезность обсуждения собственных переживаний с другими людьми», чем участники, не имеющие высшего образования. Различия между разными возрастными группами носят качественный, а не количественный характер. У участников старше 36 лет не обнаружена связь личностных черт с видением пользы обсуждения собственных переживаний с другими людьми.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** психологическая разумность; личностные черты «большой пятерки».

В настоящее время, в эпоху быстрых изменений во всех сферах жизни общества, каждый человек стремится также быстро решать поставленные перед ним задачи. Это относится и к решению психологических проблем. В связи с этим важны исследования, посвященные изучению личностных факторов, которые способствуют высокой эффективности психотерапии, психологического

---

ПУТИЛОВА Олеся Владимировна — магистрант департамента психологии Уральского федерального университета (e-mail: lesyasoltan@mail.ru).

ВИНДЕКЕР Ольга Сергеевна — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры педагогики и психологии образования Уральского федерального университета (e-mail: o.s.vindeker@urfu.ru).

© Путилова О. В., Виндекер О. С., 2019

консультирования и других видов психологической помощи. Д. Мармор в статье об универсальных факторах эффективной психологической помощи на первое место ставит взаимоотношения психолога и клиента. Автор отмечает, что и психолог, и клиент привносят в процесс психологического консультирования свои личностные особенности, которые в конечном итоге влияют на результат [2]. В психологических исследованиях последних лет отмечается, что одной из характеристик, отражающих степень доступности человеку его внутреннего опыта, содержание переживаний, насколько они ему интересны, в какой степени он эмоционально включен в построение образа «я», является психологическая разумность (Psychological mindedness) [S. A. Appelbaum, цит. по: 3, 95]. В клинической практике психологическая разумность традиционно рассматривалась в качестве важной предпосылки удачного прохождения психотерапии. Впоследствии на феномен психологической разумности свое внимание обратили и другие специалисты, деятельность которых не связана лишь с клинической практикой. В настоящее время психологическая разумность рассматривается как устойчивая личностная характеристика, оказывающая влияние практически на все сферы жизни человека (личную, семейную, учебную, профессиональную и т. д.).

**Определение психологической разумности.** В зарубежной литературе существует множество определений данного феномена. Наиболее часто авторы ссылаются на определение С. А. Аппельбаума (S. A. Appelbaum), согласно которому психологическая разумность — это «способность человека видеть связь между мыслями, чувствами и действиями с целью познания значений и причин этих переживаний и поведения» [цит. по: 12, 132].

С. Дж. Доллингер (S. J. Dollinger) и его коллеги (M. J. Reader, J. P. Marnett, B. Tylanda) определяют психологическую разумность как «способность читать между строк поведения» и отмечают, что она является важным навыком для профессионального психолога [9, 183]. Р. Л. Хэтчер (R. L. Hatcher) и С. Л. Хэтчер (S. L. Hatcher) утверждают, что психологическая разумность — это «способность достигать психологического понимания себя и других, основанная как на когнитивных, так и на эмоциональных навыках» [цит. по: 11, 9]. Б. А. Фарбер (B. A. Farber) отмечает, что психологическую разумность можно считать «чертой, которая основана на размышлении о значении и мотивации поведения, мыслей и чувств своих и других людей». Он также считает психологическую разумность центральным аспектом профессиональной и личной жизни психотерапевтов [10, 170].

Х. Р. Конте (H. R. Conte) с соавторами предложили следующее определение: «психологическая разумность — это черта личности, которая предполагает определенную доступность своих чувств, готовность понять себя и других, веру в пользу от обсуждения своих проблем, интерес к значению и мотивации собственных и чужих мыслей, чувств и поведения, а также способность к изменениям» [7, 254]. Авторы также разработали шкалу психологической разумности (Psychological Mindedness Scale, далее — ШПР), которая активно используется психологами и исследователями по всему миру.



В России конструкт психологической разумности начали изучать относительно недавно. М. А. Новикова и Т. В. Корнилова первыми апробировали ШПР на российской выборке и предложили ее модификацию [3]. Данный вариант включает несколько субшкал, соответствующих исходному содержанию понятия психологической разумности (см. ниже в описании методики исследования).

Как было описано выше, многие авторы сходятся во мнении, что психологическая разумность занимает особое место в психологической практике. Она является важной личностной чертой как клиента, так и психолога. Несмотря на это в России изучению данного конструкта уделяется недостаточно внимания. Так, в настоящее время в нашей стране нет однозначных данных о социально-демографических характеристиках психологической разумности и о том, насколько психологическая разумность обусловлена базовыми личностными чертами.

**Психологическая разумность и некоторые социально-демографические и психологические характеристики.** Среди исследователей нет единой точки зрения относительно связи психологической разумности и таких социально-демографических характеристик, как пол, возраст, уровень образования и профессиональная направленность.

К. Дж. Трюдо (K. J. Trudeau) и Р. Рейх (R. Reich) исследовали влияние пола, возраста и профессиональной направленности на уровень психологической разумности (студенты, обучающиеся на разных направлениях подготовки,  $n = 89$ ). Согласно полученным результатам, студенты-психологи получили более высокие баллы по ШПР, при этом не было выявлено связи пола и возраста с уровнем психологической разумности [16]. Об отсутствии данной взаимосвязи сообщают и Б. Дау (B. Daw), С. Джозеф (S. Joseph). Они проводили исследование на выборке психотерапевтов (10 мужчин и 38 женщин). В результате не было найдено корреляций уровня психологической разумности (ШПР) с полом и возрастом [8].

М. А. Шилл (M. A. Shill) и М. А. Ламли (M. A. Lumley) изучали психологическую разумность на выборке студентов-психологов ( $n = 397$ ). В ходе исследования не было выявлено значимых корреляций между возрастом и показателями ШПР. При этом женщины показали более высокие результаты ( $x_{cp} = 51,21$ ), чем мужчины ( $x_{cp} = 49,69$ ) за счет высоких показателей по шкалам «Вера в пользу обсуждения своих проблем» и «Интерес к значению и мотивации собственного и чужого поведения» [14, 139–140]. Ю. Такагиши (Y. Takagishi), М. Уйи (M. Uji), К. Адачи (K. Adachi) использовали ШПР на японской выборке (студенты колледжей: 173 юноши и 433 девушки, средний возраст  $19,3 \pm 3,5$ ). Согласно полученным данным, юноши набрали больше баллов по первому фактору японской версии ШПР («Вера в пользу обсуждения своих проблем»), чем девушки. Возможное объяснение этого результата, по мнению исследователей, состоит в том, что хотя юношам трудно показывать свои слабости другим из-за предполагаемой роли мужчин в обществе, когда они начинают обсуждать свои личные проблемы и получают положительные результаты, их вера в пользу обсуждения усиливается [15, 208].

В исследовании И. В. Арндачук на выборке из 85 подростков в возрасте 13–15 лет были выявлены различия в уровне психологической разумности между

юношами и девушками. Согласно полученным результатам, девушки отличались от юношей более выраженной психологической разумностью, особенно по шкалам «Заинтересованность в сфере субъективных переживаний» и «Открытость изменениям, даже если они сопряжены с риском». Автор приходит к выводу, что по сравнению с юношами девушки более тонко ощущают изменения в своих чувствах, осмысленней подходят к пониманию собственного поведения и проявляют интерес к мотивам поведения других людей [1].

В исследовании М. А. Новиковой и Т. В. Корниловой (студенты-психологи, 69 мужчин и 327 женщин, средний возраст — 19,4 года) было установлено, что по шкале «Заинтересованность в сфере субъективных переживаний» женщины оценивают себя выше, а по шкале «Желание и готовность обсуждать свои проблемы с окружающими» более высокие показатели оказались у мужчин [3].

Напротив, в исследованиях М. Бейтеля (M. Beitel), Е. Феррер (E. Ferrer) и Дж. Дж. Чечеро (J. J. Cecero) [6], А. М. Ибрагима (A. M. Ibrahim) и Б. С. Баккар (B. S. Bakkar) [13] различий в уровне психологической разумности между мужчинами и женщинами обнаружено не было.

Что касается изучения базовых личностных факторов психологической разумности, то исследований по данному вопросу не так много. В 2003 г. М. Бейтель (M. Beitel) и Дж. Дж. Чечеро (J. J. Cecero) исследовали связь психологической разумности (ШПР) с базовыми личностными чертами, которые определялись посредством пятифакторного опросника личности (NEO Five-Factor Inventory). В исследовании приняли участие 187 студентов, из них 135 женщин и 52 мужчины (возраст  $x_{cp} = 19,50 \pm 3,50$ ). Согласно результатам регрессионного анализа, лучшим предиктором психологической разумности стала открытость опыту, за которой следовали экстраверсия и эмоциональная стабильность [5, 166]. Результаты данного исследования натолкнули нас на мысль о проведении аналогичного исследования на российской выборке. Мы предположили, что такие черты, как экстраверсия, игривость и эмоциональная сдержанность, являются достаточно устойчивыми коррелятами психологической разумности.

**Методика исследования.** Эмпирическое исследование проходило с октября 2018 по февраль 2019 г. В исследовании приняли участие 149 человек: 55 мужчин в возрасте от 24 до 65 лет (возраст  $x_{cp} = 33,9 \pm 10,1$ ) и 94 женщины в возрасте от 18 до 62 лет (возраст  $x_{cp} = 33,2 \pm 8,7$ ). В качестве эмпирической базы исследования выступили банк «Точка», Институт по переподготовке и повышению квалификации Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, инженерная компания «Прософт-Системы».

Для исследования психологической разумности использовалась шкала психологической разумности в адаптации М. А. Новиковой и Т. В. Корниловой. Опросник состоял из 45 пунктов и имел пятифакторную структуру: (1) заинтересованность в сфере субъективных переживаний; (2) субъективная доступность сферы переживаний для понимания и анализа; (3) польза обсуждения собственных переживаний с другими людьми; (4) желание и готовность обсуждать свои проблемы с окружающими; (5) открытость изменениям, даже если они сопряжены с риском [3].

Для изучения базовых личностных черт использовался пятифакторный опросник личности в адаптации А. Б. Хромова. Опросник включал 150 фраз, оценки которых группировались в 25 биполярных первичных факторов, состоящих из 6 утверждений каждый, сгруппированных, в свою очередь, в 5 обобщенных факторов. Первый фактор — экстраверсия/интроверсия; второй — привязанность/отделенность; третий — контролирование/естественность; четвертый — эмоциональность/эмоциональная сдержанность; пятый — игривость/практичность [4]. Содержательно эти шкалы соответствуют описанным в литературе факторам «большой пятерки»: «нейротизм» (neuroticism), «экстраверсия» (extraversion), «открытость опыту» (openness to experience), «согласие» (agreeableness) и «сознательность» (conscientiousness).

Обработка данных осуществлялась посредством пакета программ Statistica 10.0. Для выявления различий между группами по полу, возрасту и образованию использовался *U*-критерий Манна — Уитни, для выявления взаимосвязей между переменными — коэффициент корреляции Спирмена ( $r_s$ ).

**Результаты и их обсуждение.** Результаты сравнительного анализа уровня психологической разумности у мужчин и женщин представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Сравнение уровня психологической разумности у мужчин и женщин**

Шкала	Пол	<i>n</i>	Среднее значение	Сумма рангов	$U_{эмп}$
Заинтересованность в сфере субъективных переживаний	Мужчины	55	21,02	3461,50	1921,50*
	Женщины	94	22,33	7713,50	
Психологическая разумность (итог)	Мужчины	55	82,96	3331,50	1791,50*
	Женщины	94	86,73	7843,50	

\* Здесь и в табл. 2–5: при  $p \leq 0,05$ .

Из представленных данных видно, что у женщин более высокие показатели по шкалам «Заинтересованность в сфере субъективных переживаний», «Субъективная доступность сферы переживаний для понимания и анализа» и по уровню психологической разумности в целом. Эти данные частично согласуются с результатами, полученными в исследовании И. В. Арндачук на выборке подростков [1], и с данными, полученными в исследовании М. А. Новиковой и Т. В. Корниловой на выборке студентов [3]. Таким образом, можно сделать вывод, что в нашей стране женщины склонны проявлять больший интерес к своим внутренним переживаниям, чем мужчины.

В ходе исследования не было выявлено значимых различий по уровню психологической разумности между двумя разновозрастными группами: зрелого возраста первого периода (22–35 лет у мужчин и 21–35 лет у женщин) и зрелого возраста второго периода (36–60 лет у мужчин и 36–55 лет у женщин).

Результаты сравнительного анализа уровня психологической разумности у испытуемых с высшим образованием ( $n = 128$ ) и участников, имеющих неоконченное высшее, среднее специальное, общее среднее и неполное среднее образование ( $n = 21$ ), представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Сравнение показателей психологической разумности  
в зависимости от уровня образования**

Шкала	Образование	$n$	Среднее значение	Сумма рангов	$U_{эмп}$
Польза обсуждения собственных переживаний с другими людьми	Высшее	128	17,73	10015,50	928,50*
	Другое	21	16,62	1159,50	

Согласно полученным данным, участники с высшим образованием имеют более высокие баллы по шкале «Польза обсуждения собственных переживаний с другими людьми» по сравнению с участниками, не имеющими высшего образования. По другим шкалам значимых различий не было обнаружено.

В табл. 3 представлены результаты взаимосвязи между психологической разумностью и базовыми личностными чертами.

Таблица 3

**Связь психологической разумности с базовыми личностными чертами**

Шкала	Экстраверсия (интроверсия)**	Привязанность (отделенность)	Контролирование (естественность)	Эмоциональность (сдержанность)	Игривость (практичность)
Заинтересованность в сфере субъективных переживаний	0,15	0,20*	0,01	0,37*	0,39*
Субъективная доступность сферы переживаний для понимания и анализа	0,17*	0,21*	0,36*	-0,20*	0,25*
Польза обсуждения собственных переживаний с другими людьми	0,20*	0,26*	0,17*	0,07	0,24*
Желание и готовность обсуждать свои проблемы с окружающими	0,19*	0,14	0,03	-0,19*	0,16*
Открытость изменениям, даже если они сопряжены с риском	0,34*	0,09	0,05	-0,08	0,43*
Психологическая разумность (итог)	0,34*	0,29*	0,19*	-0,01	0,49*

\*\* Здесь и в табл. 4–5: в скобках указано название фактора для низких значений по шкале.

Из представленных данных видно, что наличие таких черт, как экстраверсия (предполагающая общительность, оптимистичность, активность) и игривость (включающая любопытство, сенситивность, открытость опыту), позволяет человеку видеть больше пользы от обсуждения собственных переживаний с другими людьми, проявлять желание и готовность обсуждать свои проблемы с другими, лучше осознавать собственные переживания и быть открытым для изменений.

Участники с выраженной чертой привязанности, которая проявляется в социальной направленности, стремлении к сотрудничеству с другими, больше интересуются сферой субъективных переживаний, лучше осознают собственные переживания и видят пользу от обсуждения собственных переживаний с другими людьми.

Взрослые, обладающие такой чертой, как контролирование, которая проявляется в аккуратности, настойчивости, ответственности, самоконтроле и предусмотрительности, выше оценивают свою способность понимать и анализировать собственные переживания, а также видят пользу от обсуждения своих переживаний с другими людьми.

Наличие такой черты, как эмоциональная сдержанность (включает расслабленность, эмоциональный комфорт, самодостаточность, стабильность), позволяет лучше осознавать собственные переживания, а также проявлять желание и готовность обсуждать эти переживания с другими людьми.

В табл. 4 представлены данные о связи психологической разумности с базовыми личностными чертами у женщин ( $n = 94$ ) и мужчин ( $n = 55$ ).

Согласно полученным результатам, субъективная доступность сферы переживаний для понимания и анализа у мужчин связана со сдержанностью, т. е. эмоциональной зрелостью, устойчивостью и спокойствием. У женщин субъективная доступность сферы переживаний связана с такими чертами, как привязанность, контролирование и игривость. То есть чем больше выражена социальная направленность женщины, чем выше самоконтроль поведения, а также гибкость, любопытство и открытость, тем лучше она будет осознавать собственные переживания.

Больше пользы от обсуждения собственных переживаний будут видеть женщины, обладающие такой чертой, как игривость, которая проявляется в любопытстве, сенситивности, а также мужчины с выраженной экстраверсией.

У женщин желание и готовность обсуждать свои проблемы с окружающими связано с такой чертой, как эмоциональная сдержанность. То есть эмоционально зрелая и устойчивая женщина проявит большую готовность к обсуждению собственных переживаний. У мужчин желание и готовность обсуждать свои проблемы с другими не связаны с личностными чертами.

Общий показатель психологической разумности и у женщин, и у мужчин связан с экстраверсией и игривостью. Однако у женщин, в отличие от мужчин, психологическая разумность также связана с привязанностью и контролированием.

В табл. 5 отражена специфика связи психологической разумности с базовыми личностными чертами у участников зрелого возраста первого периода ( $n = 101$ ) и зрелого возраста второго периода ( $n = 43$ ).

Таблица 4

**Специфика связи психологической разумности  
с базовыми личностными чертами у женщин и мужчин**

Шкала	Заинтересованность в сфере субъективных переживаний	Субъективная доступность сферы переживаний для понимания и анализа	Польза обсуждения собственных переживаний с другими людьми	Желание и готовность обсуждать свои проблемы с окружающими	Открытость изменениям, даже если они сопряжены с риском	Психологическая разумность (итог)
Женщины						
Экстраверсия (интроверсия)	0,13	0,11	0,11	0,16	0,28*	0,28*
Привязанность (отделенность)	0,17	0,25*	0,24*	0,14	0,06	0,29*
Контролирование (естественность)	-0,02	0,42*	0,20	0,07	-0,03	0,25*
Эмоциональность (сдержанность)	0,34*	-0,19	0,19	-0,26*	-0,16	-0,07
Игривость (практичность)	0,36*	0,22*	0,23*	0,11	0,27*	0,42*
Мужчины						
Экстраверсия (интроверсия)	0,13	0,18	0,31*	0,22	0,39*	0,39*
Привязанность (отделенность)	0,14	0,05	0,28*	0,10	0,11	0,21
Эмоциональность (сдержанность)	0,32*	-0,33*	-0,15	-0,15	-0,05	-0,10
Игривость (практичность)	0,33*	0,20	0,25	0,23	0,68*	0,52*

Согласно представленным результатам, у участников до 36 лет было выявлено больше связей между разными аспектами психологической разумности и базовыми личностными чертами, чем у участников более старшего возраста.

Наиболее ярким отличием между двумя возрастными группами является то, что у участников старше 36 лет такой аспект психологической разумности, как польза обсуждения собственных переживаний с другими людьми, не связан с личностными чертами. Это может быть обусловлено тем, что в более старшем возрасте человек в большей степени ориентируется на собственный прошлый опыт в вопросе полезности обсуждения своих проблем с другими людьми.

Участники до 36 лет, обладающие такими чертами, как экстраверсия, привязанность, игривость, будут видеть больше пользы от обсуждения собственных переживаний с другими людьми.

Таблица 5

**Связь психологической разумности с базовыми личностными чертами у участников первого и второго периода зрелого возраста**

Шкала	Заинтересованность в сфере субъективных переживаний	Субъективная доступность сферы переживаний для понимания и анализа	Польза обсуждения собственных переживаний с другими людьми	Желание и готовность обсуждать свои проблемы с окружающими	Открытость изменениям, даже если они сопряжены с риском	Психологическая разумность (итог)
Первый период зрелого возраста (22–35 лет у мужчин и 21–35 лет у женщин)						
Экстраверсия (интроверсия)	0,15	0,15	0,23*	0,09	0,35*	0,32*
Привязанность (отделенность)	0,20*	0,28*	0,31*	0,16	0,06	0,33*
Контролирование (естественность)	-0,11	0,36*	0,14	0,03	0,01	0,12
Эмоциональность (сдержанность)	0,38*	-0,19	0,03	-0,27*	-0,09	-0,02
Игривость (практичность)	0,39*	0,24*	0,30*	0,06	0,42*	0,46*
Второй период зрелого возраста (36–60 лет у мужчин и 36–55 лет у женщин)						
Экстраверсия (интроверсия)	0,14	0,26	0,15	0,48*	0,33*	0,41*
Контролирование (естественность)	0,35*	0,16	0,12	-0,02	0,00	0,21
Игривость (практичность)	0,37*	0,33*	0,14	0,36*	0,56*	0,58*

Желание и готовность обсуждать свои проблемы с другими у участников младше 36 лет может определяться наличием такой черты, как эмоциональная сдержанность, а у участников более старшего возраста — наличием таких черт, как экстраверсия и игривость.

Субъективная доступность сферы переживаний для понимания и анализа у участников старше 36 лет связана с игривостью (любопытство, сенситивность), а у участников до 36 лет — с игривостью, привязанностью и контролированием.

В обеих возрастных группах общий показатель психологической разумности связан с экстраверсией и игривостью. Но у участников младше 36 лет психологическая разумность также связана с привязанностью, т. е. стремлением к сотрудничеству с другими, пониманием других. У участников более старшего возраста такая связь не была обнаружена.

### Выводы

В ходе исследования была выявлена связь между уровнем психологической разумности и некоторыми социально-демографическими характеристиками. Так, женщины показали более высокие результаты по шкале «Заинтересованность в сфере субъективных переживаний» и по уровню психологической разумности в целом. Участники с высшим образованием имеют более высокие показатели по шкале «Польза обсуждения собственных переживаний с другими людьми», чем участники, не имеющие высшего образования. Не было выявлено значимых различий в уровне психологической разумности среди участников двух возрастных групп (зрелого возраста первого периода и зрелого возраста второго периода).

Выдвинутая гипотеза о связи психологической разумности с личностными чертами (экстраверсией, открытостью опыту, эмоциональной сдержанностью) подтвердилась частично. Так, в ходе анализа были выявлены связи психологической разумности с экстраверсией и открытостью опыту. Эмоциональная сдержанность не связана с общим показателем психологической разумности, но обнаружила положительные корреляции с такими аспектами, как субъективная доступность сферы переживаний для понимания и анализа, а также с желанием и готовностью обсуждать свои проблемы с окружающими. В ходе исследования были также выявлены связи разных аспектов психологической разумности с другими базовыми чертами. Так, заинтересованность в сфере субъективных переживаний, помимо открытости опыту, связана с эмоциональностью и привязанностью. Субъективная доступность сферы переживаний связана со всеми чертами «большой пятерки». Видение пользы от обсуждения собственных переживаний с другими людьми связано со всеми базовыми чертами, кроме эмоциональности. Желание и готовность обсуждать свои переживания, а также открытость изменениям связаны с экстраверсией и открытостью опыту.

В ходе исследования была выявлена специфика связи психологической разумности с личностными чертами и типами рефлексии в подвыборках женщин, мужчин и в разновозрастных группах.

---

1. *Арендачук И. В.* Формирование информационно-коммуникативных потребностей подростков средствами массовой коммуникации как институтом социализации [Электронный ресурс] // Вестн. РУДН. Сер. : Педагогика и психология. 2016. № 1. С. 87–95. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_25774520\\_76788308.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_25774520_76788308.pdf) (дата обращения: 15.04.2019).

2. *Мармор Дж.* Психотерапевтический процесс: общие знаменатели различных подходов // Эволюция психотерапии. 1998. Т. 2. С. 117–130.

3. *Новикова М. А., Корнилова Т. В.* «Психологическая разумность» в структуре интеллектуально-личностного потенциала (адаптация опросника) [Электронный ресурс] // Психол. журн. 2014. Т. 35, № 1. С. 95–110. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_21279605\\_71718118.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_21279605_71718118.pdf) (дата обращения: 12.04.2019).

4. *Хромов А. Б.* Пятифакторный опросник личности : учеб.-метод. пособие. Курган, 2000. 23 с.

5. *Beitel M., Cecero J. J.* Predicting psychological mindedness from personality style and attachment security [Electronic resource] // Journal of Clinical Psychology. 2003. Vol. 59 (1). P. 163–172. URL: <http://ezproxy.urfu.ru:2238/ehost/pdfviewer/dfviewer?vid=0&sid=3f7d1c62-2196-4d35-b274-8609c9dade6b2%40sdc-v-sessmgr03> (accessed: 26.04.2019).



6. *Beitel M., Ferrer E., Cecero J. J.* Psychological mindedness and awareness of self and others [Electronic resource] // *Journal of Clinical Psychology*. 2005. Vol. 61 (6). P. 739–750. URL: <http://ezproxy.urfu.ru:2238/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=dc2d2f20-5a53-4437-9374-0591cfcacddb%40sessionmgr4010> (accessed: 26.04.2019).

7. *Conte H. R., Ratto R., Karasu T. B.* The Psychological Mindedness Scale: Factor structure and relationship to outcome of psychotherapy [Electronic resource] // *Journal of Psychotherapy Practice and Research*. 1996. Vol. 5. P. 250–259. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3330424/pdf/250.pdf> (accessed: 12.04.2019).

8. *Daw B., Joseph S.* Psychological mindedness and therapist attributes [Electronic resource] // *Counselling and Psychotherapy Research*. 2010. № 10 (3). P. 233–236. URL: <http://ezproxy.urfu.ru:2238/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=816ef2ad-9eb3-4c04-9067-1f1b19cfa4fb%40sessionmgr4006> (accessed: 06.05.2019).

9. *Dollinger S. J., Reader M. J., Marnett J. P., Tylenda B.* Psychological-mindedness, psychological-construing, and the judgment of deception [Electronic resource] // *Journal of General Psychology*. 1983. № 108. P. 183–191. URL: <http://ezproxy.urfu.ru:2238/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=54200b33-9349-4108-8066-24f1401391ad%40sdc-v-sessmgr02> (accessed: 06.05.2019).

10. *Farber B. A.* The genesis, development, and implications of psychological mindedness in psychotherapists [Electronic resource] // *Psychotherapy*. 1985. Vol. 22. P. 170–177. URL: [https://www.researchgate.net/publication/232510603\\_The\\_genesis\\_development\\_and\\_implications\\_of\\_psychological\\_mindedness\\_in\\_psychotherapists](https://www.researchgate.net/publication/232510603_The_genesis_development_and_implications_of_psychological_mindedness_in_psychotherapists) (accessed: 26.04.2019).

11. *Grant A. M.* Rethinking Psychological Mindedness: Metacognition, Self-reflection, and Insight [Electronic resource] // *Behaviour Change*. 2001. Vol. 18. P. 8–17. URL: [https://www.researchgate.net/publication/247830676\\_Rethinking\\_Psychological\\_Mindedness\\_Metacognition\\_Self-reflection\\_and\\_Insight](https://www.researchgate.net/publication/247830676_Rethinking_Psychological_Mindedness_Metacognition_Self-reflection_and_Insight) (accessed: 26.04.2019).

12. *Hall J. A.* Psychological-mindedness: A conceptual model [Electronic resource] // *American Journal of Psychotherapy*. 1992. Vol. XLVI. P. 131–140. <http://ezproxy.urfu.ru:2238/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=d8ce591d-8ce4-4ddc-b4f1-900e40caaabb%40sdc-v-sessmgr04> (дата обращения: 12.04.2019).

13. *Ibrahim A. M., Bakkar B. S.* The Impact of the Polarity of Questionnaire Items on Factor Structure and Measurement of the Underlying Trait: The Case of the Psychological mindedness Scale [Electronic resource] // *Journal of Educational & Psychological Sciences*. 2015. Vol. 16, № 3. P. 638–656. URL: [http://search.shamaa.org/PDF/Articles/BAJepsc/34JepscVol16No3Y2015/jepsc\\_2015-v16-n3\\_638-656\\_eng.pdf](http://search.shamaa.org/PDF/Articles/BAJepsc/34JepscVol16No3Y2015/jepsc_2015-v16-n3_638-656_eng.pdf) (accessed: 06.05.2019).

14. *Shill M. A., Lumley M. A.* The Psychological Mindedness Scale: Factor structure, convergent validity and gender in a non-psychiatric sample [Electronic resource] // *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*. 2002. № 75. P. 131–150. URL: <http://ezproxy.urfu.ru:2238/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=c721b787-7bd4-4ab9-a3d8-34feca336ecc%40sessionmgr4010> (accessed: 12.04.2019).

15. *Takagishi Y., Uji M., Adachi K.* Examining the factor structure of the Psychological Mindedness Scale in the Japanese population through exploratory and confirmatory factor analyses [Electronic resource] // *Japanese Psychological Research*. 2014. Vol. 56, No. 2. P. 201–209. URL: <http://ezproxy.urfu.ru:2238/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=f2403fc5-7cab-43a3-a6e2-a4120cce052c%40sessionmgr4006> (accessed: 06.05.2019).

16. *Trudeau K. J., Reich R.* Correlates of psychological mindedness // *Personality and Individual Differences*. 1995. Vol. 19, № 5. P. 699–704.

*Статья поступила в редакцию 29.05.2019 г.*

УДК 159.943-055.5/7 + 17.021.1-055.5/7

**И. А. Ершова  
М. А. Завьялова**

## **ЛИЧНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И СПОСОБЫ СОВЛАДАЮЩЕГО ПОВЕДЕНИЯ НЕВЕСТОК**

В статье представлены результаты исследования личностных характеристик (жизнестойкости, психологического благополучия, ситуативной тревожности, локуса контроля) и способов совладающего поведения (копинг-стратегий) невесток, положительно оценивающих свои отношения со свекровью ( $n = 39$ ), и невесток, отрицательно оценивающих свои отношения со свекровью ( $n = 31$ ). В исследовании проверялись следующие гипотезы: 1) существуют различия в личностных характеристиках и способах совладающего поведения у невесток, положительно оценивающих свои отношения со свекровью, и невесток, отрицательно оценивающих свои отношения со свекровью; 2) между женщинами, положительно оценивающими свои отношения со свекровью, и женщинами, отрицательно оценивающими свои отношения со свекровью, существуют различия в личностных характеристиках и способах совладающего поведения в зависимости от их возраста и стажа брака. По результатам исследования обе гипотезы были подтверждены.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** невестка; свекровь; личностные характеристики невесток; способы совладающего поведения невесток.

На смену традиционной модели семьи, веками остававшейся неизменной, в основе которой лежали отношения безусловного подчинения жены мужу, невестки свекрови, приходит новая модель, основанная на равноправии супругов. Дистанция с родительской семьей все более увеличивается. Современные супруги стремятся строить свою семью согласно собственным представлениям о том, какой она должна быть, не ориентируясь на мнение старших поколений. Значительную роль при этом играют процессы феминизации, характерные для современного социума: жены/невестки становятся все более независимыми в суждениях и поступках, отстаивают свои позиции в процессе взаимодействия с мужем и свекровью.

В научной литературе подробно анализируются различные аспекты супружеских взаимоотношений, однако в семье складываются отношения не только между мужем и женой, но и между супругами и их родственниками. Качество этих отношений имеет немаловажное значение для удовлетворенности супругов браком. При этом психологические аспекты межпоколенных взаимоотношений в расширенной семье остаются малоизученными. Одной из самых распространенных

---

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

ЗАВЬЯЛОВА Марина Анатольевна — магистр психологии, старший аналитик отдела воспитательной и социальной работы с личным составом ГУФСИН России по Свердловской области, г. Екатеринбург (e-mail: marina-zavjalova@mail.ru).

© Ершова И. А., Завьялова М. А., 2019

является проблема взаимоотношений свекрови и невестки, но лишь немногочисленные авторы обращаются в своих работах к рассмотрению данного вопроса. И. В. Кольцова справедливо отмечает, что «...в отечественной науке нет подробного и детального изучения и исследования отношений невесток и свекровей, только лишь упоминания о них, как о факторе, влияющем на жизнь семьи. Практически не встретить научно-психологических работ, посвященных отношениям в паре невестка — свекровь» [5, 95].

В процессе взаимодействия в диаде «невестка — свекровь» нередко возникают трудности и недопонимания. В научной литературе представлен ряд исследований, посвященных анализу причин натянутости во взаимоотношениях невесток со свекровями и конфликтов между ними.

По мнению Л. М. Тагалековой, «...большинство конфликтов зависит, с одной стороны, от недостаточного понимания невестки своей роли, а с другой стороны, нет четких дифференцированных представлений у свекрови ролей жены — матери — свекрови, которые она совмещает. Важно осознание свекровью границ общения между собственной семьей и молодой семьей сына, т. е. осознание и уважение свекровью прав молодой семьи, сына в частности, на самостоятельность и ответственность за свою семью, поступки, решения» [9, 186].

Удовлетворенность женщины браком зависит в том числе и от характера взаимоотношений со свекровью. При этом, по данным Л. В. Куликова и Д. К. Петровой, свекрови в большей степени удовлетворены отношениями с невесткой, чем невестки отношениями со свекровями [6].

Самой частой причиной конфликтов невестки называют ревность, борьбу свекрови за внимание сына [5, 7]. Т. В. Андреева и Л. Н. Савина подчеркивают, что в ситуации конфликта между невесткой и свекровью существенное значение имеет то, какую позицию занимает муж (он же сын): «мамин сын», «подкаблучник», «сторонний наблюдатель», «буфер» [2, 322]. Последняя позиция может способствовать стабилизации и нормализации отношений между двумя женщинами.

А. Н. Байкулова считает, что конфликтогенность общения свекрови и невестки связана с факторами кровного/некровного родства, несовпадения этикетных традиций, семейных устоев, с конфликтом поколений, иерархией семейных отношений, социально-психологическими особенностями коммуникантов (склонность к семейному лидерству, завышенная самооценка, агрессивность, вспыльчивость, амбициозность, властность, неумение управлять собственными эмоциями и др.) [3].

Сложности во взаимоотношениях с родителями одного или обоих супругов являются одной из основных причин конфликтов между мужем и женой [1]. По данным 2017 г., 14 % супружеских пар распадается из-за того, что не могут найти общий язык с родителями мужа или жены [4]. Согласно исследования Л. А. Хачатрян, конфликт невестки со свекровью выступает одной из причин развода супругов. По мнению автора, «...свекровью сегодня достаточно часто оказывается сравнительно молодая дама. Ей сложно признать невестку, которая имеет высшее образование, хорошо оплачиваемую работу, обладает независимым характером. Объектом заботы и внимания у них оказывается один и тот же

мужчина. И свекровь начинает находить аргументы, доказывающие сыну, что его женитьба — ошибка, что невестка не достойна его. Он же, оказавшись в ситуации выбора: мать или жена, предпочитает жене мать» [10, 93].

Ряд авторов обращает внимание на то, что с увеличением стажа брака отношение невесток к свекровям изменяется. Так, И. В. Кольцова, изучив стратегии поведения в конфликтных ситуациях, которые используют невестки, приходит к выводу о том, что с увеличением брачного стажа растет предпочтение невестками «избегающего» и «приспосабливающегося» стилей в конфликте со свекровью [5]. А. Ю. Маленова приводит данные о том, что женщины, прожившие в семье мужа более 5 лет, чаще демонстрирует взаимопонимание, эффективность общения со свекровью, отмечая ее положительные черты, чем женщины, прожившие со свекровью менее продолжительное время [8].

Тем не менее сложности, возникающие во взаимодействии с родственниками, нередко становятся для супругов стрессогенным фактором пролонгированного действия, требующим активизации их психических ресурсов. Способность противостоять стрессовой ситуации зависит от врожденных и приобретенных психологических характеристик человека.

С целью изучения личностных и поведенческих особенностей невесток, положительно оценивающих свои отношения со свекровью, и невесток, отрицательно оценивающих свои отношения со свекровью, было проведено исследование, в котором приняли участие 70 женщин в возрасте от 18 до 58 лет. Исходя из цели исследования, в выборочной совокупности выделено две группы респондентов. В первую группу вошли женщины, положительно оценивающие свои отношения со свекровью (39 чел.), из них 56,4 % (22 чел.) — в возрасте 18–32 лет, 43,5 % (17 чел.) — в возрасте 33–58 лет; 66,7 % (26 чел.) состоят в браке менее 10 лет, 33,3 % (13 чел.) состоят в браке более 10 лет.

Вторую группу составили женщины, отрицательно оценивающие свои отношения со свекровью (31 чел.), из них 42,0 % (13 чел.) — в возрасте 18–32 лет, 58,0 % (18 чел.) — в возрасте 33–58 лет; 38,7 % (12 чел.) состоят в браке менее 10 лет, 61,3 % (19 чел.) состоят в браке более 10 лет.

Были выдвинуты две гипотезы:

1. Существуют различия в личностных характеристиках и способах совладающего поведения у невесток, положительно оценивающих свои отношения со свекровью, и невесток, отрицательно оценивающих свои отношения со свекровью.

2. Между женщинами, положительно оценивающими свои отношения со свекровью, и женщинами, отрицательно оценивающими свои отношения со свекровью, существуют различия в личностных характеристиках и способах совладающего поведения в зависимости от их возраста и стажа брака.

Для проверки гипотез использовались следующие методики: методика «Самооценка тревожности» Ч. Д. Спилбергера, в адаптации Ю. Л. Ханина (шкала ситуативной тревожности); опросник «Способы совладающего поведения» Р. Лазаруса и С. Фолкмана, в адаптации Т. Л. Крюковой, Е. В. Куфтяк, М. С. Замышляевой; тест жизнестойкости С. Мадди, в адаптации Д. А. Леонтьева, Е. И. Рассказовой; шкала психологического благополучия К. Рифф, в адаптации Н. Н. Лепешинского;

опросник «Локус контроля» Дж. Роттера. Обработка результатов производилась с помощью  $U$ -критерия Манна – Уитни, позволяющего выявить различия между группами респондентов.

Между женщинами, положительно оценивающими свои отношения со свекровью, и женщинами, отрицательно оценивающими свои отношения со свекровью, не обнаружено достоверных различий в показателях жизнестойкости, большинства копинг-стратегий и локуса контроля. Результаты сравнительного анализа показателей по шкалам применявшихся методик у невесток, положительно оценивающих свои отношения со свекровью, и невесток, отрицательно оценивающих свои отношения со свекровью, представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Результаты сравнительного анализа показателей  
по шкалам применявшихся методик у двух групп респондентов**

Шкала	Невестки, положи- тельно оцениваю- щие свои отноше- ния со свекровью	Невестки, отрица- тельно оцениваю- щие свои отноше- ния со свекровью	Значение показателя Манна – Уитни ( $U_{амп}$ )
Ситуативная тревожность	38	42	<b>202,5**</b>
Поиск социальной поддержки	8	10	<b>452*</b>
Положительные отношения с другими	66	57,8	<b>382,5**</b>
Автономия	58,2	53,6	<b>457*</b>
Управление окружением	64	58,5	<b>423,5*</b>
Цель в жизни	66,7	59,6	<b>401**</b>
Самопринятие	64,9	58,3	<b>405,5**</b>
Психологическое благополу- чие (интегральный показатель)	383,8	347,7	<b>396,5**</b>

\* Для уровня значимости  $p < 0,05$  ( $U_{кр} = 464$ ).

\*\* Для уровня значимости  $p < 0,01$  ( $U_{кр} = 407$ ).

Достоверные различия были обнаружены в показателях ситуативной тревожности, копинг-стратегии «поиск социальной поддержки» и показателях по шкалам психологического благополучия. Следовательно, для группы женщин, отрицательно оценивающих свои отношения со свекровью, в большей степени характерно ощущение напряжения, чувство беспокойства, проявление нервозности; они более ориентированы на поиск информационной, эмоциональной и действенной поддержки, привлечение внешних (социальных) ресурсов; в меньшей степени склонны к доверительным отношениям с окружающими, менее самостоятельны и независимы, не обладают достаточной властью и компетентностью для управления своим окружением, их жизнь менее наполнена смыслом, им сложнее позитивно относиться к себе, принимая не только свои достоинства, но и недостатки.

Таким образом, гипотеза о существовании различий в личностных характеристиках и способах совладающего поведения у невесток, положительно оценивающих свои отношения со свекровью, и невесток, отрицательно оценивающих свои отношения со свекровью, подтвердилась.

Был проведен сравнительный анализ показателей по шкалам применявшихся методик внутри каждой группы невесток с учетом их возраста и стажа брака. Результаты сравнительного анализа представлены в табл. 2 и 3.

Таблица 2

**Результаты сравнительного анализа показателей женщин, положительно оценивающих свои отношения со свекровью, с учетом их возраста и стажа брака**

Подгруппы женщин	Планирование решения проблемы	Позитивные отношения
Возраст, лет: 18–32 33–58	8 11	62,57 69,17
* $p < 0,05$ ( $U_{кр} = 128$ ) ** $p < 0,01$ ( $U_{кр} = 104$ )	$U_{эмп} = 105,5^*$	$U_{эмп} = 127,5^*$
Стаж брака, лет: меньше 10 больше 10	8 11	63,5 69,85
* $p < 0,05$ ( $U_{кр} = 113$ ) ** $p < 0,01$ ( $U_{кр} = 90$ )	$U_{эмп} = 111,5^*$	$U_{эмп} = 116,5$

Женщины старше 32 лет и состоящие в браке более 10 лет, положительно оценивающие свои отношения со свекровью, чаще применяют стратегию «планирование решения проблемы», чем женщины этой же группы, но более молодого возраста и с меньшим стажем брака. Позитивные отношения с окружающими более характерны для женщин старше 32 лет. Таким образом, терпимость, принятие и эмпатия, которые обуславливают стремление выстраивать хорошие отношения с окружающими, в том числе со свекровью, в данной группе в большей степени присущи женщинам старше 32 лет, а рациональность, взвешенность, планирование собственных действий с учетом объективных условий, прошлого опыта и имеющихся ресурсов — женщинам старше 32 лет, со стажем брака более 10 лет.

В группе невесток, отрицательно оценивающих свои отношения со свекровью, выявлены достоверные различия между показателями женщин, относящихся к разным возрастным подгруппам, по шкалам «личностный рост», «цель в жизни», «самопринятие», «психологическое благополучие», «принятие риска». У женщин моложе 32 лет более выражена потребность в личностном росте и понимание своих целей в жизни. Они знают и принимают как свои положительные качества, так и отрицательные, ощущают себя целостной личностью. Кроме того, они более склонны к риску. Между показателями женщин, относящихся к разным подгруппам в зависимости от стажа брака, достоверные различия выявлены по шкалам «конфронтация», «личностный рост» и «цель в жизни». Для женщин, состоящих

в браке менее 10 лет, более характерно решение проблем за счет осуществления конкретных действий, направленных на изменение ситуации, либо эмоциональное негативное реагирование в связи с возникшими трудностями. Они могут проявлять несдержанность и нетерпимость в отношении других, в том числе свекрови. Среди женщин данной группы невестки со стажем брака менее 10 лет в большей степени стремятся к самостоятельности, ориентированы на саморазвитие, самоутверждение, открыты новому опыту, имеют убеждения, определяющие смысл жизни, намерения и цели в жизни на длительную перспективу, чем невестки со стажем брака более 10 лет.

Таблица 3

**Результаты сравнительного анализа показателей женщин, отрицательно оценивающих свои отношения со свекровью, с учетом их возраста и стажа брака**

Подгруппы женщин	Конфронтация	Личностный рост	Цель в жизни	Самопринятие	Психологическое благополучие	Принятие риска
Возраст, лет: 18–32	8	66,1	63,2	63,5	369,8	20,3
33–58	8	55,5	55,8	54,6	330,3	17
* $p < 0,05$ ( $U_{кр} = 75$ ) ** $p < 0,01$ ( $U_{кр} = 59$ )	$U_{эмп} = 104,5$	$U_{эмп} = 58,0^{**}$	$U_{эмп} = 70,5^*$	$U_{эмп} = 59,5^{**}$	$U_{эмп} = 69,5^*$	$U_{эмп} = 73,5^*$
Стаж брака, лет: меньше 10	9	64,4	61,9	60,2	356,4	18,6
больше 10	6	52,9	54,2	55,4	331,8	18,0
* $p < 0,05$ ( $U_{кр} = 72$ ) ** $p < 0,01$ ( $U_{кр} = 56$ )	$U_{эмп} = 66,5^*$	$U_{эмп} = 50,0^{**}$	$U_{эмп} = 69,5^*$	$U_{эмп} = 82,0$	$U_{эмп} = 85$	$U_{эмп} = 106$

Таким образом, существуют различия в личностных характеристиках и способах совладающего поведения между женщинами в зависимости от их возраста и стажа брака, как в группе невесток, положительно оценивающих свои отношения со свекровью, так и в группе невесток, отрицательно оценивающих свои отношения со свекровью. Следовательно, подтверждена и вторая гипотеза нашего исследования.

Выявленные различия в исследуемых характеристиках у невесток с разным отношением к свекрови могут быть учтены специалистами при оказании психологической помощи невесткам, у которых со свекровью складываются напряженные или конфликтные взаимоотношения. Изучение личностных характеристик и способов совладающего поведения свекровей позволит расширить представления о психологических особенностях субъектов взаимоотношений в диаде «невестка — свекровь».

2. *Андреева Т. В., Савина Л. Н.* Расширенная семья: психологические аспекты взаимоотношений невестки и свекрови // *Ананьевские чтения — 2000 : тез. науч.-практ. конф. / под ред. А. А. Крылова.* СПб., 2000. С. 320–322.
3. *Байкулова А. Н.* Факторы дисгармонии в общении некровных родственников, свекрови и невестки: пути урегулирования конфликтного взаимодействия // *Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М. А. Кормилицыной.* Саратов, 2014. Вып. 14. С. 39–54.
4. *Ершова И. А., Пермякова М. Е., Вильгельм А. М.* Основные направления консультативной работы с семьей. Екатеринбург, 2018.
5. *Кольцова И. В.* Особенности взаимоотношений в диаде «свекровь — невестка» и пути выхода из конфликтных ситуаций // *Современные научные исследования и разработки.* 2018. № 7 (24). С. 94–99.
6. *Куликов Л. В., Петрова Д. К.* Чувственные характеристики взаимоотношений свекрови и невестки // *Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология.* 2018. Т. 3, № 2 (10). С. 167–190.
7. *Куликов Л. В., Петрова Д. К.* Представления невесток и свекровей об их межличностных взаимоотношениях // *Ананьевские чтения — 2015. Фундаментальные проблемы психологии : тез. науч.-практ. конф. / отв. ред. В. М. Аллахвердов.* СПб., 2015. С. 308–309.
8. *Маленова А. Ю.* Особенности отношений молодых женщин с собственной матерью и матерью супруга в патрилокальных семьях // *Наука о человеке: гуманитарные исследования.* 2013. № 1 (11). С. 114–122.
9. *Тагалекова Л. М.* Причины возникновения конфликтных ситуаций в диаде «свекровь — невестка» (на примере карачаевского этноса) // *Нравственное воспитание в современном мире: психологический и педагогический аспект : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф.* 2017. Ч. 2. С. 185–188.
10. *Хачатрян Л. А.* Развод — оборотная сторона брака // *Вестн. Перм. ун-та. Философия. Психология. Социология.* 2010. № 1 (1). С. 79–98.

*Статья поступила в редакцию 20.05.2019 г.*



УДК 159.922.6 + 159.9.072.432

Т. Б. Сергеева  
Н. С. Глуханюк  
Г. И. Борисов

## ЛИЧНОСТНАЯ МОБИЛЬНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА В ПОЖИЛОМ ВОЗРАСТЕ\*

Статья посвящена проблеме личностной мобильности человека в пожилом возрасте. Определены методологические основания исследования мобильности, выделены и описаны характеристики мобильности как индивидуального свойства и как готовности к мобильному поведению, представлена гипотетическая типология жизненных стратегий в пожилом возрасте, складывающихся в результате реализации различных уровней личностной мобильности.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** пожилой возраст; личностная мобильность; индивидуальные свойства; готовность к мобильному поведению; жизненная стратегия.

### Введение в проблему

Динамично изменяющиеся условия жизни ставят перед человеком задачи коммуникации с представителями разных социальных, профессиональных, этнических групп; адаптации к информационным потокам, к напряженности и высокой конкуренции на рынке труда. Успешное решение этих задач требует от личности психологической активности, гибкости, готовности к самоизменению и к изменениям окружающей среды. Перечисленные характеристики объединяются в интегративном качестве субъекта — его мобильности.

Изучение мобильности вышло за рамки социально-экономического подхода, в настоящее время данный конструкт приобрел статус междисциплинарного. В исследованиях выделяются социальная, профессиональная, культурная, социокультурная мобильность, а также личностная, которая лежит в основе перечисленных видов, определяя уровень и траекторию их развития [7]. Если рассматривать мобильность как качество, проявляющееся в процессе деятельности человека, то должна существовать специфика структуры и функционирования данного феномена в зависимости от различных возрастных задач, решаемых субъектом деятельности.

---

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-013-00431 «Личностная мобильность как предиктор сохранения профессионального здоровья в пожилом возрасте».

СЕРГЕЕВА Тамара Борисовна — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры общей и социальной психологии Уральского федерального университета (e-mail: tamara.2005@mail.ru).  
ГЛУХАНЮК Наталья Степановна — доктор психологических наук, профессор, профессор кафедры управления персоналом и психологии Уральского федерального университета (e-mail: profi.n@mail.ru).

БОРИСОВ Георгий Игоревич — ассистент кафедры общей и социальной психологии Уральского федерального университета (e-mail: georgy.borisov@urfu.ru).

© Сергеева Т. Б., Глуханюк Н. С., Борисов Г. И., 2019

Цель данной статьи — анализ характеристик личностной мобильности в пожилом возрасте. Последний отрезок жизни человека вызывает особый интерес по ряду причин. Первая — увеличение числа и доли пожилых людей. Вторая связана с характеристикой этого временного отрезка как периода уязвимости и риска, когда способности ослабевают, и человек сталкивается с множеством потерь (здоровья, работы, супруга). Основной вопрос при исследовании старения заключается в том, насколько соответствует действительности этот негативный стереотип. Еще одна причина интереса к старению — разногласия среди ученых, которые обусловлены методологическими трудностями изучения развития в пожилом возрасте и сравнения лиц, находящихся на разных этапах жизненного пути. И самыми животрепещущими на данный момент остаются проблемы поиска общих теоретико-методологических оснований изучения феноменов пожилого возраста.

### **Методологические основания исследований позднего возраста**

Мы не пытаемся дать исчерпывающую информацию о состоянии и развитии возрастано-психологических исследований. Наш интерес сконцентрирован не столько на описании тех или иных теорий и концепций, сколько на осмыслении возникающих вопросов, которые уже стоят или должны стоять в центре внимания ученых под влиянием изменяющихся отношений человека к реальности и требований социума к человеку. Одной из таких проблем является активность в позднем возрасте.

Проблема позднего возраста не является сферой компетенции одной науки, она предполагает междисциплинарное исследование многими отраслями человекознания. Несмотря на значительный объем информации о феноменах позднего возраста и представленность идеи о необходимости интегративного подхода, работ, носящих действительно комплексный характер, пока мало. Не выявлена направленность и сущностная характеристика процесса трансформации позднего возраста в современном обществе; не в полной мере осмыслены его дифференциальные характеристики; не определены специфические адаптивные стратегии пожилых людей (в том числе и «молодых пожилых») и, что самое главное, отсутствуют конвенциональные теоретико-методологические основания анализа данных явлений. Таким образом, проблема заключается в неэксплицированности адекватных современному этапу развития методологических оснований изучения позднего возраста.

Рассмотрим основные направления понимания процесса старения и его исследования в современной психологической науке. Все более утверждается точка зрения, согласно которой старение не может быть определено как простая инволюция, угасание или регресс, скорее это продолжающееся становление человека, включающее многие приспособительные и компенсаторные механизмы. Причем люди позднего возраста вынуждены приспосабливаться не только к новой ситуации вовне, но и реагировать на изменения в самих себе.

В настоящее время в области психологии старения можно выделить четыре вида исследований. Описательные исследования, основанные на феноменологическом уровне знания, — они позволяют выдвигать, а не проверять гипотезы. Исследования экспериментальной манипуляцией в зарубежной психологии (в отечественной психологии такие эксперименты чаще известны под названием «контролирующие») — эти исследования направлены на изучение феномена, или явления, характерного для позднего возраста, и выполняются на уровне качественной теории с применением математического аппарата для анализа и объяснения количественных закономерностей. Культурно-генетические исследования — в процессе этих исследований изучаются проблемы, связанные не столько с психическими особенностями пожилых людей, сколько с отношением к пожилым и старым людям со стороны общества, с реакцией пожилых людей на выход на пенсию и др. Формирующий эксперимент или стратегия вмешательства — это еще один вид исследований в психологии старения, обозначающий планируемое действие. Представленные виды исследований старения не исчерпывают всего их многообразия [6].

Несмотря на неопределенность, нам удалось выделить основные методологические и теоретические положения в исследовании процессов старения: это концепция гетерохронности зрелости (физической, гражданской, умственной, профессиональной и др.); несводимость гетерохронности процессов старения только к генотипическим и вообще биологическим причинам, ее социальная детерминированность; исследование процесса старения, включая весь онтогенез человека в контексте жизненного пути как истории формирования личности в определенном обществе, современника определенной эпохи, сверстника определенного поколения [5]. Именно на данные базовые положения мы опираемся в изучении личностной мобильности в пожилом возрасте, конкретизируя их при разработке экспериментального дизайна.

### **Модель личностной мобильности в пожилом возрасте**

В литературе используется как термин «личностная мобильность», так и термин «мобильная личность». Распространенным является их отождествление и взаимозаменяемость. Т. Ю. Артюхова одной из первых обратилась к разработке конструкта «мобильная личность». Она выделяет такие характеристики данного феномена, как активность, пластичность, открытость, стремление к самоактуализации, которые позволяют сохранить целостность при изменяющихся условиях. Мобильная личность определяется автором как «...личность, восприимчивая к внешним воздействиям, не закрытая, способная к изменениям исходя из информации, которая поступает извне... Это открытая психологическая система, обладающая изменяющимися личностными характеристиками, которые обеспечивают изменение структуры личности по требованию ситуации без деструктивных изменений» [4, 97–98].

Наиболее последовательную модель личностной мобильности можно найти в работах Л. А. Амировой. Автор характеризует мобильность как определенный

тип реагирования на окружающую действительность, как экзистенциальную ориентацию личности, представленную в ее структуре в виде ценностно-смыслового конструкта, продуцирующего в отдельные моменты жизни типы, уровни мобилизации, адекватные требованиям среды. «Выступая как интегративное личностное качество, этот особый тип реагирования детерминирован не только социальными факторами, но и биологически заданными, генетически закрепленными аспектами» [2, 59].

Л. А. Амирова отмечает, что выделяется потенциальная и актуальная мобильность. Актуальная мобильность проявляется в деятельности субъекта. Она связана с динамикой развития мотивационного компонента и выражается в мобилизации внутренних ресурсов: активности, психических процессов, волевых процессов, мобилизации когнитивно-содержательного, компетентностного, рефлексивного компонентов, самоактуализации профессионально значимых качеств. В структуре потенциальной мобильности автор выделяет также мотивационную готовность, креативность и биопсихологический компонент, включающий темперамент и адаптационные свойства личности [3].

Исследования мобильности в зарубежной психологии малочисленны. Личностная мобильность не является самостоятельным предметом исследования, но изучаются содержательно близкие конструкты, такие как карьерная мобильность, психологическая гибкость, когнитивная пластичность, активность в ее различных формах (профессиональная, досуговая, физическая). Остановимся на ряде исследований, релевантных обозначенной в статье проблеме. Лонгитюдное исследование карьеры, проведенное под руководством S. A. Stumpf, показало, что мобильность на более ранних этапах профессионального развития предопределяет мобильность на более поздних этапах [23]. Эти результаты созвучны и данным отечественных исследователей.

Психологическая гибкость понимается в работах как способность перестраиваться под изменяющиеся ситуативные потребности, перестраивать психические ресурсы, менять перспективу, уравнивать конкурирующие потребности и жизненные сферы [19]. Психологическая гибкость определяется как целостный конструкт, образованный взаимосвязью шести характеристик среднего уровня: принятие (acceptance), когнитивная диффузия (cognitive defusion), самоконтроль (self-as-context), контакт с настоящим (contact with the present moment), ценности (values), совершенные действия [17]. В данной концепции под характеристиками среднего уровня понимаются конструкты, которые являются маркерами для использования поведенческих принципов в теории и практике [25]. Что касается проявлений психологической гибкости в профессиональной деятельности, то исследования показали, что она коррелирует с широким диапазоном характеристик, связанных с работой, и прогнозирует их в долгосрочной перспективе. Психологическая гибкость у пожилых людей изучается в контексте пищевого поведения [22], физической активности [18].

Другой сходной характеристикой мобильности является когнитивная пластичность, которая рассматривается как потенциал обучения в позднем возрасте и одновременно как необходимое условие психологического благополучия [16].

Авторы отмечают, что когнитивная пластичность в позднем возрасте является тренируемой характеристикой. Доказано, что физические тренировки и компьютерные тренажеры улучшают когнитивную пластичность и способствует повышению качества жизни [11]. Однако данные тренировки не учитывают индивидуальные особенности пожилых людей, поскольку носят массовый характер [12].

Связанной с мобильностью характеристикой является открытость опыту. Открытость опыту в пятифакторной модели личности рассматривают как «когнитивное исследование и взаимодействие с информацией». Она имеет положительную связь с общим показателем интеллекта и креативностью [26]. Данные исследования G. Tess, T. Nettelbeck, C. Wilson показывает, что открытость опыту способствует успешному старению. Пожилые люди, имеющие большую открытость опыту, обладают хорошей кратковременной и долговременной памятью и лучшими навыками повседневного функционирования [24]. Исследование профессиональной мобильности и ее взаимосвязи с открытостью опыту, проведенное С. Nieß, Н. Zacher, позволило установить, что открытость опыту не только предопределяет профессиональную мобильность, но и изменяется при смене должности, например, при переходе с руководящей должности на должность работника [20].

Неотъемлемый атрибут мобильности — активность. Известно, что мотивацией к активности в позднем возрасте является удовлетворение потребностей в любви, привязанности, уважении, самоудовлетворении [9]. Доказывается, что необходимым условием мобильности в пожилом возрасте становится физическая активность [21]. Исследования Е. Vagrega-Algarin показывают, что физическая активность у пожилых людей коррелирует с более высоким уровнем самооценки, с улучшением социальной ситуации, а также лучшей коммуникабельностью [10]. Открытость опыту в позднем возрасте способствует повышению физической активности через принятие позитивных сторон стереотипов о старении, положительное отношение к собственному старению и более высокую самооценку физического состояния [14].

Значимым видом активности в позднем возрасте является профессиональная активность. Включенность в профессиональную деятельность имеет положительную корреляцию с состоянием здоровья [8]. Кроме физической и профессиональной значимой является досуговая активность. Чем большее внимание уделяется отдыху, тем выше уровень активного старения и чувство психологического благополучия, которое авторы определяют как успешное старение [13]. Досуговая активность способствует общей и социальной активности, снижает риск возникновения деменции. Однако данный защитный эффект авторы рассматривают как кратковременный, который будет сохраняться от 1 до 5 лет [15]. У людей позднего возраста с высоким уровнем досуговой активности на 41 % меньше риск возникновения когнитивных нарушений, чем у людей с низкой досуговой активностью [27].

Анализ отечественных и зарубежных подходов к изучению личностной мобильности, ее аналогов и коррелятов показал, что исследования непротиворечивы, согласуются друг с другом и позволяют определить *личностную*

*мобильность* как интегративное качество, базирующееся на индивидуальных свойствах и проявляющееся в поведении и деятельности субъекта. В исследовании личностной мобильности в пожилом возрасте нами были выделены три вектора изучения: 1) мобильность как индивидуальное свойство, составляющее природное ядро личностной мобильности и включающее в себя активность, пластичность, гибкость, адаптивность, высокий энергоресурс; 2) готовность к мобильному поведению, включающая целеустремленность, самостоятельность, способность анализировать свой и чужой опыт, открытость новому опыту, способность передавать свой опыт, грамотную временную организацию своей жизни, сохранность (и расширение) социальных связей, мотивацию к саморазвитию и самоизменению, готовность к освоению возраст-временных изменений, активно-положительное отношение к жизни в позднем возрасте; 3) мобильность как жизненная стратегия, которая представляет собой уникальное сочетание двух предшествующих измерений.

Для геронтопсихологических работ типологический подход к проблемам старости и старения является распространенным. В работах этих направлений описываются стратегии адаптации к старости, типологии старости и стариков, выделяются более и менее конструктивные стратегии. К. А. Абульханова-Славская выделяет три признака стратегии жизни. Первый — выбор основного для человека направления, способа жизни, определение ее главных целей, этапов их достижения и их соподчинение. Второй признак — решение противоречий жизни, достижение своих жизненных целей и планов. Третий признак стратегии — творчество, созидание ценности своей жизни, соединение своих потребностей со своей жизнью в виде ее особых ценностей [1].

Мобильная стратегия в пожилом возрасте — это способ успешно интегрироваться в современную быстро меняющуюся жизнь. Она не является идеальной стратегией освоения возраст-временных изменений, может включать в себя признаки неконструктивных действий и не привести пожилого человека к наиболее благоприятному варианту жизни в поздней взрослости, обозначаемому в отечественной литературе как «счастливая старость». В таблице кратко представлены девять типов жизненной стратегии, складывающихся в результате реализации различных уровней мобильности как индивидуального свойства (активность, пластичность, адаптивность, эргичность) в сочетании с готовностью к мобильному поведению.

При высоком уровне готовности к мобильному поведению даже пожилые люди с невысоким природным потенциалом активности и пластичности могут успешно интегрироваться в социальную среду, осваивать новые сферы и формы деятельности, ощущать удовлетворенность жизнью и реализованность. С другой стороны, высокая выраженность поведенческих проявлений мобильности (особенно в сочетании с соответствующими индивидуальными свойствами) может быть сопряжена с отрицанием возраста, неприятием старения, интолерантным отношением к нему. «Мобильный» тип жизненной стратегии в ряде случаев препятствует решению нормативных задач возраста, связанных с освоением возраст-временных изменений.

**Типы жизненной стратегии в пожилом возрасте  
в зависимости от индивидуальных свойств мобильности  
и готовности к мобильному поведению**

Уровни мобильности как индивидуального свойства	Уровни готовности к мобильному поведению		
	низкий	средний	высокий
Низкий	<p>«<i>Пассивный</i>» Низкая эффективность деятельности. Отсутствие интереса к освоению нового. Ограниченный спектр сфер жизненной активности. Ограниченность или утрата социальных связей. Принятие старения как неизбежного процесса. Неудовлетворенность жизнью, жизнь в прошлом</p>	<p>«<i>Приспособительный</i>» Эффективность в основном виде деятельности. Освоение новых видов деятельности при условии внешнего стимулирования. Поддержание социальных контактов в силу необходимости. Средний уровень готовности к освоению возрастнo-временных изменений, ориентация на самосохранение</p>	<p>«<i>Преодолевающий</i>» Эффективность в разных видах деятельности. Выраженная мотивация саморазвития и освоения новых сфер деятельности. Широкий круг социальных контактов. Высокая степень затрат внутренних энергоресурсов в деятельности и общении. Готовность к освоению возрастных изменений, развитая способность к компенсации</p>
Оптимальный	<p>«<i>Эгоцентричный</i>» Ситуативная эффективность в деятельности. Реализация активности в давно выбранной сфере, консерватизм и нежелание изменений. Сохранение устоявшихся социальных связей, эгоцентрическая центрация в общении. Низкая готовность к освоению возрастнo-временных изменений, неудовлетворенность жизнью</p>	<p>«<i>Оптимальный</i>» Высокая эффективность в разных видах деятельности. Готовность осваивать новые сферы деятельности, наличие жизненной перспективы. Поддержание социальных контактов, эффективная коммуникация. Готовность к освоению возрастных изменений</p>	<p>«<i>Активный</i>» Высокая эффективность в разных видах деятельности. Выраженное стремление осваивать новые формы и сферы деятельности, стремление к саморазвитию, наличие жизненной перспективы. Широкий и постоянно расширяющийся спектр социальных контактов. Низкая готовность к освоению возрастнo-временных изменений, неприятие старения</p>
Высокий	<p>«<i>Активный эгоцентричный</i>» Характеристики как у эгоцентричного типа при более конфликтном взаимодействии с социальной средой,</p>	<p>«<i>Успешный</i>» Стремление осваивать новые сферы деятельности. Включение в различные сферы социально-взаимодействия.</p>	<p>«<i>Мобильный</i>» Успешность во всех видах деятельности. Постоянное стремление к саморазвитию, освоению нового, сверхнормативная активность.</p>

Окончание таблицы

Уровни мобильности как индивидуального свойства	Уровни готовности к мобильному поведению		
	низкий	средний	высокий
	претензии к окружающим, неадекватный уровень притязаний	Средний уровень готовности к освоению возраст-но-временных изменений, отрицание старения. Удовлетворенность жизнью	Активное включение в социальное взаимодействие. Низкая готовность к освоению возраст-но-временных изменений, отрицание старения. Удовлетворенность жизнью

При низкой готовности к мобильному поведению пожилой человек пытается сохранить привычный образ жизни, не меняя ничего в себе и формах своей деятельности. В сочетании с индивидуальным уровнем активности и адаптивности это может приводить к разным вариантам неудовлетворенности жизнью — от пассивного принятия, происходящего без каких-либо планов и перспектив на будущее, до активной конфронтации с окружающими, не желающими соответствовать ожиданиям субъекта «эгоцентричной» жизненной стратегии.

Предлагаемая типология является гипотетической и в настоящий момент проходит эмпирическую верификацию. Возможно, одним из результатов станет объединение качественно близких типов и выделение вариантов внутри отдельных стратегий. Типы личностной мобильности лиц второго периода зрелости и пожилых людей в рамках данного исследования анализируются в контексте формы профессиональной занятости и сохранения профессионального здоровья.

Поскольку целью нашего проекта является поиск характеристик личностной мобильности в пожилом возрасте в контексте занятости человека, исследовательский дизайн планируется на основе субъектно-деятельностного и событийно-биографического подходов, которые позволяют уловить взаимосвязи активности субъекта в жизни в целом и в профессиональной жизни в частности. В качестве основной исследовательской стратегии предполагается сравнение групп разного возраста с разной формой занятости — работающие предпенсионного возраста, работающие пенсионеры и неработающие пенсионеры. Метод поперечных срезов на количественно репрезентативных выборках позволит обнаружить достоверные различия по выделенным исследовательским маркерам, установить основные показатели и провести эмпирическую проверку модели личностной мобильности.

1. Абульханова-Славская К. А. Стратегия жизни. М., 1991.

2. Амирова Л. А. Диалектика биологического и социального в процессе формирования мобильной личности // Вестн. ОГУ. 2004. № 1. С. 59–64.

3. Амирова Л. А. Развитие профессиональной мобильности педагога в системе дополнительного образования : дис. ... д-ра пед. наук. Уфа, 2009. 401 с.



4. Артюхова Т. Ю. Психологические характеристики мобильной личности // Международный журнал экспериментального образования. 2012. № 7. С. 96–98.
5. Глуханюк Н. С., Гершкович Т. Б. (Сергеева Т. Б.) Поздний возраст и стратегии его освоения. 2-е изд., доп. М., 2003.
6. Козлов А. А. Старость: социальная разобщенность или целостность? (Теории и традиции западной социальной геронтологии) // Мир психологии. 1999. № 2. С. 80–96.
7. Проскура О. В., Герасимчук И. Ю. Понятие мобильности. Виды мобильности. Академическая мобильность // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2014. №. 13. С. 94–98.
8. Aguilar-Parra J. M. et al. Influence of occupation on daily life and leisure activities on the health of the elderly // Psychology Society & Education. 2016. № 2. P. 135–147.
9. Agustina Diaz F. et al. Motivation In The Old Age: Realization Of Activities After Retirement // Eureka-Revista Cientifica De Psicologia. 2015. № 1. P. 49–60.
10. Barrera-Algarin E. Physical Activity, Self-Esteem And Social Situation Of The Elderly // Revista De Psicologia Del De-Porte. 2017. Vol. 26. P. 10–16.
11. Bherer L. Cognitive plasticity in older adults: effects of cognitive training and physical exercise // Annals of the New York Academy of Sciences. 2015. № 1. P. 1–6.
12. Bürki C. N. et al. Individual differences in cognitive plasticity: an investigation of training curves in younger and older adults // Psychological Research. 2014. № 6. P. 821–835.
13. Cuenca-Amigo M., Valle Doistua R. S. S. del. The Importance Of Leisure As A Basis For Active And Successful Ageing // Revista De Psicologia Del Deporte. 2016. Vol. 25. P. 79–84.
14. Emile M. et al. Aging stereotypes and active lifestyle: Personal correlates of stereotype internalization and relationships with level of physical activity among older adults // Psychology of Sport and Exercise. 2014. № 2. P. 198–204.
15. Eriksson Sörman D. et al. Leisure activity in old age and risk of dementia: a 15-year prospective study // J. of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences. 2013. № 4. P. 493–501.
16. Gonzalez-Aguilar M. J., Grasso L. Cognitive plasticity in successful ageing: con-tributions from a learning potential assessment // Estudios de Psicología. 2018. № 2–3. P. 324–353.
17. Hayes S. C. et al. What is acceptance and commitment therapy? // A practical guide to acceptance and commitment therapy. Boston, 2004. P. 3–29.
18. Kangasniemi A. et al. Mindfulness Skills, Psychological Flexibility, And Psychological Symptoms Among Physically Less Active And Active Adults // Mental Health and Physical Activity. 2014. №. 3. P. 121–127.
19. Kashdan T. B., Rottenberg J. Psychological Flexibility As A Fundamental Aspect Of Health // Clinical Psychology Review. 2010. №. 7. P. 865–878.
20. Nieß C., Zacher H. Openness to experience as a predictor and outcome of upward job changes into managerial and professional positions [Electronic resource] // PloSone. 2015. №. 6. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4482250/> (accessed: 09.05.2018).
21. Pan L. Y. et al. Trajectories Of Physical Activity And Risk Factors Among Taiwanese Older Adults // International J. Of Behavioral Medicine. 2015. №. 1. P. 62–69.
22. Sairanen E. et al. Psychological flexibility and mindfulness explain intuitive eating in overweight adults // Behavior Modification. 2015. №. 4. C. 557–579.
23. Stumpf S. A. A longitudinal study of career success, embeddedness, and mobility of early career professionals // J. of Vocational Behavior. 2014. №. 2. P. 180–190.
24. Tess G., Nettelbeck T., Wilson C. Openness to experience, intelligence, and successful ageing // Personality and Individual Differences. 2010. №. 8. P. 895–899.
25. Vilardaga R. et al. Creating a strategy for progress: A contextual behavioral science approach // The Behavior Analyst. 2009. №. 1. P. 105–133.
26. Vuyk M. A., Krieshok T. S., Kerr B. A. Openness to experience rather than over excitabilities: Callitlikeitis // Gifted Child Quarterly. 2016. №. 3. P. 192–211.
27. Zhu X. et al. Leisure activities, education, and cognitive impairment in Chinese older adults: a population-based longitudinal study // International Psychogeriatrics. 2017. Vol. 29, №. 5. P. 727–739.

## ДИАГНОСТИКА СКЛОННОСТИ К АСОЦИАЛЬНОМУ ПОВЕДЕНИЮ С ПОМОЩЬЮ НАБЛЮДЕНИЯ ЗА ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ЭКСПРЕССИЕЙ ПРИ ПРЕДЪЯВЛЕНИИ СТИМУЛОВ МОРАЛЬНОГО СОДЕРЖАНИЯ

В статье описывается методика, предназначенная для диагностики склонности к асоциальному поведению путем наблюдения за эмоциональной экспрессией испытуемых при предъявлении эмоционально насыщенных зрительных стимулов морального содержания. По результатам наблюдения делаются выводы о силе, интенсивности и адекватности эмоциональных переживаний и чувств испытуемого. Изучение валидности методики показало, что она уверенно дифференцирует такие контрастные группы испытуемых, как правопослушные граждане и лица, совершившие преступление: по сравнению с «обычными» гражданами у осужденных наблюдается выраженное снижение эмоционального отклика в ответ на эмоционально заряженные стимулы.

**Ключевые слова:** асоциальное поведение; эмоции; эмоциональная экспрессия; моральные чувства; наблюдение.

**Актуальность работы.** Проблема диагностики склонности к асоциальному (и его крайней степени — антисоциальному) поведению является актуальной для различных областей профессиональной деятельности практических психологов. Перед психологами стоят такие задачи, как изучение склонности к асоциальному поведению у подростков с целью его профилактики и коррекции [7], оценка профессиональной пригодности кандидатов на службу в правоохранительные органы [8], прогноз потенциала ресоциализации и риска рецидивов противоправного поведения у преступников [6] и т. д.

В свою очередь, для изучения склонности к асоциальному поведению необходимы надежные психодиагностические инструменты.

В настоящее время наибольший удельный вес при изучении склонности к различным видам асоциального поведения занимает психологическое тестирование, в основном при помощи вербальных методик самоотчета — опросников. Эти инструменты достаточно просты и удобны в проведении и обработке полученных данных. Однако им присущи определенные недостатки, главным из которых является риск установочного поведения испытуемых, особенно в экспертных ситуациях [3]. Поэтому представляется перспективным более активно обращаться к другим методам исследования личности, входящим в арсенал современной психологии. В данной статье в качестве одного из таких методов рассматривается наблюдение.

**Цель** исследования — разработка методики, предназначенной для диагностики склонности к асоциальному поведению с помощью наблюдения.

---

РАСПОПИН Евгений Владимирович — кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии служебной деятельности и педагогики Уральского юридического института МВД России, г. Екатеринбург (e-mail: ev73@mail.ru)

© Распопин Е. В., 2019

## Общие характеристики методики

**Цель методики** — диагностика склонности к асоциальному поведению с помощью наблюдения за особенностями эмоциональной экспрессии испытуемого при просмотре эмоционально насыщенных зрительных стимулов морального содержания. Методика направлена на оценку силы, качества и адекватности эмоций и чувств испытуемого. Может применяться для решения практических задач и при проведении прикладных исследований в области изучения эмоциональной и морально-нравственной сферы личности.

**Теоретические основания методики.** В качестве теоретических оснований методики выступили результаты исследований К. Кила [4], согласно которым мозговая активность преступников-психопатов отличается от мозговой деятельности «обычных» людей. В ходе проведенных исследований К. Кил показал, что психопаты не обнаруживают эмоциональных реакций на стимулы, которые вызывают эмоциональный отклик у людей без криминальных наклонностей. Проанализировав полученные результаты, К. Кил пришел к выводу, что психопаты отличаются эмоциональной «глухотой», дефицитом моральных чувств, что выражается в отсутствии способности к сопереживанию, сочувствию, эмпатии. В свою очередь, такая бесчувственность объясняет, почему психопаты с легкостью причиняют моральную и физическую боль другим людям, не испытывая при этом каких-либо сожалений. Это послужило предпосылкой к разработке методики наблюдения за эмоциональной экспрессией в ситуациях предъявления эмоционально насыщенных зрительных стимулов, обращенных к моральным чувствам испытуемого [2].

Таким образом, в рамках предложенной методики в качестве одного из ведущих факторов, определяющих склонность к асоциальному поведению, рассматривается эмоциональное уплощение испытуемого, его неспособность к переживанию моральных чувств.

**Состав методики.** Методика состоит из двух основных блоков.

1. Стимульный материал в виде фотографий различного содержания:

1) фотографии отрицательного содержания на темы: алкоголизм, бедность и болезнь, дети — жертвы насилия, насилие над личностью (в семье, на улице), насилие над животными, фашизм (по 5 фотографий на каждую тему);

2) фотографии положительного содержания на темы: дети, женщины, материнские чувства, животные (10 фотографий).

Всего стимульный материал включает в себя 40 фотографий.

2. Карта наблюдения за эмоциональными реакциями испытуемого. Карта содержит описание параметров наблюдения и поля для их регистрации. В качестве параметров наблюдения выступают: знак эмоций, степень их выраженности, основные группы и конкретные виды эмоций. Также имеются поля для фиксации дополнительных данных (высказывания, жесты и т. п.). Регистрация эмоциональных реакций осуществляется в дихотомической форме по принципу «есть реакция — нет реакции».

**Общие сведения о процедуре проведения методики.** Суть методики состоит в том, что испытуемому последовательно предъявляются фотографии с моральным содержанием различного — положительного и отрицательного — характера. Задача испытуемого — просто просматривать эти фотографии. Во время просмотра психолог ведет наблюдение за особенностями эмоциональной экспрессии испытуемого и фиксирует результаты в карте наблюдения. По результатам проведенного наблюдения делаются выводы о силе, качественных особенностях и адекватности эмоциональных переживаний и чувств испытуемого.

### **Процедура разработки и проверки основных психометрических характеристик методики**

**Подбор стимульного материала и разработка карты наблюдения.** Стимульный материал подбирался с учетом следующих требований:

1) фотографии должны вызывать достаточно сильные, интенсивные эмоциональные переживания и чувства, как положительные, так и отрицательные (в зависимости от содержания фотографий);

2) содержание фотографий должно апеллировать, прежде всего, к моральным, нравственным чувствам испытуемого, т. е. к тем чувствам, которые отражают отношение человека к другим людям [9];

3) фотографии должны быть подобраны таким образом, чтобы переживаемые испытуемыми эмоции и чувства были прогнозируемы и релевантны содержанию фотографий (т. е. фотографии должны стимулировать возникновение «типичных» чувств, характерных для больших групп людей);

4) содержание фотографий должно оставаться в рамках этических норм.

Эти требования определили тематический набор фотографий.

Карта наблюдения разрабатывалась в два этапа. На первом этапе были отобраны основные ориентиры для оценки чувств и эмоций испытуемых при просмотре фотографий:

1) знак эмоций: положительный, отрицательный либо нейтральный. Как отмечает Н. Д. Левитов, деление эмоций на положительные и отрицательные имеет важное значение, прежде всего, с практической точки зрения [5], поэтому эта категория оценок эмоциональных реакций испытуемых рассматривалась в качестве основной. Предполагалось, что, в первую очередь, именно знак эмоций позволит делать выводы о степени адекватности эмоциональных переживаний испытуемых при просмотре фотографий различного содержания;

2) сила и интенсивность выраженности эмоций. Предполагалось, что у обычных испытуемых эмоции будут проявляться с большей силой, в то время как у лиц, склонных к насилию, эмоции будут сглажены и невыразительны, что картины чужого страдания или радости оставят их равнодушными;

3) вид эмоций в рамках предложенной В. Вундтом классификации: удовольствие — неудовольствие, напряжение — расслабление и возбуждение — успокоение [13]. Предполагалось, что обычные испытуемые будут испытывать преимущественно напряжение и неудовольствие при просмотре негативных фотографий

и успокоение при просмотре позитивных фотографий, в то время как лица со склонностью к асоциальному поведению будут чаще испытывать неадекватные эмоции (например, возбуждение при просмотре сцен насилия).

Также на первом этапе был составлен примерный перечень конкретных видов эмоций и чувств, которые могут быть обнаружены в ходе наблюдения.

На втором этапе была проведена серия пилотажных исследований, в ходе которых уточнялись параметры и категории наблюдения. Кроме этого было решено, что надежнее фиксировать результаты наблюдения с помощью дихотомической шкалы (проявилась — не проявилась та или иная эмоция), чем с помощью приданной каждой эмоции шкалы интенсивности.

В итоге были подобраны стимульный материал, определены категории наблюдения и составлена карта фиксации результатов наблюдения, которые на следующем этапе исследования были подвергнуты дальнейшей эмпирической проверке, прежде всего на предмет изучения валидности.

**Изучение валидности методики.** Валидность методики изучалась тремя способами:

1) путем сопоставления результатов наблюдения с данными психологического тестирования. На этом этапе был использован бисериальный коэффициент корреляции;

2) путем оценки сдвигов частоты сердечных сокращений (ЧСС) и артериального давления (АД) у испытуемых до и после просмотра фотографий. Здесь применялся t-критерий Стьюдента для зависимых выборок;

3) по методу контрастных групп [1], путем сравнения результатов наблюдения за лицами, имеющими и не имеющими опыт криминального поведения. Здесь применялся критерий  $\phi^*$  — угловое преобразование Фишера.

Выборку исследования составили:

1) обучающиеся образовательных организаций МВД России в количестве 82 человек (далее — студенты);

2) осужденные, отбывающие наказание в исправительных учреждениях ФСИН России в количестве 77 человек (далее — осужденные).

Общий объем выборки составил 159 человек.

Изучение взаимосвязей между результатами наблюдения и тестирования проводилось на выборке, состоящей из 43 студентов. Оценка сдвигов показателей АД и ЧСС проводилась отдельно на выборке осужденных (77 испытуемых) и студентов (30 испытуемых). Наконец, сравнительный анализ результатов наблюдения проводился между всеми студентами и осужденными.

Перейдем к рассмотрению полученных результатов.

**Изучение валидности методики путем сопоставления результатов наблюдения с данными психологического тестирования.** Итак, на первом этапе с помощью корреляционного анализа было проведено сопоставление результатов наблюдения и тестирования. На этом этапе были использованы следующие психодиагностические методики.

1. Тест Сонди. Применялись методы анализа, осуществляемые по результатам 8–10-кратного исследования по тесту; определялись:

1) коэффициент напряженности тенденций (КНТ). При повышенных значениях индекса делается вывод об импульсивности, возбудимости;

2) процент симптоматических реакций (ПСР). Также позволяет оценить поведение испытуемого в плане его импульсивности или контролируемости;

3) социальный индекс. Низкие значения говорят об асоциальности и часто наблюдаются у психопатов, нездоровых людей и преступников;

4) сексуальный индекс. Показатели индекса, в которых доминируют типично мужские реакции, встречаются в том числе у преступников [11].

2. Субтест «Определение общих черт» теста структуры интеллекта Амтхауэра (IST) [12]. Направлен на исследование способности к обобщениям.

3. Индивидуально-типологический опросник (ИТО) [10]. Предназначен для изучения таких качеств, как экстраверсия, спонтанность, агрессивность, ригидность, интроверсия, сензитивность, тревожность, лабильность.

Между результатами наблюдения и тестирования были получены следующие взаимосвязи.

1. Взаимосвязи между результатами наблюдения и данными теста Сонди:

а) чем выше ПСР, тем реже при просмотре позитивных фотографий наблюдается слабая степень выраженности эмоций ( $r = -0,33$ , при  $p \leq 0,05$ ). То есть чем более импульсивен и эмоционален испытуемый по тесту Сонди, тем реже он обнаруживает слабость эмоций и по результатам наблюдения;

б) чем выше социальный индекс, тем реже при просмотре негативных фотографий наблюдаются эмоции скуки и равнодушия ( $r = -0,43$ , при  $p \leq 0,05$ ). То есть лица с повышенными моральными установками реже проявляют равнодушие при просмотре эмоционально насыщенных сюжетов негативного содержания, противоречащего общечеловеческим нормам поведения.

2. Взаимосвязи между результатами наблюдения и данными IST:

а) чем выше интеллект, тем чаще наблюдаются положительные эмоции при просмотре фотографий положительного содержания ( $r = 0,30$ , при  $p \leq 0,05$ );

б) чем выше интеллект, тем чаще наблюдается проявление возмущения при просмотре фотографий отрицательного содержания ( $r = 0,31$ , при  $p \leq 0,05$ ). То есть повышение интеллекта сочетается с адекватностью эмоций, проявляемых при просмотре стимульного материала.

3. Взаимосвязи между результатами наблюдения и данными ИТО:

а) чем выше уровень экстраверсии, тем чаще наблюдается изумление при просмотре отрицательных фотографий ( $r = 0,39$ , при  $p \leq 0,05$ ), удовольствие при просмотре положительных фотографий ( $r = 0,36$ , при  $p \leq 0,05$ ) и тем реже наблюдается равнодушие при просмотре негативных фотографий ( $r = -0,34$ , при  $p \leq 0,05$ ). То есть экстраверты достаточно живо и адекватно реагируют на сюжеты как негативного, так и положительного содержания;

б) чем выше уровень ригидности, тем реже наблюдаются состояние успокоения ( $r = -0,32$ , при  $p \leq 0,05$ ) и эмоции изумления ( $r = -0,32$ , при  $p \leq 0,05$ ) при

просмотре фотографий отрицательного содержания. Очевидно, в силу стойкости аффекта ригидные испытуемые подолгу не могут успокоиться, увидев сюжеты отрицательного содержания. Также они не склонны и к проявлению удивления, в отличие, например, от живых и подвижных экстравертов, у которых, как было отмечено выше, эта эмоция легко возникает при предъявлении фотографий отрицательного содержания;

в) чем выше сензитивность, тем реже наблюдается слабость эмоционального реагирования при просмотре фотографий позитивного содержания ( $r = -0,31$ , при  $p \leq 0,05$ ), что в целом согласуется с повышенной чувствительностью, восприимчивостью сензитивных личностей;

г) наконец, чем выше тревожность, тем чаще наблюдается состояние расслабления при просмотре позитивных фотографий ( $r = 0,34$ , при  $p \leq 0,05$ ). Очевидно, это связано с тем, что лица с повышенной тревожностью наконец-то могли расслабиться и успокоиться, когда заканчивались неприятные сюжеты и начинались фотографии положительного содержания.

Таким образом, полученные корреляции между результатами наблюдения и тестирования являются закономерными и логически непротиворечивыми.

**Изучение изменений показателей АД и ЧСС до и после просмотра фотографий.** По сути, на этом этапе проверялась не столько валидность методики в целом, сколько оценка пригодности стимульного материала для стимулирования эмоциональных реакций у испытуемых. Предполагалось, что если фотографии вызывают достаточно сильные эмоции, то это проявится изменениями со стороны АД и ЧСС. Измерение АД и ЧСС проводилось с помощью автоматического тонометра. Были получены следующие результаты.

И в группе студентов, и в группе осужденных после просмотра фотографий произошло увеличение ЧСС ( $p \leq 0,01$ ). Это может означать, что стимульный материал затрагивает эмоции испытуемых, буквально «заставляет их сердце биться быстрее».

Также у осужденных произошло снижение систолического давления ( $p \leq 0,01$ ). Возможно, этот эффект имел сугубо физиологическое значение: многие из них приходили на обследование с запахом табака, одышкой, и после отдыха за время обследования их давление снижалось естественным образом.

**Изучение валидности методики по методу контрастных групп.** На третьем, основном, этапе валидность методики изучалась по методу контрастных групп: сравнивались процентные доли различных типов эмоциональных реакций, наблюдавшихся в группах студентов и осужденных. Были получены следующие результаты (все различия значимы при  $p \leq 0,01$ ):

1) у студентов при просмотре фотографий отрицательного содержания чаще наблюдаются отрицательный знак эмоций, сильная степень выраженности эмоций, неудовольствие, напряжение, а также такие конкретные виды эмоций, как грусть и жалость; тревога и страх; удивление; отвращение и презрение;

2) у осужденных при просмотре фотографий отрицательного содержания чаще наблюдаются нейтральный характер эмоций, слабая степень выраженности эмоций, а также цинизм и подчеркнутое пренебрежение;

3) у студентов при просмотре фотографий позитивного содержания чаще наблюдаются положительный знак эмоций, успокоение, радость;

4) у осужденных при просмотре фотографий позитивного содержания чаще наблюдаются нейтральный характер эмоций, слабая степень выраженности эмоций, напряжение, а также такие конкретные виды эмоций и чувств, как равнодушие и скука, цинизм и подчеркнутое пренебрежение.

Таким образом, использование данной методики показало разделение групп испытуемых по особенностям эмоциональных реакций: у осужденных были выявлены слабость и выраженное снижение эмоционального отклика на эмоционально заряженные стимулы по сравнению с «нормативной» группой.

Но здесь возникает одно закономерное предположение, согласно которому полученные различия могут быть связаны не только с эмоциональной уплощенностью осужденных, но и с фактом их нахождения в местах лишения свободы. Иными словами, выявленные особенности эмоционального реагирования осужденных в виде слабости эмоций, равнодушия и цинизма могут являться своего рода защитной реакцией в ответ на объективно стрессогенные условия пребывания в местах лишения свободы.

Для проверки этого предположения результаты наблюдения за эмоциями осужденных были сопоставлены с величиной срока, который они успели отбыть на момент исследования. По результатам проведенной процедуры между «стажем» отбывания наказания и особенностями эмоционального реагирования были обнаружены только слабые и очень слабые связи. Это значит, что такая эмоциональная уплощенность является не защитной реакцией на лишение свободы, а индивидуальной особенностью этих лиц.

Таким образом, результаты изучения валидности методики показали, что методика является пригодной для решения стоящих перед ней задач.

### Руководство к применению методики

Для проведения наблюдений необходимо следующее **оборудование**:

- 1) набор фотографий в электронном формате;
- 2) компьютер для предъявления фотографий;
- 3) карта наблюдения (см. таблицу);
- 4) секундомер.

Наблюдения осуществляются в следующем **порядке**.

1. Перед началом исследования испытуемому зачитывается **инструкция** следующего содержания: «Сейчас вашему вниманию будет предложен ряд фотографий различного содержания. Ваша задача — просто просматривать эти фотографии и вести себя естественно и свободно».

2. После инструктажа начинается показ фотографий. Фотографии предъявляются в следующем порядке:



- 1) алкоголизм (5 фотографий);
- 2) бедность и болезнь (5 фотографий);
- 3) дети — жертвы насилия (5 фотографий);
- 4) положительные фотографии — дети и животные (5 фотографий);
- 5) насилие над животными (5 фотографий);
- 6) насилие над личностью (в семье, на улице) (5 фотографий);
- 7) фашизм (5 фотографий);
- 8) положительные фотографии: женщины, материнские чувства, животные (5 фотографий).

Таким образом, порядок предъявления фотографий делится на 4 основных этапа: на 1-м и 3-м этапе демонстрируются фотографии отрицательного содержания, на 2-м и 4-м этапе — фотографии позитивного содержания.

Одновременно с началом показа фотографий запускается секундомер. С помощью секундомера фиксируется, к какому этапу относятся эмоции, демонстрируемые испытуемым при просмотре фотографий. Каждая фотография предъявляется в течение 4–5 секунд, в зависимости от особенностей настроек компьютера. В соответствии со скоростью показа фотографий заранее определяются и заносятся в карту наблюдения временные интервалы каждого этапа (например, в представленной карте наблюдения временные интервалы устанавливались для скорости показа слайд-шоу с помощью средства просмотра фотографий в Windows 7).

Во время просмотра фотографий испытуемый сидит лицом (или немного в пол-оборота) к экспериментатору, так, чтобы хорошо было видно выражение его лица. Перед испытуемым устанавливается монитор компьютера.

Экспериментатор располагается напротив испытуемого. Перед ним — секундомер и карта наблюдения. Экспериментатор фиксирует все эмоциональные проявления, которые заметил у испытуемого, и следит за временем, чтобы все отметки в карте наблюдения соответствовали текущему этапу. Фиксация эмоций в карте наблюдения осуществляется постановкой какого-либо знака (галочки или крестика) в соответствующей ячейке карты (как отмечалось выше, фиксация эмоций осуществляется в дихотомической форме по принципу «есть эмоция — нет эмоции»).

При наблюдении за эмоциональными проявлениями испытуемого рекомендуется придерживаться следующих правил:

- 1) фиксировать нужно только те эмоциональные проявления испытуемого, в отношении которых экспериментатор уверен, что он наблюдал именно эту эмоцию, и никакую другую;
- 2) если экспериментатор сомневается, проявилась или нет та или иная эмоция у испытуемого, то лучше не зафиксировать ничего, чем зафиксировать ошибочное наблюдение;
- 3) не следует спешить с фиксацией результатов в карте наблюдения, лучше делать отметки ближе к завершению очередного этапа: это помогает принимать более взвешенные решения.

## Карта наблюдения

Параметры наблюдения	Этапы наблюдения			
	1-й (0:00–1:25)	2-й (1:25–1:50)	3-й (1:50–3:15)	4-й (3:15–3:40)
Знак эмоций	+	+	+	+
	–	–	–	–
	0	0	0	0
Степень выраженности	Сильно	Сильно	Сильно	Сильно
	Слабо	Слабо	Слабо	Слабо
Группы эмоций	Удовольствие	Удовольствие	Удовольствие	Удовольствие
	Неудовольствие	Неудовольствие	Неудовольствие	Неудовольствие
	Напряжение	Напряжение	Напряжение	Напряжение
	Расслабление	Расслабление	Расслабление	Расслабление
	Возбуждение	Возбуждение	Возбуждение	Возбуждение
	Успокоение	Успокоение	Успокоение	Успокоение
Модальность (вид) эмоций	Радость, светлые чувства	Радость, светлые чувства	Радость, светлые чувства	Радость, светлые чувства
	Грусть, печаль, жалость (сожаление)	Грусть, печаль, жалость (сожаление)	Грусть, печаль, жалость (сожаление)	Грусть, печаль, жалость (сожаление)
	Тревога, страх, испуг	Тревога, страх, испуг	Тревога, страх, испуг	Тревога, страх, испуг
	Гнев, возмущение, негодование	Гнев, возмущение, негодование	Гнев, возмущение, негодование	Гнев, возмущение, негодование
	Удивление, изумление	Удивление, изумление	Удивление, изумление	Удивление, изумление
	Неприязнь, отвращение, презрение	Неприязнь, отвращение, презрение	Неприязнь, отвращение, презрение	Неприязнь, отвращение, презрение
	Интерес, любопытство	Интерес, любопытство	Интерес, любопытство	Интерес, любопытство
	Равнодушие, скука	Равнодушие, скука	Равнодушие, скука	Равнодушие, скука
	Цинизм, подчеркнутое пренебрежение	Цинизм, подчеркнутое пренебрежение	Цинизм, подчеркнутое пренебрежение	Цинизм, подчеркнутое пренебрежение
Дополнительные данные (жесты, высказывания)				

После завершения показа фотографий проводится краткое интервью с испытуемым, целью которого является уточнение результатов наблюдения. Испытуемому предлагается ответить на следующие вопросы:

- 1) испытывал ли он какие-либо чувства при просмотре фотографий или эти фотографии не вызвали каких-либо заметных эмоциональных переживаний;
- 2) какие темы вызвали у него наиболее сильный эмоциональный отклик;
- 3) какие дополнительные сведения может сообщить испытуемый о своих мыслях, чувствах, переживаниях по поводу увиденного.

На этом проведение опыта завершается.

**Интерпретация** результатов исследования носит качественный характер. Здесь возможны следующие варианты:

1. Испытуемый при просмотре фотографий отрицательного содержания испытывает негативные эмоции, при просмотре позитивных фотографий — положительные эмоции. Например, если при просмотре сцен насилия испытуемый напряжен, испытывает страх или возмущение и эмоции проявляются с заметной силой, то эти эмоции являются вполне нормальными и уместными для данного сюжета. Это позволяет сделать вывод об адекватности эмоционального реагирования испытуемого.

2. Испытуемый демонстрирует парадоксальные эмоции при просмотре фотографий. Например, при просмотре сцен насилия он обнаруживает заметное возбуждение, любопытство и интерес к происходящему. Здесь можно говорить о неадекватности, эмоциональном искажении восприятия у испытуемого.

3. При просмотре фотографий испытуемый не обнаруживает никаких эмоций, остается равнодушным и безучастным к увиденному. Ни сцены радости, ни сцены насилия не вызывают у него никаких чувств. При беседе после завершения опыта такие испытуемые часто говорят, что не увидели ничего особенного; что все, что касается негативных сторон жизни, им давно знакомо и их давно уже ничего «не трогает». Это говорит об эмоциональном уплощении, оскудении чувств испытуемого.

Таким образом, особенности эмоционального реагирования испытуемых могут быть сведены к следующим трем основным типам:

1) адекватные чувства и эмоции, релевантные содержанию фотографий. Позволяют говорить о сохранности эмоциональной и морально-нравственной сферы испытуемого. Прогноз поведения такого испытуемого по отношению к другим людям, очевидно, благоприятный;

2) неадекватные, парадоксальные эмоции и чувства. Позволяют констатировать искажение эмоциональной и морально-нравственной сферы испытуемого. Прогноз поведения такого испытуемого по отношению к другим людям, очевидно, неблагоприятный;

3) дефицит и слабость выраженности эмоций и чувств. Свидетельствуют об эмоциональной выхолощенности, уплощенности, бесчувственности испытуемого. Прогноз поведения такого испытуемого по отношению к другим людям, очевидно, также неблагоприятный.

Таким образом, основной вывод, который может быть сделан по итогам работы, состоит в том, что методика диагностики склонности к асоциальному поведению с помощью метода наблюдения за особенностями эмоциональной экспрессии позволяет выявлять людей с эмоциональной глухотой, с отсутствием способности к сочувствию и сопереживанию и может применяться для решения стоящих перед психологами практических задач.

1. *Бурлачук Л. Ф., Морозов С. М.* Словарь-справочник по психодиагностике. СПб., 2002.
2. *Вовканец В. Р.* Диагностика склонности к криминальному поведению // Социальное и профессиональное поведение сотрудников полиции: оценка и измерение. Екатеринбург, 2018. С. 8–10.
3. *Головина А. А.* Проблемы психологической диагностики склонности к криминальному поведению // Надежность и компетентность: актуальные направления психологического обеспечения подразделений полиции. Екатеринбург, 2017. С. 40–43.
4. *Кил К. А.* Психопаты. Достоверный рассказ о людях без жалости, без совести, без раскаяния. М., 2015.
5. *Левитов Н. Д.* О психических состояниях человека. М., 1964.
6. *Пастушеня А. Н.* Психологическая диагностика степени исправления осужденных: основы теории и методики // Прикладная юридическая психология. 2015. № 4. С. 10–20.
7. *Перешейна Н. В., Заостровцева М. Н.* Девиантный школьник: профилактика и коррекция отклонений. М., 2006.
8. Психодиагностика в уголовно-исполнительной системе / М. Г. Дебольский, Д. Н. Васищев, А. В. Кокурин и др. М., 2008.
9. *Рубинштейн С. Л.* Основы общей психологии. СПб., 1998.
10. *Собчик Л. Н.* Психодиагностика в медицине. М., 2007.
11. *Сонди Л.* Глубинно-психологическая диагностика и ее применение в психопатологии, психосемантике, судебной психиатрии, криминологии, психофармакотерапии, профессиональном, семейном и подростковом консультировании, характерологии и этнологии : учебник экспериментальной диагностики влечений. М., 2005.
12. Тест структуры интеллекта Амтхауэра / сост. Ж. А. Балакшина, Т. В. Прохоренко. СПб., 2002.
13. *Филатов Ф. Р.* Общая психология. Ростов н/Д, 2003.

*Статья поступила в редакцию 04.03.2019 г.*

## ИССЛЕДОВАНИЕ ЖИЗНЕСТОЙКОСТИ ПОДРОСТКОВ С НАРУШЕНИЯМИ ЗРЕНИЯ\*

В статье описываются результаты исследования жизнестойкости подростков с нарушениями зрения (НЗ), проведенного на выборке из 87 обучающихся в возрасте от 12 до 20 лет. Используются следующие методики: тест жизнестойкости С. Мадди; шкала оптимизма и активности; тест-опросник самооотношения; опросник копинг-стратегий СОРЕ; опросник «Стиль саморегуляции поведения». В исследовании проверялись две гипотезы: 1. Жизнестойкость подростков и юношей с НЗ взаимосвязана с показателями оптимизма. Предположение о взаимосвязи жизнестойкости и оптимизма подтвердилось как на выборке в целом, так и в группах слабовидящих и слепых подростков и юношей по отдельности. 2. Жизнестойкость подростков и юношей с НЗ взаимосвязана с самооотношением, копинг-стратегиями, стилями саморегуляции поведения. Данная гипотеза подтвердилась на выборке в целом и в группе слабовидящих респондентов: установлена взаимосвязь жизнестойкости и таких компонентов самооотношения, как самооотношение (интегральная оценка), самоуважение, ожидаемое отношение от других; по выборке в целом и в группе слепых выявлена связь между жизнестойкостью и такими компонентами самооотношения, как самоинтерес и установка на отношение других. Связь жизнестойкости с копинг-стратегией «поведенческий уход от проблемы» и стилем саморегуляции «оценивание результатов» выявлена в группе слабовидящих; в группе слепых имеется связь жизнестойкости со стратегией «активное совладание».

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** подростки с нарушением зрения; жизнестойкость; оптимизм; активность; копинг-стратегии; самооотношение; стили саморегуляции.

Современному социуму требуется мобильная личность, готовая к любым изменениям и новшествам [3], социально адаптированная, психологически устойчивая, способная к самостоятельному принятию решений и их реализации, к преодолению различных жизненных трудностей. Особой и важной для изучения в аспекте соответствия этим требованиям представляется категория лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). При этом наиболее уязвимой группой, на наш взгляд, являются люди с нарушениями зрения, количество которых в мире составляет 285 млн человек, из них 39 млн — слепые и 246 млн — лица с низким зрением [15]. Для данной категории лиц значительно возрастает роль

---

\* Работа выполнена при поддержке гранта Российского фонда фундаментальных исследований № 17-36-01100.

ТОКАРСКАЯ Людмила Валерьевна — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры педагогики и психологии образования Уральского федерального университета (e-mail: liydmil@mail.ru).

РЕШЕТНИКОВА Анастасия Владимировна — магистр психологии, педагог-психолог ГКОУ СО «Екатеринбургская школа № 4, реализующая адаптированные основные общеобразовательные программы» (e-mail: anastasia.reschetnikova@yandex.ru).

© Токарская Л. В., Решетникова А. В., 2019

личностного ресурса, способствующего вхождению в социальную среду. Таким ресурсом может стать жизнестойкость.

Понятием жизнестойкость С. Мадди обозначает значимый феномен психики человека, который формируется в соответствии с определенными закономерностями, является многокомпонентным личностным образованием, влияющим на актуализацию различных свойств психики человека в ситуациях жизненного напряжения [10, 17]. В него включается психологический аспект сопротивления личности жизненным невзгодам и трудностям, возможности и способности личности трансформировать кризисные обстоятельства в ситуации саморазвития [7]. Таким образом, жизнестойкость становится ключевым ресурсом преодоления, системой убеждений, способностью и готовностью субъекта заинтересованно участвовать в ситуациях повышенной для него сложности, контролировать их, управлять ими, уметь воспринимать негативные события как опыт и успешно справляться с ними [9].

Жизнестойкость людей с ОВЗ является буфером против ощущения беспомощности, отчаяния, потери смысла в условиях инвалидности [16]; проявляется как способность к самореализации в новых условиях; особое личностное качество человека, связанное с необходимостью интегрироваться в обществе, преодолевать стрессы, встречающиеся на жизненном пути, и продолжать саморазвитие [12]. Жизнестойкость становится одним из важных факторов успешной социально-психологической адаптации лиц с ОВЗ.

По мнению Д. А. Леонтьева, «инвалидность может выступать и реально выступает (не у всех и не всегда, но у ряда людей, которые стоят перед этим вызовом) как конструктивный ресурс построения качественно своеобразной системы саморегуляции...». При этом «...чем сильнее травма и ограничения, тем больше положительные сдвиги, более выражен рост. Иными словами, ограничения возможностей здоровья и травма трансформируются в ресурс личности» [8, 102].

Лицам с нарушениями зрения для достижения того же уровня развития, что и у зрячих, приходится работать значительно больше, справляясь с большим количеством стрессогенных факторов. По оценкам А. М. Жихарева, к таким факторам относятся происходящие в дошкольный и подростковый периоды изменения личностных качеств детей; понимание уже в дошкольном возрасте своего отличия от нормально видящих детей; а в подростковом возрасте — переживание своего физического несовершенства, которое начинает приобретать личностный смысл [6]. Кроме того, Т. Маевский [11] отмечает, что в подростковом возрасте имеет место обострение нарушений социальных отношений, становящееся для подростка наиболее стрессогенным фактором, вызывающим сильные отрицательные переживания, что подтверждается исследованиями Р. Банзьявичене [1]. Т. Руппонен отмечает изменения в самооценке, происходящие у подростков с нарушениями зрения при адаптации к своему состоянию, которые отражаются на их поведении и деятельности, на их взаимоотношениях с окружающими людьми [14]. Подростки с нарушениями зрения имеют несформированное смысловое будущее из-за недостатка позитивных образов, перспектив в условиях

дефицита информации о возможностях и способах успешной самореализации инвалидов по зрению.

Таким образом, жизнестойкость как интегральное качество «помогает личности стать индивидуальностью, сформировать смысложизненные установки, самоутвердиться, найти себя, реализовать свои задатки и творческие возможности, преобразуя при этом среду обитания под свои потребности» [2, 3]. В психологической литературе представлен целый ряд исследований жизнестойкости и ее связей с личностными и поведенческими особенностями подростков без нарушений зрения [5, 18]. Особенности проявления жизнестойкости у лиц с нарушениями зрения (НЗ) менее изучены и требуют внимания психологов.

**Цель данного исследования** — выявление связей жизнестойкости с оптимизмом, самоотношением, копинг-стратегиями и стилями саморегуляции поведения у подростков и юношей с нарушениями зрения.

**Гипотезы:**

1. Жизнестойкость подростков и юношей с НЗ взаимосвязана с показателями оптимизма.

2. Жизнестойкость подростков и юношей с НЗ взаимосвязана с самоотношением, копинг-стратегиями, стилями саморегуляции поведения.

**Материалы и методы.** Выборку составили 87 обучающихся 7–12-х классов, имеющих нарушения зрения, в возрасте от 12 до 20 лет; из них 67 слабовидящие и 20 слепые.

Методики: тест жизнестойкости С. Мадди (в адаптации Д. А. Леонтьева, Е. И. Рассказовой); шкала оптимизма и активности (шкала AOS) Н. Водопьяновой, М. Штейн; тест-опросник самоотношения В. В. Столина, С. Р. Пантелеева; опросник копинг-стратегий COPE Ч. Карвера и др. (в адаптации Т. О. Гордеевой, Е. Н. Осина, Е. А. Рассказовой и др.); опросник «Стиль саморегуляции поведения-98» В. И. Моросановой.

Исследование проводилось на базе школы-интерната им. С. А. Мартиросяна г. Верхняя Пышма Свердловской области, реализующей адаптированные основные общеобразовательные программы.

**Процедура исследования.** Респонденты самостоятельно заполняли бланки анкет и опросников, для чего им была предоставлена возможность выбрать удобный для прочтения шрифт и размер кегля. Все таблицы из оригинальных стандартизированных бланков методик были преобразованы в сплошной текст для удобного и быстрого прочтения слабовидящими обучающимися. В подготовленном варианте бланков анкет после каждого вопроса следовали варианты ответа для выбора. Слепые обучающиеся проходили тестирование, воспринимая текст на слух, и после называли номер подходящего ответа. Ответ слепых испытуемых сразу же фиксировался в бланке.

Статистическая обработка данных осуществлялась в программе IBM SPSS Statistics 23 с использованием методов непараметрической и параметрической статистики.

**Результаты исследования.** Анализ полученных результатов проводился отдельно по каждой применявшейся методике. Результаты, полученные по тесту жизнестойкости С. Мадди, представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Выраженность компонентов жизнестойкости у подростков и юношей с НЗ, %**

Выраженность	Вовлеченность	Контроль	Принятие риска	Жизнестойкость
Низкие значения	19,5	16,1	9,2	14,9
Средние значения	69	66,7	49,4	66,7
Высокие значения	11,5	17,2	41,4	18,4
Совокупность средних и высоких значений	80,5	83,9	90,8	85,1

Показатели жизнестойкости среднего и высокого уровня выявлены у 85,1 % испытуемых с НЗ, т. е. они способны препятствовать возникновению внутреннего напряжения в ситуации стресса за счет субъективного снижения значимости ситуации или применения различных копинг-стратегий, способствующих совладанию со стрессом. Полученные данные в целом совпадают с результатами аналогичных исследований, проводившихся как на выборке подростков с нарушениями зрения [4], так и на выборке респондентов юношеского возраста без нарушений зрения [13].

Наиболее выражен у респондентов компонент жизнестойкости «принятие риска» (90,8 %), т. е. подавляющее большинство подростков и юношей с НЗ способны усваивать знания, полученные из своего опыта (как позитивного, так и негативного), и использовать их в будущем в различных ситуациях. Они убеждены, что все, случающееся с ними, так или иначе способствует их личностному развитию.

Примерно одинаково выражены у респондентов компоненты жизнестойкости «вовлеченность» и «контроль» (80,5 % и 83,9 %, соответственно). То есть большинство испытуемых, как правило, получают удовольствие от выполняемой деятельности и убеждены, что вовлеченность в нее увеличивает шанс на положительный результат. Кроме того, они уверены, что борьба влияет на результат, пусть даже успех не гарантирован полностью.

Результаты, полученные по шкале оптимизма и активности (шкала AOS) Н. Водопьяновой, М. Штейн, представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Соотношение респондентов с разными психологическими типами личности**

Психологический тип личности	%
Активные пессимисты	77,0
Пассивные пессимисты	14,9
Реалисты	5,7
Активные оптимисты	1,2
Пассивные оптимисты	1,2



Большинство испытуемых с НЗ (77 %) являются «активными пессимистами» («негативистами»), для которых характерна активность, носящая деструктивный характер. В трудных жизненных ситуациях они могут использовать агрессивные стратегии преодолевающего поведения.

14,9 % респондентов — пассивные пессимисты, они малоактивны, часто пребывают в подавленном и мрачном настроении, не верят в свои силы, а в трудных жизненных ситуациях могут считать себя жертвой обстоятельств и выбирать стратегии ухода от решения проблем.

Только 5,7 % обучающихся с НЗ являются реалистами и могут адекватно оценивать текущую ситуацию и свои возможности по ее изменению. Как правило, они устойчивы к психологическому стрессу.

Результаты, полученные по тесту-опроснику самооотношения В. В. Столина, С. Р. Пантелеева, представлены в табл. 3.

Таблица 3

**Уровни самооотношения подростков и юношей с НЗ, %**

Шкала	Зани- женный уровень, 40–45 баллов	Адек- ватный уровень, 45–55 баллов	Завы- шенный уровень, 55–70 баллов	Второстепенные условия (социальная желательность), > 80 и < 40 баллов
Шкала S (интегральная)	0	7	36	57
Шкала самоуважение (I)	14	0	38	48
Шкала аутосимпатия (II)	0	15	41	44
Шкала ожидаемого отношения от других (III)	0	15	14	71
Шкала самоинтересов (IV)	0	13	25	62
Шкала самоуверенности (1)	0	24	20	56
Шкала отношения других (2)	0	19	10	71
Шкала самопринятия (3)	0	24	26	50
Шкала самопоследовательности (саморуководства) (4)	0	0	50	50
Шкала самообвинения (5)	23	0	18	59
Шкала самоинтереса (6)	0	23	19	58
Шкала самопонимания (7)	29	0	29	42

Обращает на себя внимание, что большинство опрошенных давали ответы на вопросы теста под влиянием второстепенных условий, например, под влиянием социальной желательности. В этом случае результаты интерпретировать не рекомендуется, поэтому анализировались ответы тех участников исследования, чьи баллы находятся в диапазоне от 40 до 80, мы не будем. Полученные результаты указывают на то, что по большинству компонентов для подростков и юношей с НЗ характерны адекватный или завышенный уровень самооотношения. Завышенный

уровень преобладает в показателях по шести шкалам из двенадцати, адекватный — по четырем, заниженный — по двум. По шкале «глобальное самоотношение» (интегральный показатель самоотношения) 36 % испытуемых с нарушениями зрения демонстрируют завышенный уровень принятия себя и только 7 % показывают адекватный уровень. Наиболее высоко подростки оценивают свою способность к самоконтролю (50 %), наименее — способность понимать себя (29 %), что указывает на противоречивость мыслей, чувств и состояний подростков, характерную для данного возраста.

Результаты, полученные по опроснику копинг-стратегий COPE Ч. Карвера, представлены в табл. 4.

Таблица 4

**Стратегии совладающего поведения подростков и юношей с НЗ, %**

Шкала	Выбираемые стратегии
F1: Позитивное переформулирование и личностный рост	50,7
F2: Мысленный уход от проблемы	17,3
F3: Концентрация на эмоциях и их активное выражение	22,7
F4: Использование инструментальной социальной поддержки	28,0
F5: Активное совладание	52,0
F6: Отрицание	9,3
F7: Обращение к религии	12,0
F8: Юмор	24,0
F9: Поведенческий уход от проблемы	6,7
F10: Сдерживание	16,0
F11: Использование эмоциональной социальной поддержки	26,7
F12: Использование «успокоительных»	0
F13: Принятие	30,7
F14: Подавление конкурирующей деятельности	13,3
F15: Планирование	44,0

Стратегия «активное совладание», согласно ответам респондентов, чаще других используется ими в трудных жизненных ситуациях (52 %). Также к наиболее предпочитаемым относятся стратегии «позитивное переформулирование и личностный рост» (50,7 %) и «планирование» (44 %). Реже всего испытуемые обращаются к религии, подавляют конкурирующую деятельность (т. е. переключение на другие виды активности) и используют «успокоительные» (лекарственные средства, алкоголь, наркотики). Таким образом, у подростков и юношей с НЗ преобладают продуктивные стратегии совладающего поведения.

Результаты, полученные по опроснику «Стиль саморегуляции поведения-98» В. И. Моросановой, представлены в табл. 5.

Таблица 5

**Стили саморегуляции поведения подростков и юношей с НЗ, %**

Шкала	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Планирование	17,4	50,7	31,9
Моделирование	17,4	49,3	33,3
Программирование	27,5	63,8	8,7
Оценивание результатов	17,4	60,9	21,7
Гибкость	14,5	68,1	17,4
Общий уровень саморегуляции	18,8	63,8	17,4

У респондентов преобладает средний уровень выраженности по всем стилям саморегуляции, что свидетельствует о достаточной пластичности регуляторных процессов, позволяющей им адекватно реагировать на изменение событий, успешно решать поставленную задачу в трудной ситуации. Высокий уровень наиболее выражен по стилю «моделирование» (33,3 %), что указывает на способность респондентов выделять значимые условия достижения целей как в текущей ситуации, так и в перспективном будущем. Низкий уровень в большей степени представлен по стилю «программирование» (27,5 %), что говорит о неумении и нежелании человека продумывать последовательность своих действий, склонности действовать импульсивно. В целом большинство испытуемых способны овладевать новыми видами активности, уверенно чувствовать себя в незнакомых ситуациях. Они действуют в соответствии с разработанными планами, осознанно ставят цели и предпринимают действия, направленные на их достижение. Планы подростков и юношей с НЗ, как правило, реалистичны, детализированы, иерархичны и устойчивы. Все вышесказанное позволяет сделать вывод о достаточном для достижения успеха в различных видах деятельности уровне саморегуляции подростков и юношей с НЗ.

С целью проверки гипотез был проведен корреляционный анализ с использованием критерия корреляции Спирмена. В результате анализа выявлены связи показателей жизнестойкости с показателями по ряду шкал применявшихся методик по выборке в целом, а также по группам подростков, различающихся по степени выраженности нарушений зрения (слабовидящие и слепые). Результаты представлены в табл. 6.

По результатам корреляционного анализа выявлено наличие обратной связи жизнестойкости и ее компонентов с оптимизмом у подростков и юношей с НЗ. Наличие такой странной на первый взгляд взаимосвязи объясняется, по-видимому, тем, что в выборке преобладают подростки, относящиеся к психологическому типу «активный пессимист». Чем более выражены характерные для данного типа личности черты — активность, имеющая разрушительную направленность, агрессивные стратегии преодоления трудностей, тем ниже жизнестойкость подростка.

Таблица 6

**Значимые корреляции показателей жизнестойкости с показателями по шкалам применявшихся методик у подростков и юношей с НЗ**

	Шкала	Подростки с НЗ	Слабовидящие подростки	Слепые подростки
Жизнестойкость	Оптимизм	-607**	-622**	-569**
	Шкала S (интегральная)	537**	577**	
	Шкала самоуважение (I)	479**	562**	
	Шкала ожидаемого отношения от других (III)	492**	500**	
	Шкала отношения других (2)	452**		525*
	F9: Поведенческий уход от проблемы		-456**	
	Оценивание результатов		499**	
	Активное совладание			513**
	Шкала самоинтересов (IV)			653**
	Шкала самоинтереса (6)			467*
Вовлеченность	Оптимизм	-564**		
	Шкала отношения других (2)	449**		
Контроль	Оптимизм	-533**		
	Шкала S (интегральная)	523**		
	Шкала самоуважение (I)	494**		
	Шкала самопринятия (3)	502**		
Принятие риска	Оптимизм	-504**		
	Шкала S (интегральная)	492**		

\* Корреляции статистически значимы при  $p \geq 0,05$ .

\*\* Корреляции статистически значимы при  $p \geq 0,01$ .

Прямая связь жизнестойкости с самоотношением указывает на то, что чем выше жизнестойкость у подростков с НЗ, тем выше у них степень самопринятия, самоуважения, тем в большей степени они рассчитывают на положительное отношение к себе других людей и тем более положительные установки в адрес «я» у них формируются.

Специфической для слабовидящих подростков и юношей является обратная связь жизнестойкости со стратегией «поведенческий уход от проблемы» и со стилем саморегуляции «оценивание результатов». Следовательно, чем выше жизнестойкость, тем реже испытуемые отказываются от достижения цели, тем эффективнее их усилия, направленные на преодоление стресса, тем адекватнее их самооценка, оценка результатов своей деятельности и поведения.

Специфическими для слепых подростков и юношей являются связи жизнестойкости со стратегией «активное совладание» и с компонентом самоотношения «самоинтерес». Чем выше жизнестойкость испытуемых этой группы, тем чаще они предпринимают действия, направленные на преодоление стрессовой ситуации, тем выше их интерес к собственным мыслям и чувствам, уверенность, что они интересны для других.

### **Выводы**

Таким образом, первая гипотеза относительно взаимосвязи жизнестойкости и оптимизма у подростков и юношей с НЗ подтвердилась. Установлено наличие отрицательных связей компонентов жизнестойкости с оптимизмом как по выборке в целом, так и в группах слабовидящих и слепых подростков и юношей по отдельности.

Вторая гипотеза о взаимосвязи жизнестойкости подростков и юношей с НЗ с самоотношением, копинг-стратегиями, стилями саморегуляции поведения также нашла свое подтверждение в исследовании. По выборке в целом и в группе слабовидящих респондентов установлено наличие взаимосвязи жизнестойкости и таких компонентов самоотношения, как самоотношение (интегральная оценка), самоуважение, ожидаемое отношение от других; по выборке в целом и в группе слепых выявлена взаимосвязь между жизнестойкостью и такими компонентами самоотношения, как самоинтерес и установка на отношение других. В группе слабовидящих выявлена взаимосвязь жизнестойкости с копинг-стратегией «поведенческий уход от проблемы» и стилем саморегуляции «оценивание результатов»; в группе слепых — связь жизнестойкости со стратегией «активное совладание».

Полученные результаты могут лечь в основу психокоррекционной программы, направленной на развитие жизнестойкости у подростков с нарушениями зрения. Кроме того, перспективным направлением изучения жизнестойкости лиц с нарушениями зрения является ее исследование на более разнообразной и широкой выборке, включающей студентов, работающих граждан, а также тех, кто не работает и проживает на пенсию по инвалидности.

---

1. *Бандзявичене Р.* Стресс при слепоте: постановка проблемы // Психология аномальных различий. Вильнюс, 1986. С. 10–13.

2. *Березкина О. А.* Актуализация и развитие жизнестойких качеств личности будущих специалистов : дис. ... канд. пед. наук. Комсомольск-на-Амуре, 2006. 305 с.

3. *Волбуева Н. М.* Психологическая культура как условие развития жизнестойкости студентов : дис. ... канд. психол. наук. Белгород, 2012. 183 с.

4. *Горьковая И. А., Микляева А. В.* Социально-психологические факторы жизнестойкости подростков с нарушениями зрения // Ананьевские чтения-2017. Преемственность в психологической науке: В. М. Бехтерев, Б. Г. Ананьев, Б. Ф. Ломов : материалы традиц. междунар. науч. конф. / отв. ред. А. В. Шаболтас, Л. А. Головей. 2017. С. 230–231.

5. *Ершова И. А., Пермьякова М. Е., Садкина Т. М.* Связь жизнестойкости с самооценкой и копинг-стратегиями у юношей и девушек подросткового возраста // Педагогическое образование в России. 2019. № 4. С. 133–140.

6. *Жихарев А. М.* Воспитательная работа в школе-интернате для слепых детей. М., 1984. 126 с.
7. *Книжникова С. В.* Педагогическая профилактика суицидального поведения на основе формирования жизнестойкости подростков в условиях общеобразовательной школы : дис. ... канд. пед. наук. Краснодар, 2005. 191 с.
8. *Леонтьев Д. А.* Развитие личности в норме и в затрудненных условиях // Культурно-историческая психология. 2014. Т. 10, № 3. С. 97–106.
9. *Логинова М. В.* Психологическое содержание жизнестойкости личности студентов : автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2010. 24 с.
10. *Мадди С. Р.* Теории личности: сравнительный анализ. СПб., 2002. 539 с.
11. *Маевский Т.* Слепые среди зрячих. Вильнюс, 1980. 113 с.
12. *Одницова М. А.* Жизнестойкость и смысложизненные ориентации студенческой молодежи в условиях энтропии современного российского общества // Мониторинг общественного мнения. 2012. № 2. С. 21–27.
13. *Пермякова М. Е., Барсуков А. А., Ершова И. А.* Исследование связи жизнестойкости, счастья и копинг-стратегий у студентов // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2017. Т. 23, № 3 (165). С. 132–140.
14. *Руннонен Т.* Психологическая реабилитация // Проблемы социальной реабилитации. М., 1990. С. 56–69.
15. Blindness and visual impairment [Electronic resource]. URL: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs282/en/> (accessed: 01.02.2018).
16. *Brooks M.* Health. Related Hardiness in Individuals with Chronic Illness // Clinical Nursing Research. 2008. Vol. 17, iss. 2. P. 98–117.
17. *Maddi S. R., Khoshaba D. M.* Hardiness and Mental Health [Electronic resource] // Journal of Personality Assessment, 1994. Vol. 63, № 2. P. 265–274. URL: <http://psycnet.apa.org/record/1995-09417-001> (accessed: 23.02.2018).
18. *Vindeker O., Ershova I., Permyakova M. et al.* The relationship of hardiness, coping strategies and tolerance for uncertainty with academic achievement among Russian secondary schools students // ICERI2016 Proceedings. 2016. P. 1219–1225.

*Статья поступила в редакцию 28.06.2019 г.*

УДК 159.947.5 + 616.7-058.57

М. Е. Пермякова  
Е. А. Леонтьева

## МОТИВАЦИЯ К РЕАБИЛИТАЦИИ И ЕЕ КОРРЕЛЯТЫ У ПАЦИЕНТОВ С ТРАВМАМИ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА. ЧАСТЬ 2

Эффективность реабилитации пациентов с травмами опорно-двигательного аппарата (ТОДА) во многом обусловлена их психологическим реабилитационным потенциалом, и в первую очередь его мотивационной составляющей, которая зависит от различных внешних и внутренних факторов. Статья посвящена исследованию связи мотивации к реабилитации пациентов с ТОДА с их личностными характеристиками, ценностями, предпочитаемыми копинг-стратегиями, наличием работы, семьи. Участие в исследовании приняли 47 реабилитантов (24 мужчины и 23 женщины), в возрасте от 25 до 50 лет (средний возраст — 37,5). В качестве диагностического инструментария были использованы: анкетирование; шкала оценки изменения поведения Университета Род-Айлендш; пятифакторный личностный опросник «Большая пятерка» (адаптация В. Е. Орла и др.); опросник «Копинг-стратегии» Р. Лазаруса (адаптация Т. Л. Крюковой и др.); проективная методика «Идеалы и ценности» (Е. В. Селезнева, Ю. В. Синягин). Исследование показало, что позитивная мотивация к реабилитации у женщин связана с наличием семьи, работы, с такими личностными характеристиками, как экстравертированность, самоконтроль, и с копинг-стратегиями «планирование решения» и «положительная переоценка». Мотивация выше у мужчин с позитивным отношением к людям, отзывчивых, склонных к сотрудничеству, предпочитающих копинг-стратегию «дистанцирование». Основными ценностями, с которыми связана мотивация у мужчин, являются саморазвитие, общение, движение/путешествие.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** пациенты с травмами опорно-двигательного аппарата; мотивация к реабилитации; копинг-стратегии; личностные характеристики; жизненные ценности.

Хронические соматические заболевания, в том числе травмы опорно-двигательного аппарата (ТОДА), обуславливают изменение качества жизни, что приводит к необходимости смены паттернов поведения человека, его образа жизни, активного участия в длительном восстановительном лечении. В значительной степени успешность терапии и реабилитации зависит от психологического реабилитационного потенциала больного, включающего мотивационную, самооценочную, эмоциональную и когнитивную составляющие. В. В. Николаева [10] исследовала личностные новообразования, возникающие при хронических соматических заболеваниях и обусловленных ими социальных ограничениях,

---

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

у 450 больных, в том числе 128 инвалидов с патологией опорно-двигательного аппарата. Наибольшие трансформации, по ее мнению, независимо от нозологии, происходят в мотивационной сфере личности, а именно изменяется иерархия мотивов, ведущим смыслообразующим становится мотив сохранения здоровья, жизни. На эти изменения влияет не столько соматический статус больного, сколько негативные социальные стереотипы, уровень социальной помощи, которые могут способствовать формированию пассивных рентных установок у больного, снижению его активности в терапевтической и реабилитационной работе. Ведущую роль мотивации в восстановительном лечении отмечают Lee Joshua Y [21], И. Ю. Кулагина, Л. В. Сенкевич [7], И. Д. Булюбаш, А. В. Букеева [3] и многие другие.

Мотивация к реабилитации представляет собой стремление пациента к выздоровлению, приверженность лечению, т. е. готовность выполнять все врачебные назначения, соблюдать режим терапии. К сожалению, исследования показывают невысокий уровень мотивации пациентов к реабилитации, приверженности лечению при хронических соматических заболеваниях, травмах, требующих длительной терапии и восстановительной работы, независимо от их нозологии.

Так, Е. В. Ефремова с коллегами [6] выявили удовлетворительную мотивацию к немедикаментозному лечению лишь у 18,26 %, а к медикаментозному — у 30 % больных с хронической сердечной недостаточностью. Л. Д. Фирсова [14] в исследовании психологических реакций на болезнь и приверженность лечению у больных с хроническими заболеваниями органов пищеварения отмечает отсутствие у них должного уровня приверженности, особенно у больных с неадекватным эмоциональным реагированием на болезнь. Низкую приверженность лечению больных гипертензионной болезнью отмечает Н. А. Николаев [9] и связывает это в том числе с отсутствием должной мотивации. Кроме того, он указывает на различия в готовности к выполнению врачебных рекомендаций у мужчин и женщин. Женщины демонстрируют достоверно более высокую готовность к изменению образа жизни и выполнению назначений врача, чем мужчины. Результаты исследования мотивации к реабилитации пациентов с травмами опорно-двигательного аппарата также показали наличие негативной или неустойчивой мотивации к реабилитации у 87,2 % из них [12].

Знание внешних и внутренних факторов, влияющих на мотивацию больных, является ключом к успешности терапевтического и реабилитационного процессов и возвращению к полноценной жизни в обществе. Анализируя исследования по данной проблематике (Е. J. Beadle [18], Л. В. Боговин [2], Е. О. Гордиевская и Б. В. Овчинникова [4], О. Н. Гудилина [5], И. Ю. Кулагина [7], Е. В. Морозова [8], Ж. В. Порохина [13]), можно обобщить ряд личностных характеристик и внешних факторов, влияющих на мотивацию больных, независимо от вида заболевания. Среди них самооценка, самоэффективность, локус контроля, уровень тревожности, жизнестойкость, осмысленность жизни, уровень оптимизма, акцентуированность черт характера, состояние хронического стресса, взаимоотношения с социальным окружением, удовлетворенность семейными отношениями и профессиональной



деятельностью, возраст пациентов. А. В. Штрахова, Э. В. Арсланбекова [16] считают, что при хронических заболеваниях в ситуации изменившегося образа жизни мотивами деятельности и поведения, определяющими их направленность, являются жизненные ценности.

Е. Д. Alosaimi с коллегами [17] связывают несоблюдение режима терапии с депрессией и тревогой и подчеркивают важность их раннего выявления и лечения у больных с почечной недостаточностью, находящихся на диализе. Ch. Vale с соавторами [19], изучая влияние психосоциальных факторов на лечение и адаптацию пациентов с терминальной стадией почечной недостаточности, в качестве независимых факторов риска для несоблюдения режима лечения называют молодой возраст, низкий финансовый статус и статус занятости.

Результаты исследования В. В. Огаревым [11] мотивации к реабилитации пациентов с хроническим вирусным гепатитом С убеждают, что такие личностные характеристики, как осмысленность жизни, направленность на сотрудничество, нацеленность на результат, оказывают позитивное влияние на мотивацию. В качестве характеристик, снижающих мотивацию, называются сниженный самоконтроль, повышенная импульсивность, пассивность в своих действиях или, наоборот, недостаточная осторожность. Неадаптивными когнитивными характеристиками и копинг-стратегиями, которые обычно сочетаются с высокой тревогой, являются: обвинение других, дистанцирование, катастрофизация, руминация, недостаточное планирование действий. При низком уровне тревоги и излишнем оптимизме — стратегии бегства-избегания и обвинения других.

И. П. Булюбаш и А. В. Букеева [3] установили наличие связи между мотивацией пациентов с последствиями спинномозговой травмы в восстановительном периоде с показателями эмоционального состояния, локус-контроля, отношением к себе и уровнем адаптации или дезадаптации. Авторы пришли к выводу, что психотерапия с такими пациентами должна включать: коррекцию их эмоционального состояния, межличностного взаимодействия; работу, направленную на принятие себя в новой жизненной ситуации, повышение собственной ответственности и снижение зависимости от других людей.

Ф. М. Биктимирова и Н. П. Ничипоренко [1], исследовавшие мотивацию пациентов с нарушениями структуры и функций конечностей, указывают на необходимость учета ее гендерных особенностей. Так, были установлены различия во взаимосвязи мотивации достижения, аффилиации, личностных черт и эмоциональной сферы у мужчин и женщин.

Анализ вышеприведенных исследований мотивации к лечению и реабилитации позволяет говорить о том, что существуют общие для всех видов хронических болезней внешние и внутренние факторы, влияющие на нее. Такими факторами являются личностные характеристики, пол, возраст, жизненные ценности, копинг-стратегии, наличие семьи, работы, социальной поддержки. Однако это влияние может различаться в зависимости от вида заболевания и его тяжести.

Цель данного исследования: определение связи мотивации к реабилитации с внешними и внутренними факторами у пациентов с ТОДА. В качестве гипотез были выдвинуты предположения о существовании связи мотивации

к реабилитации с наличием семьи и работы; личностными характеристиками; личностными ценностями; предпочитаемыми копинг-стратегиями.

В исследовании использовались следующие методики: для оценки мотивации к реабилитации использовалась шкала оценки изменения поведения Университета Род-Айленд (URICA – The University of Rhode Island Change Assessment Scale); для исследования личностных характеристик применялся пятифакторный личностный опросник «Большая пятерка» («Big five») (адаптация В. Е. Орла, А. А. Руковишникова, И. Г. Сенина); жизненные ценности изучались с помощью методики «Идеалы и ценности» (Е. В. Селезнева, Ю. В. Синягин); копинг-стратегии оценивались по опроснику «Копинг-стратегии» Р. Лазаруса (адаптация Т. Л. Крюковой, Е. В. Куфтяк, М. С. Замышляевой).

Участие в исследовании приняли 47 реабилитантов с ТОДА: переломами конечностей, позвоночника (без повреждения спинного мозга), ожоговой болезнью III степени, черепно-мозговыми травмами с последствиями в виде грубой спастики конечностей. Все испытуемые проходили курс реабилитации в ООО «Реабилитация доктора Волковой» (г. Екатеринбург). В выборку вошли 24 мужчины и 23 женщины, в возрасте от 25 до 50 лет (средний возраст – 37,5 лет). Из них трудоустроено 23 женщины и 14 мужчин. Состоят в браке 8 женщин и 5 мужчин.

С целями исследования реабилитанты были ознакомлены в процессе индивидуальных бесед, на которых также было получено их добровольное согласие на участие. Бланки методик испытуемые заполняли в домашних условиях.

Результаты исследования связи мотивации к реабилитации с наличием семьи и работы у пациентов с ТОДА представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Коэффициенты корреляции Спирмена ( $r_s$ ) показателей мотивации к реабилитации и наличия семьи и работы у пациентов с ТОДА**

Внешние факторы	Мотивация к реабилитации		
	общая выборка	мужчины	женщины
Брак	0,375**	0,25	0,48**
Работа	0,383**	0,242	0,622**

Примечание. Здесь и в табл. 2–4: \* – значимая связь при  $p \leq 0,05$ ; \*\* – значимая связь при  $p \leq 0,01$ .

Результаты в целом по выборке говорят о значимой связи мотивации к реабилитации с наличием семьи и работы, но интересен тот факт, что эти данные получены исключительно за счет женщин. Возможно, это объясняется особенностями выборки, в которой все 23 женщины трудоустроены, а среди 24 мужчин работают только 14. Процент реабилитантов, состоящих в браке, невысок и среди мужчин (21 %), и среди женщин (35 %). Согласно социальным установкам традиционного общества, женщина считается хранительницей домашнего очага, она играет ведущую роль в ведении домашнего хозяйства, воспитании детей. При этом на ее

плечи часто ложится и проблема материального обеспечения семьи. Поэтому женщины, состоящие в браке, более мотивированы к реабилитации. Отсутствие связи мотивации с наличием семьи у мужчин нельзя считать достоверной ввиду малого количества женатых в выборке. Что касается работы, то она, скорее всего, не является мотивом для тех мужчин, которые ее не имели на момент получения травмы. У большинства же работающих травмы носят производственный характер, и эти мужчины получают солидные выплаты, поэтому у них может присутствовать материальная заинтересованность в длительной реабилитации. Кроме того, J. S. Krause с коллегами [20], исследовавшие поведенческие показатели больных с повреждениями спинного мозга, отмечают неслучайность этих травм. Для многих больных характерны поиск острых ощущений, склонность к агрессивному импульсивному и рискованному поведению, в том числе злоупотреблению алкоголем.

Данные о связи личностных характеристик пациентов с ТОДА и показателей их мотивации к реабилитации представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Коэффициенты корреляции Спирмена ( $r_s$ ) показателей мотивации к реабилитации и личностных характеристик пациентов с ТОДА**

Личностные характеристики	Мотивация к реабилитации		
	общая выборка	мужчины	женщины
Экстраверсия — интроверсия	0,485**	0,375	0,757**
Привязанность — обособленность	0,424**	0,555**	0,322
Самоконтроль — импульсивность	0,497**	0,324	0,765**
Эмоциональная неустойчивость — эмоциональная устойчивость	0,099	0,143	0,051
Экспрессивность — практичность	0,364*	0,329	0,18

В целом по выборке выявлена достоверная положительная корреляция мотивации с показателями таких шкал, как экстраверсия — интроверсия, привязанность — обособленность, самоконтроль — импульсивность, экспрессивность — практичность. Уровень мотивации к реабилитации выше у оптимистичного человека, открытого к сотрудничеству, имеющего широкий круг общения. Высокий самоконтроль и волевая регуляция, обеспечивающие такие качества, как ответственность, настойчивость, добросовестность, точность и аккуратность в делах, стремление доводить начатое до конца, также положительно влияют на включенность пациентов в реабилитационный процесс. Связь мотивации с экспрессивностью, подразумевающей более легкое отношение к жизни, чувствительность, любознательность, интуитивность, быструю обучаемость, выявлена по выборке в целом, но не в выборках мужчин и женщин, что говорит о ее меньшей значимости. Анализ показывает, что в повышении мотивации к реабилитации у женщин основную роль играют самоконтроль и экстравертированность, а у мужчин — привязанность, т. е. позитивное отношение к людям, отзывчивость, склонность к сотрудничеству.

Данные о связи мотивации к реабилитации с копинг-стратегиями у пациентов с ТОДА представлены в табл. 3.

Таблица 3

**Коэффициенты корреляции Спирмена ( $r_s$ ) показателей мотивации к реабилитации и копинг-стратегий у пациентов с ТОДА**

Копинг-стратегии	Мотивация к реабилитации		
	общая выборка	мужчины	женщины
Конфронтация	0,237	0,199	0,289
Дистанцирование	0,157	0,464*	-0,228
Самоконтроль	0,082	0,03	0,251
Поиск социальной поддержки	0,026	0,124	-0,091
Принятие ответственности	-0,141	-0,317	-0,026
Бегство-избегание	-0,187	-0,002	-0,27
Планирование решения	0,189	-0,155	0,732**
Положительная переоценка	0,35*	-0,247	0,809**

Анализ результатов выявил совершенно разные эффективные копинг-стратегии для женщин и для мужчин. В работе с женщинами для повышения мотивации к реабилитации необходимо делать акцент на анализе ситуации, ее положительной переоценке, планировании собственных действий с учетом прошлого опыта и имеющихся ресурсов. Для мужчин наиболее эффективной оказалась стратегия дистанцирования. То есть чем меньше эмоциональная вовлеченность мужчины, степень его концентрации на травме, чем больше он отстраняется от нее, переключаясь на другие интересы, тем выше мотивация к реабилитации.

В табл. 4 представлены результаты исследования связи между уровнем мотивации и личностными ценностями пациентов с ТОДА.

Таблица 4

**Коэффициенты корреляции Спирмена ( $r_s$ ) показателей мотивации к реабилитации и личностных ценностей у пациентов с ТОДА**

Личностные ценности	Мотивация к реабилитации		
	общая выборка	мужчины	женщины
Дети	0,017	-0,117	0,068
Общение	0,177	0,47*	0,049
Любовь/брак	-0,182	-0,214	-0,148
Карьера/работа	0,243	0,244	0,365*
Саморазвитие	0,366*	0,57**	0,246
Независимость	0,103	0,229	0,065
Деньги	0,111	-0,024	0,214
Движение/путешествие	0,253	0,451*	0,158

Для женщин наибольшей ценностью, апеллируя к которой, можно повысить их мотивацию к реабилитации, является карьера/работа. Приоритет этой ценности объясняется тем, что женщинам вообще труднее устроиться на работу, чем мужчинам, а женщины-инвалиды чаще других подвергаются дискриминации на рынке труда.

У мужчин мотивация к реабилитации значимо коррелирует с саморазвитием, общением и движением/путешествием. Исследования Е. О. Гордиевской и Б. В. Овчинниковой [4] мужчин и женщин с ампутацией конечностей также показали, что мужчины в большей степени обеспокоены потерей двигательных возможностей. Наибольшая связь мотивации выявлена с ценностью саморазвития. Инвалидность ассоциируется с кризисом развития и приводит к необходимости новой самоидентификации, изменения паттернов поведения, постоянной работы над собой в соответствии с новыми условиями жизнедеятельности. Именно способность к саморазвитию помогает сопротивляться разрушающим личность событиям, адаптироваться, сохраняя нравственный стержень. Специалисту при психокоррекционной работе следует уделять особое внимание саморазвитию, знать этапы данного процесса (самоактуализация, самопреобразование, самореализация), закономерности его протекания. Важно оказывать поддержку и помощь пациенту в актуализации ценности саморазвития и в самом процессе саморазвития, направляя его в сторону продуктивного развития личности.

Таким образом, знание внешних и внутренних факторов, способствующих повышению мотивации пациентов, может значительно повысить эффект реабилитационной работы, так как, являясь четкими мишенями для психокоррекции, эти факторы позволяют дифференцировать и индивидуализировать работу с инвалидами.

---

1. Биктимирова Ф. М., Ничиторенко 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. Булlobаш И. Д., Букеева А. В. Психологические факторы, определяющие мотивацию у пациентов с последствиями спинномозговой травмы в восстановительном периоде // Трудный пациент. 2013. Т. 11, № 1. С. 51–54.

4. 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.

5. Гудилина О. Н. Специфика личностного реабилитационного потенциала подростков с нарушениями статодинамической функции в связи со временем возникновения нарушения и степени его тяжести // Психолого-педагогические исследования : [электрон. журн.]. 2012. № 4. URL: <http://psyedu.ru/journal/2012/4/3146.phtml> (дата обращения: 28.02.2019).

6. Ефремова Е. В., Шутков А. М., Бородулина Е. О. Мотивация к лечению больных с хроническим кардиоренальным синдромом // Терапевтический архив. 2015. Т. 87, № 12. С. 13–17.

7. Кулагина И. Ю., Сенкевич Л. В. Реабилитационный потенциал личности при различных хронических заболеваниях // Культурно-историческая психология. 2015. Т. 11, № 1. С. 50–60.

8. *Морозова Е. В.* Социально-психологическая адаптация личности, находящейся в условиях инвалидизирующего заболевания : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Ярославль. 2008. 26 с.
9. *Николаев Н. А.* Доказательная гипертензиология: количественная оценка результата антигипертензивной терапии. М., 2008 [Электронный ресурс]. URL: [monographies.ru/en/book/view](http://monographies.ru/en/book/view) (дата обращения: 26.02.2019).
10. *Николаева В. В.* Личность в условиях хронического соматического заболевания : автореф. дис. ... д-ра психол. наук. М., 1992.
11. *Огарев В. В.* Внутренняя картина болезни и мотивация на лечение больных хроническим вирусным гепатитом С : автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2017. 25 с.
12. *Пермякова М. Е., Леонтьева Е. А.* Мотивация к реабилитации и ее корреляты у пациентов с травмами опорно-двигательного аппарата. Ч. 1 // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2019. Т. 25, № 2(183). С. 149–155.
13. *Порохина Ж. В.* Психологический реабилитационный потенциал инвалида: на примере больных с ишемической болезнью сердца : автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2004. 21 с.
14. *Фирсова Л. Д.* Психологическая реакция на болезнь и приверженность к лечению // Экспериментальная и клиническая гастроэнтерология. 2013. № 8. С. 41–44.
15. *Шабанова А. С.* Мотивация к лечению у пациентов с различными соматическими заболеваниями // Бюл. физиологии и патологии дыхания (Благовещенск). 2015. Вып. 57. С. 130–136.
16. *Штрахова А. В., Арсланбекова Э. В.* Мотивационный компонент внутренней картины болезни как фактор приверженности к терапии у больных соматическими заболеваниями с витальной угрозой // Вестн. ЮУрГУ. Сер. : Психология. 2012. Вып. 14, № 29. С. 82–89.
17. *Alosaimi F. D., Asiri M., Alsuwayt S. et al.* Psychosocial predictors of nonadherence to medical management among patients on maintenance dialysis [Electronic resource] // International Journal of Nephrology and Renovascular Disease. 2016. Vol. 9. P. 263–272. URL: <https://www.dovepress.com/psychosocial-predictors-of-non-adherence-to-medical-management-among-p-peer-reviewed-fulltext-article-IJNRD> (accessed: 25.02.2019).
18. *Beadle E. J., Owsnsworth 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.
19. *Bale Ch., Douglas A., Jegatheesan D. et al.* Psychosocial Factors in End-Stage Kidney Disease Patients at a Tertiary Hospital in Australia [Electronic resource] // International Journal of Nephrology. 2016. Vol. 6. URL: <http://dx.doi.org/10.1155/2016/2051586> pages; <https://www.hindawi.com/journals/ijn/2016/2051586/> (accessed: 28.02.2019).
20. *Krause J. S., Carter R., Pickelsimer E.* Behavioral risk factors of mortality after spinal cord injury // J Rehabil Med. 2009. Vol. 90, № 1. P. 95–101.
21. *Lee J. Y., Ready E. A., Davis E. N.* Purposefulness as a critical factor in functioning, disability and health // Clinical rehabilitation. 2017. Vol. 31, iss. 8. P. 1005–1018.

*Статья поступила в редакцию 21.05.2019 г.*

# ОБРАЗОВАНИЕ: ВЫЗОВЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ

УДК 37.013.32-053.9 + 368.372

**Г. Е. Зборовский**  
**П. А. Амбарова**

## **ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ «СЕРЕБРЯНОЙ» ОБЩНОСТИ В УСЛОВИЯХ ПЕНСИОННОЙ РЕФОРМЫ\***

Рассматриваются изменения среди населения «третьего возраста» под влиянием фактора образования. Дается трактовка социальной общности людей «третьего возраста». Доказывается необходимость создания для этих людей особой системы «серебряного» образования. Ключевыми проблемами являются нормативно-правовые, готовность к взаимодействию образовательных структур и людей «третьего возраста», пути и формы развития «серебряного» образования.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** население «третьего возраста»; «серебряное» образование; траектории и формы «серебряного» образования; взаимодействие образовательных структур и людей «третьего возраста»; нормативное обеспечение «серебряного» образования.

Система российского образования, несмотря на признание ценности непрерывного образования и необходимости развития образования для взрослых, по-прежнему ориентирована на молодое и в определенной мере среднее поколение. Есть отдельные образовательные структуры, организации и учреждения, которые занимаются образованием для «серебряной» общности. Но вопрос о целостной системе «серебряного» образования, о возможностях ее реального появления,

---

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-011-00096.

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

**АМБАРОВА** Полина Анатольевна — доктор социологических наук, профессор кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета (e-mail: borges75@mail.ru).

© Зборовский Г. Е., Амбарова П. А., 2019

об институционализации этого вида образования пока даже не обсуждается. В связи с этим новая пенсионная реформа в России начинает разворачиваться в условиях институциональной и социокультурной неготовности общества к ней. Лишнее тому доказательство — неготовность системы образования к обучению людей «третьего возраста», реализации их образовательных потребностей [6].

### **Цель и задачи исследования**

Цель нашего исследования состоит в том, чтобы выявить потребности социальной общности людей «третьего возраста» в повышении собственного образовательного уровня и готовность российской системы образования удовлетворять эти потребности. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: 1) определить характер и направленность образовательных потребностей людей «третьего возраста» и их готовность к получению желаемого образования; 2) охарактеризовать потенциал системы российского образования для создания в качестве ее подсистемы целостного «серебряного» образования в стране; 3) выявить нормативно-правовые и организационные возможности приведения российской системы образования в соответствие с образовательными потребностями общества и «серебряной» общности.

### **Методология и методы исследования**

Объектом исследования стала социальная общность людей «третьего возраста» и ее образовательные потребности. Предмет исследования — возможности удовлетворения этих потребностей путем использования ресурсов государственных и негосударственных структур. Гипотеза исследования: образовательные потребности людей «третьего возраста» могут успешно удовлетворяться при наличии двух условий — высокого уровня готовности этих людей к повышению собственного образовательного уровня и функционирования в стране системы учреждений, организаций и многочисленных и разнообразных структур формального, неформального и информального «серебряного» образования.

В исследовании был использован междисциплинарный анализ социальной общности «третьего возраста» и ее образования. «Серебряное» образование рассматривалось как нематериальный актив этой общности, один из ее важнейших социальных ресурсов. Именно такой подход определил и соответствующее отношение к формированию этого актива и его использованию в самой общности, а также в государственных и негосударственных структурах, занимающихся организацией «серебряного» образования.

Междисциплинарный анализ социальной общности «третьего возраста» и ее образования осуществлялся на пересечении социологического, социально-психологического, геронтологического, антропологического, управленческого, психолого-педагогического знания. Новизна применяемой методологии состояла в использовании взятых во взаимосвязи общностного, ресурсного, системного, институционального, деятельностного и темпорального подходов.



Методическая стратегия включала использование следующих методов: 1. Опрос представителей социальной общности «третьего возраста», включая людей предпенсионного и пенсионного возраста. 2. Вторичный анализ данных проведенных ранее исследований этой общности. 3. Экспертное интервью с представителями образовательных, трудовых, некоммерческих организаций, органов власти и подведомственных им учреждений (служб занятости), кадровых агентств, работающих с социальной общностью «третьего возраста». 4. Анализ документов (нормативно-правовых актов, государственных и муниципальных целевых программ, концепций социальных проектов, материалов СМИ, контента социальных сетей). 5. Анализ статистических данных (демографической статистики, статистики по образованию, рынку труда).

### **Социальная общность «третьего возраста»: понятие, количественные характеристики и рост численности**

Начнем с выявления основной — понятийной — характеристики социальной общности «третьего возраста». Термин «третий возраст» был введен в широкий научный оборот британским ученым П. Ласлеттом в 1996 г. С момента введения этого термина под ним понимается возраст выхода на пенсию, знаменующий появление еще одного этапа в жизненном цикле человека — между взрослостью и старостью. Сама же старость получила у Ласлетта название «четвертого возраста» [8].

Традиционно в социальную общность «третьего возраста» включают лиц, достигших пенсионного рубежа и относимых к категории пожилых людей. Многие признаки социальной общности, называемые в литературе [1], оказываются типичными для пенсионеров. Среди этих признаков нужно назвать такие, как осознание пенсионерами своей принадлежности к этой общности (признак идентификации и самоидентификации), наличие схожих условий жизни и деятельности (получение пенсии, стремление многих ее получателей сохранить рабочие места, не вполне комфортные материальные возможности, проблемы со здоровьем), меняющийся хронотоп бытия (ограниченные пространственно-временные характеристики мобильности) и др.

Социальная общность «третьего возраста» — это определенная, реально существующая, массовая, эмпирически фиксируемая, статистически значимая, относительно единая и самостоятельная совокупность (взаимосвязь) людей, объединенных, прежде всего, по демографическим, социокультурным, экономическим основаниям и находящихся в возрастных границах перехода от завершения зрелости к старости.

Реально эта социальная общность включает в себя лиц предпенсионного и пенсионного возраста. Во всех российских официальных документах появляется категория предпенсионеров. Ими называют людей, срок до выхода на пенсию которых составляет не более пяти лет. Они сегодня пополняют ряды социальной общности людей «третьего возраста». Ее количественные, структурные, качественные характеристики показывают значительные способности общности к росту и переменам.

Говоря об этих характеристиках, отметим численный рост социальной общности «третьего возраста», находящий свое отражение в таком феномене, как старение населения. Меняется структура этой общности, что выражается в трансформациях трудовой занятости ее членов, интересе у многих из них к повышению образовательного и культурного уровня, появлению новых слоев и групп в рамках самой общности. Становится иной мотивация деятельности, растет интерес к проявлениям социальной и иной активности. Происходят перемены в качестве жизни, возникают ее новые стратегии. Иными словами, в жизнедеятельности социальной общности «третьего возраста» проявляются признаки модернизации. Значительным переменам в положении этой общности, без сомнения, будет способствовать начавшаяся в 2019 г. пенсионная реформа.

Увеличение численности общности «третьего возраста», в том числе за счет категории лиц предпенсионного возраста, и относительный рост продолжительности жизни значительно раздвигают границы жизненного времени рассматриваемой общности, трансформируют ее экономические и социальные потребности и возможности их удовлетворения.

О численном росте рассматриваемой общности в России свидетельствуют данные табл. 1. В 2018 г. только численность лиц пенсионного возраста (мужчин от 60 лет и более, женщин от 55 лет и более) составляла почти 37 млн человек. Людей предпенсионного возраста (ближайший резерв «серебряной» социальной общности) — мужчин от 55 до 59 и женщин от 50 до 54 лет — в 2018 г. было свыше 10 млн человек. Среди них мужчин чуть меньше 5 млн, женщин — чуть больше 5 млн.

Таблица 1

**Распределение численности населения России по полу и возрастным группам на 1 января 2017 г., тыс. чел. [4]**

Возраст, лет	Мужчины и женщины	Мужчины	Женщины
55–59	11 155	4 947	6 208
60–64	9 610	3 964	5 646
65–69	7 637	2 942	4 695
70 и старше	13 230	3 874	9 356
Из общей численности население в возрасте:			
моложе трудоспособного*	26 895	13 794	13 101
трудоспособном**	83 224	43 470	39 754
старше трудоспособного***	36 685	10 780	25 905

\* Мужчины и женщины в возрасте 0–15 лет.

\*\* Мужчины в возрасте 16–59 лет, женщины — 16–54 года.

\*\*\* Мужчины в возрасте 60 лет и старше, женщины в возрасте 55 лет и старше.

По самым предварительным и общим прогнозам, в ближайшие 5 лет (до 2023 г.) численность людей, представляющих социальную общность «третьего возраста», вырастет до 40 с лишним миллионов человек. В перспективе же последующих

10 лет численный рост этой общности станет еще более значительным с учетом расширения ее границ за счет включения мужчин и женщин следующей возрастной группы. Таким образом, численность «серебряной» общности превысит третью часть населения страны.

### **Образование людей социальной общности «третьего возраста»**

Одна из основных характеристик «серебряной» общности — ее образовательный уровень. Он очень дифференцирован для различных возрастных групп пенсионеров и предпенсионеров. При его рассмотрении мы несколько расширим возрастную шкалу этой общности в сторону ее омоложения и включим в ее диапазон возрастные группы начиная с 45 лет.

Необходимость такого подхода вызвана существующими и предстоящими, по нашему мнению, переменами в реальном положении и общественном сознании людей «третьего возраста». Во-первых, это продолжающиеся дискриминационные практики эйджизма по отношению к людям «третьего возраста». Сегодня они значительно «помолодели», распространившись на людей задолго до наступления их пенсионного возраста. Во-вторых, это значительные сдвиги в «образовательной» психологии и идеологии «серебряной» общности. В-третьих, это предстоящие изменения в образовательной мотивации и ценностных ориентациях людей, приближающихся к предпенсионному возрасту. В-четвертых, это осмысление того, что уже сейчас многие люди, находящиеся на подходе к предпенсионному возрастному рубежу, начинают задумываться о перспективах своей профессиональной занятости и будущем трудоустройстве в новом статусе, как бы это ни звучало странно в возрасте 45–50 лет.

Согласно проанализированным нами данным статистики, в России удельный вес лиц с высшим образованием в предпенсионных и пенсионных возрастных группах — от 45 лет и старше — неуклонно снижается: от 28,2 % (45–49 лет) до 13,7 % (70 лет и более). Причем резкий обрыв происходит на стыке двух последних групп — 65–69 (20,5 %) и 70 лет и более. Такая же ситуация наблюдается и в среднем профессиональном образовании, где различия между возрастными группами от 45 до 69 лет не очень значительны (колеблются в интервале от 50 до 44,8 %). Зато очень большие различия фиксируются между группой 65–69 лет (44,8 %) и группой 70 лет и более (27,8 %). Об этом свидетельствует составленная нами на основании данных микропереписи населения 2015 г. табл. 2.

Обратная тенденция наблюдается в ситуации с полным общим средним образованием, где удельный вес лиц от 45 до 69 лет неуклонно (хоть и медленно) повышается (от 16,1 до 19,5 %) [7, 179]. Эта тенденция легко объяснима: чем выше уровень профессионального образования тех или иных групп населения, тем ниже уровень их общего образования как основного его вида.

Из приведенных данных можно сделать, как минимум, два вывода в отношении образования людей «третьего возраста». Первый состоит в том, что существует значительный разрыв между двумя наиболее распространенными уровнями профессионального образования «серебряной» общности — высшим и средним

профессиональным. У некоторых возрастных групп он более чем вдвое. Так, у возрастной группы 50–54 года удельный вес имеющих высшее образование составляет 24,3 %, а среднее профессиональное — 51,3 %, у групп 55–59 лет — соответственно 21,5 % и 51,1 %, 60–64 года — 20,1 % и 48,5 %, 65–69 лет — 20,5 % и 44,8 %, 70 лет и более — 13,7 % и 27,8 % [7, 179].

Таблица 2

**Образовательный уровень групп людей предпенсионного и пенсионного возраста, %**

Возрастные группы, лет	Высшее образование	Неполное высшее образование	Среднее профессиональное образование	Полное среднее образование	Основное неполное среднее образование
45–49	28,2	1,6	50,0	16,1	3,6
50–54	24,3	1,3	51,3	18,8	3,8
55–59	21,5	1,1	51,1	20,6	5,2
60–64	20,1	1,0	48,5	20,9	8,6
65–69	20,5	1,0	44,8	19,5	12,3
70 и более	13,7	0,7	27,8	14,8	23,2

\*Составлено по таблице «Уровень образования населения по возрастным группам» (по данным микропереписи населения 2015 г.) [7, 179].

Второй вывод заключается в том, что у «серебряной» общности имеет место существенный потенциал для получения среднего профессионального и высшего образования. Наши интервью показывают, что немалая часть представителей «третьего возраста» хотели бы и даже мечтали получить высшее образование. Но по разным причинам в свое время им это не удалось сделать. Многие из них начинают понимать, что сдвиг выхода на пенсию на 5 лет и рост продолжительности жизни открывает перед ними путь учебы и приобретения высшего (а для некоторых — среднего профессионального) образования.

**Образовательные потребности людей «третьего возраста»**

Вместе с тем есть и иные результаты исследований недавнего времени. Они показывают весьма противоречивое отношение людей «третьего возраста» к повышению собственного образовательного уровня. С одной стороны, исследования компании SuperJob, проведенные в конце 2018 г., показали, что достаточно большое количество россиян предпенсионного возраста не стремится учиться, повышать свою квалификацию, получать новую профессию. Каждый десятый гражданин предпенсионного возраста не хочет проходить переподготовку. Такое желание есть только у 36 % опрошенных [5].

Исследование фонда «Общественное мнение» в 2015 г. показало, что в целом 61 % россиян не хочет учиться [3]. Их устраивает тот уровень образования, который они уже имеют, поэтому они не желают проходить дополнительные

курсы и получать новые знания и навыки. Чаще всего такой позиции придерживается старшее поколение: в возрасте от 31 года этот показатель равняется 51 %, от 46 лет — 81 %, а от 61 года — 90 %. Также против дальнейшего обучения чаще выступают граждане, у которых нет среднего профессионального или высшего образования.

Сказывается действие социальных стереотипов (возраст — пенсия — выход из профессии, активной жизни). Наши исследования показывают наличие у многих пенсионеров и предпенсионеров высокого уровня профессионального выгорания и усталости, отсутствие у большей части из них сформированных социокультурных паттернов образования через всю жизнь, осознание бесполезности получения образования в условиях несформированности «серебряного» рынка труда.

С другой стороны, у определенной части «серебряной» общности уже сформированы установки и готовность реализовывать стратегию активного долголетия, в том числе за счет образования. В этом случае мы наблюдаем противоречие между растущими жизненными, самореализационными устремлениями людей предпенсионного и пенсионного возраста и существующими в обществе ограниченными условиями для их активной жизнедеятельности. Отсюда возникает общественная потребность в раскрытии образовательного потенциала социальной общности «третьего возраста» и разработке направлений деятельности государственных и негосударственных структур по его формированию и использованию.

Пока отсутствуют какие-либо исследования способов решения названной выше задачи как в общероссийском масштабе, так в регионах и в конкретных образовательных организациях. Организационные структуры большинства российских вузов, учреждений среднего профессионального, дополнительного образования не адаптированы под потребности «серебряных» студентов [2]. В отличие от многих европейских и американских образовательных организаций, в них нет институтов, департаментов, кафедр, специализирующихся на обучении взрослых, тем более пожилых.

### **О необходимости системного развития «серебряного» образования**

В условиях начинающейся пенсионной реформы требуется нормативно-правовое обеспечение образования для людей «третьего возраста». Сегодня одного только Федерального закона 2012 г. «Об образовании в РФ» недостаточно для развития «серебряного» образования, поскольку он устанавливает лишь рамочные условия — снимает возрастные ограничения для получения образования. Необходим хорошо проработанный закон об образовании взрослых, который стимулировал бы развитие «серебряного» образования как особой подсистемы в рамках общероссийской системы образования.

Создание «серебряного» образования является важным показателем состояния социальной и образовательной политики. Его развитие соответствует приоритетным целям деятельности государства в интересах старшего поколения. Пока этот вид образования в России затрагивает только дополнительное и неформальное

образование (и то очень ограниченно) и почти не проник в высшую школу. Между тем именно университеты, реализующие в своей стратегии «третью миссию», обладают нормативными, организационными, информационными ресурсами и технологиями, позволяющими развивать и конструктивно использовать человеческий капитал старшего поколения.

В отличие от молодежного сегмента высшей школы «серебряное» высшее образование не может быть и не будет массовым. Это связано с тем, что «серебряные» университеты представляют собой лишь часть геронтообразования, которое разворачивается в пространстве не только формального, но и неформального и информального образования. За «серебряными» университетами могут быть закреплены специфические функции, связанные преимущественно с обновлением профессионального капитала «серебряной» общности.

Наш анализ различных практик в организациях среднего профессионального и высшего образования показал, что в некоторых из них существуют структуры, подразделения и группы преподавателей, готовые работать со взрослыми учащимися. Это институты дополнительного или непрерывного образования. В учреждениях культуры имеются также практики неформального образования для «серебряной» общности, но их явно недостаточно. Реализуя на практике концепцию «образования через всю жизнь», они ориентируются на целевую группу людей старшего возраста. Этой социальной общности такое образование необходимо для сохранения себя в профессии, рыночной экономике, адаптации к новым требованиям работодателя, здоровому образу жизни, полноценной культурно-досуговой деятельности.

Особого внимания и специальных подходов требует разработка финансово-экономической модели «серебряного» образования. В современных социально-экономических условиях государство не сможет полностью взять на себя финансирование «серебряного» образования. Даже в благополучные в экономическом плане 2000-е гг. разработчики различных его концепций указывали на необходимость соблюдения принципа паритетности и соучастия в этом проекте различных социальных и экономических субъектов. Этот принцип остается актуальным и сегодня.

Вклад государства в создание «серебряного» образования может быть осуществлен в форме частичного целевого финансирования различных программ для старшего поколения, посредством перераспределения средств пенсионных и иных социальных фондов. Имеют значение также организация системы привлечения частных средств, софинансирование конкурсов образовательных проектов, поддерживаемых различными негосударственными структурами и частными лицами.

Ключевая проблема образования людей «третьего возраста», требующая своего обсуждения, — проблема готовности к ее решению со стороны различных участников этого процесса. С одной стороны, это готовность самой «серебряной» общности к ее новой роли и необходимости интегрироваться в общество посредством продолжения образования. С другой стороны, это готовность государства, бизнеса и некоммерческих организаций работать над проблемой образования

для «серебряной» общности. Поскольку проблема — общая для всех названных субъектов, решать ее в любом случае придется сообща.

Межсекторальное взаимодействие, на наш взгляд, может помочь преодолеть многие нормативно-правовые, организационные, финансовые барьеры на пути развития «серебряного» образования. Благодаря этому можно будет обеспечить интеграцию «серебряной» общности в широкий спектр областей государственной, рыночной экономики и внерыночных секторов общественной жизни. Только возникают вопросы: каковы основания и формы такого взаимодействия? Кто может выступить актором продвижения идей и конкретных проектов?

Одна из ключевых и дискуссионных проблем — роль образования в развитии рынка труда для «серебряной» общности. Здесь нам видится особая регулирующая роль государства. Государство создает институциональные условия, которые стимулируют интерес к «серебряным» студентам со стороны работодателей. Оно способно регулировать конкуренцию на рынке труда между различными поколениями россиян. Государство само по себе может выступать привлекательным работодателем для «серебряных» выпускников.

В конце концов рынок и сам по себе является саморегулирующейся системой, способной самостоятельно расставить все акценты во взаимоотношениях с университетами и их выпускниками. Но эти процессы обязательно должны протекать на фоне межпоколенной толерантности, открытости и высокого качества высшего образования для всех возрастных групп населения. А государство в этом случае должно взять на себя роль создателя позитивной «возрастной идеологии».

Одна из важных проблем развития образования для людей «третьего возраста» — формирование общественного мнения и определенного резонанса в обществе вокруг данного процесса. Ведущие социологические организации страны проводят крайне мало исследований этого вида образования, по существу, не изучают потребности в нем, особенно в связи с начавшейся пенсионной реформой. Сегодня становится всем понятно, что один из элементов этой реформы — повышение уровня образования, обучение новым профессиям, переподготовка лиц пенсионного и предпенсионного возрастов.

Отсюда следует еще одна значимая проблема — определения траекторий, путей и форм развития образования «серебряной» общности. Мы исходим из того, что «третий возраст» постепенно, но неизбежно превратится в достаточно длительный этап жизни людей. Он будет иметь самостоятельное значение, станет сопряженным со специфическим и одновременно полноценным образом жизни, наполненным проявлениями трудовой, гражданской, социальной, образовательной, интеллектуальной, культурно-досуговой активности. Он окажется связанным с дальнейшим обогащением человеческого капитала.

Следовательно, в таких условиях люди «третьего возраста» должны иметь возможность выбора предлагаемых обществом траекторий и форм получения желаемого образования. Будут ли это университеты, колледжи, структуры дополнительного (естественно-научного, технического, гуманитарного), неформального и иного образования, будут ли в них платные или бесплатные образовательные услуги, должны делать выбор его потенциальные получатели.

В заключение сделаем общий вывод о необходимости тщательного изучения образовательных потребностей и ценностных ориентаций людей «третьего возраста» в разных регионах страны и выработки соответствующих рекомендаций и социальных технологий, направленных на создание в рамках российской системы образования подсистемы образования для «серебряного» возраста.

1. *Зборовский Г. Е.* Теория социальной общности. Екатеринбург, 2009. 304 с.
2. *Зборовский Г. Е., Амбарова П. А.* «Взросление» студенчества как феномен меняющегося высшего образования // Высшее образование в России. 2017. № 4. С. 38–49.
3. Интернет и образование. Пользуются ли россияне Интернетом в образовательных целях? [Электронный ресурс]. URL: <https://fom.ru/Nauka-i-obrazovanie/12256> (дата обращения: 05.03.2019).
4. Население России по полу и возрасту: статистика, распределение [Электронный ресурс]. URL: [http://www.statdata.ru/nasel\\_pol\\_vozr](http://www.statdata.ru/nasel_pol_vozr) (дата обращения: 05.03.2019).
5. Опрос: каждый десятый человек предпенсионного возраста не хочет проходить переподготовку [Электронный ресурс]. URL: <https://news.mail.ru/society/35086369/> (дата обращения: 05.03.2019).
6. Пожилые в современной России: между занятостью, образованием и здоровьем / И. А. Григорьева, Л. А. Видясова, А. В. Дмитриева, О. В. Сергеева. СПб., 2015. 336 с.
7. Российский статистический ежегодник. 2017 : стат. сб. М., 2017. 686 с.
8. *Laslett P.* What is Old Age? Variation over the Time and between Cultures // Health and Mortality among Elderly Populations / ed. by G. Caselli and A. Lopes. N. Y., 1996. P. 21–38.

*Статья поступила в редакцию 05.03.2019 г.*



## ДОВЕРИЕ К ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМ НОРМАМ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ В ОЦЕНКАХ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ\*

В статье исследуются проблемы институционального доверия в сфере высшего образования. Новизна результатов заключается в том, что на основе данных социологического исследования вузов Екатеринбурга осуществлена типологизация преподавательского сообщества по критерию доверия к институциональным нормам высшей школы. Это позволило сделать ряд выводов относительно управленческих стратегий, оптимизирующих взаимодействие образовательного менеджмента и социальной общности преподавателей как фактора развития высшей школы.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** доверие; институциональное доверие; социальный институт; институциональные нормы; институт высшего образования.

Уровень институционального доверия различных социальных общностей к высшему образованию в РФ невысок. Его обобщенные характеристики соотносятся с тенденциями постепенного снижения доверия к социальным институтам в российском обществе в целом [5, 6], а их социологический анализ достаточно широко представлен в отечественной литературе, где актуализированы проблемы доверия как социального капитала [4], его роли в эффективном управлении университетами [7], факторов, влияющих на его формирование, дисфункциональных проявлений доверия в современном образовательном пространстве [3, 10], культуры доверия участников образовательного процесса [9] и др. Научным коллективом Уральского федерального университета осуществлялся комплексный анализ проблем институционального доверия в рамках масштабного исследования, проведенного в вузах Уральского региона [1, 11, 12]. Исследование показало, что ряд ключевых аспектов, обуславливающих влияние доверия на эффективность функционирования высшей школы, нуждается в специальном изучении. Прежде всего, это касается изучения отношения образовательных общностей к элементам институциональной структуры высшего образования, и в частности к ее ядру — институциональным нормам.

---

\* Статья выполнена при поддержке РФФИ, проект № 18-011-00158 «Доверие как фундаментальная проблема российского высшего образования».

ШУКЛИНА Елена Анатольевна — доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета (e-mail: e.a.shuklina@urfu.ru).

ШИРОКОВА Елизавета Александровна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социальной работы и социологии медицины Уральского государственного медицинского университета, г. Екатеринбург (e-mail: lizashirokov@gmail.com).

© Шуклина Е. А., Широкова Е. А., 2019

Доверие к институциональным нормам — это основа эффективной образовательной политики. Разработка данной проблематики позволит углубить представления о том, как формируется институциональное доверие в высшем образовании, каков характер его влияния на функционирование институциональных норм и образовательную политику разных уровней. Новизна исследовательских подходов заключается также в возможности типологизировать образовательные общности по характеру и уровню доверия к институциональным нормам, смоделировать управленческие стратегии, которые целесообразно использовать применительно к различным образовательным общностям, имеющим различия в культуре доверия, что позволит оптимизировать взаимодействие между социальными общностями в сфере высшего образования.

Целью данной статьи является исследование доверия преподавателей к институциональным нормам высшей школы. Для этого в работе осуществлена кластеризация преподавательского сообщества по характеру и уровню доверия к институциональным нормам высшей школы, регулирующим ее деятельность на разных уровнях: федеральном, вузовском и внутривузовском; проведен анализ кластеров преподавательского сообщества, представители которых имеют разные модели доверительных отношений; рассмотрены возможные стратегии взаимодействия управленческого менеджмента с группами преподавателей, относящихся к разным культурным кластерам; актуализирована проблема формирования культуры доверия как фактора повышения эффективности образовательной политики в высшей школе.

### Материалы и методы

Эмпирической базой исследования стали результаты массового опроса преподавателей вузов г. Екатеринбурга, проведенного в марте — апреле 2019 г. В ходе исследования была реализована квотная выборка, она формировалась на основе статистических данных об образовательных общностях преподавателей и студентов города. Квотирование осуществлялось по направлениям (инженерно-техническое, естественно-научное, гуманитарное, социально-экономическое) и уровням подготовки (бакалавриат, специалитет, магистратура) студентов, структуре квалификационных степеней преподавателей. Размер квот в выборках преподавателей и студентов был идентичным, поскольку расчет штатных единиц профессорско-преподавательского состава осуществляется в соответствии с количеством студентов. Для формирования выборочной совокупности использовалась открытая информация, размещенная на сайтах вузов. Объем выборки преподавателей — 392 чел. Предельная ошибка выборки не превышала 5 %.

Измерение доверия преподавателей к институциональным нормам высшего образования было реализовано в рамках следующей методики. В качестве измерительных процедур был разработан комплекс показателей оценки доверия к системе управления образованием на разных уровнях. Всего использовано шесть блоков показателей. Оценивался уровень доверия к нормам, реализуемым:

- 1) в системе управления образованием на федеральном уровне;

- 2) системе управления образованием на уровне вуза в целом;
- 3) системе управления образованием на уровне кафедры, деканата (департамента);
- 4) организации образовательного процесса в вузе;
- 5) организации научной деятельности в вузе;
- 6) кадровой политике в вузе.

В каждом из шести блоков показателей доверие к институциональным нормам рассматривалось в трех аспектах:

- эмоциональном (например, вызывает ли конкретная норма ощущение «уверенности, предсказуемости», «справедливости, гуманности»);
- когнитивном (например, оценивает ли респондент конкретную норму как соответствующую «современным требованиям», его «намерениям и ценностям»);
- поведенческом (например, считает ли респондент, что конкретная норма «способствует реализации его целей», «обеспечивает ожидаемый результат»).

Оценка этих показателей осуществлялась по 10-балльной шкале.

Комплекс показателей, измеряемых количественно, позволил применить к полученным данным методику статистического анализа «кластеры на факторах» [2, 8]. Первый этап — сокращение количества показателей методом факторного анализа (метод извлечения данных — метод главных компонент, метод вращения данных — Варимакс). Второй этап — кластеризация полученных данных методом к-средних. В результате вычислений были выделены 3 кластера.

### Результаты исследования

Результаты статистического анализа позволили выявить 3 кластера в преподавательском сообществе, существенно различающихся между собой по уровню и характеру доверия к институциональным нормам высшего образования (табл. 1).

**Первый кластер (объемом в 16,0 %)** включил преподавателей, доверяющих исключительно **локальным институциональным нормам**, реализуемым в отдельных подразделениях вузов — кафедрах, деканатах, департаментах. Он объединил преподавателей, для которых данные нормы, регулирующие их профессиональную деятельность, оказались наиболее значимыми по сравнению со всеми остальными. Доверие к локальным нормам оценено максимально высоко по всем трем типам отношения — эмоциональному, когнитивному, поведенческому. Институциональные нормы, обеспечивающие реализацию образовательной политики федерального и вузовского уровней, в этом кластере абсолютно не вызывают доверия. В отношении представителей образовательного менеджмента федерального и вузовского уровней преподаватели этой группы занимают позицию «отвергающих и отверженных» и находятся в ситуации латентного конфликта.

**Второй кластер (объемом в 19,3 %)** объединил преподавателей, испытывающих доверие к более широкому кругу нормативного регулирования. Это преподавательское сообщество, для которых значимым является **весь комплекс вузовских норм**, включающих систему управления на уровне вуза и вузовских подразделений, организацию научной деятельности и реализацию кадровой

политики. Для этой части преподавательского сообщества характерна позиция «осторожного принятия» институциональных норм, лежащих в основе образовательной политики на уровне вуза.

**Третий кластер (объемом в 64,7%)** представляет собой сообщество преподавателей, ориентированных на **комплекс институциональных норм разного уровня — от локального до федерального**, не дифференцирующих нормы разных типов на предпочитаемые и отвергаемые, нейтрально оценивающих их в целом. В данной группе преподавателей нет значительного разброса в оценках образовательной политики разных субъектов управления и в связи с этим значительно больше количество удовлетворенных политикой федерального центра в отношении высшего образования по сравнению с другими группами преподавателей. В целом стратегию этой группы преподавателей можно охарактеризовать как «стратегию дистанцирования».

Таблица 1

**Типы кластеров преподавательского сообщества в зависимости от уровня доверия к институциональным нормам высшей школы (в средних значениях)**

Уровень доверия к...	1-й кластер	2-й кластер	3-й кластер	Всего
организации образовательного процесса:				
эмоциональный аспект	4,3387	<b>6,7361</b>	5,9024	5,8053
когнитивный аспект	4,7097	<b>6,6111</b>	5,8171	5,7868
поведенческий аспект	4,1613	<b>6,7639</b>	5,8293	5,7342
кадровой политике:				
эмоциональный аспект	3,4839	<b>6,7222</b>	5,4715	5,3842
когнитивный аспект	3,5968	<b>6,9722</b>	5,6138	5,5421
поведенческий аспект	3,6129	<b>7,0556</b>	5,6016	5,5526
организации научной деятельности:				
эмоциональный аспект	4,1290	<b>6,8472</b>	5,8699	5,7711
когнитивный аспект	4,2903	<b>7,0556</b>	5,9268	5,8737
поведенческий аспект	3,9194	<b>7,0972</b>	5,8780	5,7895
системе управления на уровне кафедры:				
эмоциональный аспект	7,3065	<b>7,2639</b>	6,1789	6,5684
когнитивный аспект	<b>7,3871</b>	<b>7,1250</b>	<b>6,1789</b>	6,5553
поведенческий аспект	<b>7,5000</b>	<b>7,2500</b>	<b>6,1220</b>	6,5605
системе управления на уровне вуза:				
эмоциональный аспект	<b>4,0806</b>	<b>6,4861</b>	<b>5,7642</b>	5,6263
когнитивный аспект	4,3871	6,4167	<b>5,8008</b>	5,6868
поведенческий аспект	4,2581	6,0694	<b>5,7602</b>	5,5737
системе управления на федеральном уровне:				
эмоциональный аспект	2,7258	3,8194	<b>5,5366</b>	4,7526
когнитивный аспект	3,0806	4,0278	<b>5,5528</b>	4,8605
поведенческий аспект	2,9194	3,8194	<b>5,4146</b>	4,7053

Наполняемость рассмотренных выше кластеров имеет значимые различия в зависимости от профессиональных и социально-демографических характеристик

преподавателей. По квалификационным параметрам (ученой степени) структура первого и третьего кластеров схожа: третью часть в них занимают преподаватели без степени, тогда как распределение преподавателей, имеющих степени кандидатов и докторов наук, практически одинаковое (табл. 2). Второй кластер — это сообщество профессионалов с более высоким уровнем квалификации, где «остепененных» преподавателей (особенно докторов наук) больше (83,4 %).

Таблица 2

**Структурные особенности кластеров в зависимости от научной степени преподавателей, % к числу ответивших\***

Степень	1-й кластер	2-й кластер	3-й кластер
Без степени	30,0	16,6	30,1
Кандидат наук	60,3	66,7	61,0
Доктор наук	9,7	16,7	8,9
Итого	100,0	100,0	100,0

\* *Pearson Chi-Square = Value 17,644<sup>a</sup>, Asymp. Sig. (2-sided) 0,007; Cramer's V = 0,152.*

Представители первого кластера в своих профессиональных предпочтениях испытывают склонность в основном к преподавательской деятельности (67,7 %). Для преподавателей второго кластера характерно стремление к сочетанию преподавательской, научно-исследовательской и управленческой видов деятельности. Третий кластер демонстрирует разнонаправленные интересы.

В структуре первого кластера доминирует группа со стажем свыше 20 лет (61,2 %). Это кластер преподавателей «серебряного возраста», более трети из них пенсионного возраста (35,5 %). Особенностью второго кластера является наличие двух стажевых доминант — 11–20 лет и от 20 лет и более, в целом составляющих 69,4 %. В этом кластере преобладают люди от 31 до 40 лет (36,6 %) и представители предпенсионного возраста от 41 до 55 лет (30,6 %) (табл. 3).

Таблица 3

**Структурные особенности кластеров в зависимости от педагогического стажа преподавателей, % к числу ответивших\***

Стаж, лет	1-й кластер	2-й кластер	3-й кластер
Менее 5	6,5	13,9	8,1
5–10	9,7	16,7	26,0
11–20	22,6	36,1	38,3
Более 20	61,2	33,3	27,6
Итого	100,0	100,0	100,0

\* *Pearson Chi-Square = Value 29,557<sup>a</sup>, Asymp. Sig. (2-sided) 0,000; Cramer's V = 0,197.*

Третий кластер наиболее однороден по стажу с модальным значением в интервале 11–20 лет (38,3 %). Он также имеет более равномерное распределение по возрасту. Одна треть преподавателей относится к возрастной группе от 31 до 40 лет (30,9 %), другая — к группе 41–55 лет (31,6 %) и еще одна треть — к группе 55 и более (28,4 %) (табл. 3).

Наполняемость кластеров различается не только по возрасту, но и по полу. Соотношение мужчин и женщин в первом (32,3 % и 67,7 % соответственно) и втором (36,1 % и 63,9 %) кластерах схоже. В третьем кластере значительно больше представлена группа преподавателей-мужчин (45,5 % и 54,5 %)¹.

Преподаватели, принадлежащие к разным кластерам, по-разному оценивают свое отношение к образовательной политике с точки зрения ее социальной значимости и социальной ответственности перед подсистемой высшего образования и социумом в целом (табл. 4).

Таблица 4

**Преподаватели о доверии к образовательной политике как социально ответственной и ориентированной на эффективное развитие образования в РФ, % к числу ответивших**

Преподаватели о доверии к...	1-й кластер	2-й кластер	3-й кластер	В целом по массиву
политике высшей школы*:				
скорее да	10,0	33,3	41,0	34,6
скорее нет	90,0	66,7	59,0	65,4
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0
политике вуза**:				
скорее да	20,0	63,9	41,0	42,0
скорее нет	80,0	36,1	59,0	58,0
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0

\* *Pearson Chi-Square = Value 20,498<sup>a</sup>, Asymp. Sig. (2-sided) 0,000; Cramer's V = 0,233.*

\*\* *Pearson Chi-Square = Value 26,182<sup>a</sup>, Asymp. Sig. (2-sided) 0,000; Cramer's V = 0,264.*

Так, только 10 % представителей первого кластера, ориентированных на локальные институциональные нормы (реализуемые в отдельных подразделениях вузов — кафедрах, деканатах, департаментах), считают образовательную политику РФ социально ответственной, обеспечивающей эффективное развитие системы образования. Во втором кластере уровень доверия в три раза выше (33,3 %), в третьем — в четыре (41,0 %). Это закономерно, поскольку второй кластер позитивно оценивает более широкий спектр институциональных норм, а третий — имеет самый высокий уровень доверия к институциональным регуляторам федерального уровня.

Тем не менее все преподаватели больше доверяют образовательной политике на уровне вузов и считают, что вузы в большей степени, чем федеральные

¹ *Pearson Chi-Square = Value 13,710<sup>a</sup>, Asymp. Sig. (2-sided) 0,030; Cramer's V = 0,134.*

структуры, являются социально ответственными в отношении развития высшего образования в России (табл. 5). Прежде всего это касается представителей второго кластера (63,9%), для которых характерно высокое доверие к институциональным нормам вузовского управления.

Таблица 5

**Респонденты о доверии к образовательной политике, реализуемой по отношению к преподавателям, % к числу ответивших**

Преподаватели о доверии к...	1-й кластер	2-й кластер	3-й кластер	В целом по массиву
политике высшей школы*:				
скорее да	13,3	22,2	43,1	34,4
скорее нет	86,7	77,8	56,9	65,6
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0
политике вуза**:				
скорее да	26,7	52,8	46,7	44,7
скорее нет	73,3	47,2	53,3	55,3
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0

\* *Pearson Chi-Square = Value 24,765<sup>a</sup>, Asymp. Sig. (2-sided) 0,000; Cramer's V = 0,256.*

\*\* *Pearson Chi-Square = Value 10,196<sup>a</sup>, Asymp. Sig. (2-sided) 0,006; Cramer's V = 0,165.*

Считают ли преподаватели себя защищенными в профессиональной деятельности? Особенностью представителей первого кластера является высокий уровень опасений, связанных с тенденциями развития российской высшей школы, непосредственно влияющими на их профессиональную деятельность и карьеру (см. табл. 5). Преподаватели второго кластера свою профессиональную защищенность соотносят, как правило, только с политикой вузов. Испытывая к ней доверие, они чувствуют себя более защищенными. Наиболее лояльными являются представители третьего кластера, доверие которых простирается не только на вузы, но и на федеральные структуры, выступающие в качестве субъектов образовательной политики.

### Выводы

Институциональное доверие в высшем образовании — многоаспектный феномен, представляющий собой комплекс доверительных отношений. В силу этого одной из важных исследовательских задач является изучение доверия образовательных общностей к элементам институциональной структуры высшего образования, в частности к институциональным нормам, которые лежат в основе реализации образовательной политики в высшей школе.

Институциональное доверие преподавателей к образовательной политике в РФ не является однородным и дифференцировано в структуре сообщества в зависимости от отношения его членов к институциональным нормам разного

уровня. Это позволяет выделить несколько кластеров общности преподавателей, отличающихся культурой доверия, доверия к нормативным регуляторам образовательной сферы.

Первый кластер (кластер «доверяющих институциональным нормам микроуровня»), самый немногочисленный, включает преподавателей, регламентация профессиональной деятельности которых в основном определяется доверием к локальным нормам внутривузовских структур. Доверие к структурным подразделениям вузов (кафедрам, деканатам, департаментам) достаточно велико и компенсирует высокий уровень недоверия к образовательной политике федерального уровня по отношению к высшей школе.

Типичными представителями этого кластера являются женщины-преподаватели с научно-педагогическим стажем более 20 лет, треть из них относятся к старшей возрастной группе пенсионного возраста. В большинстве своем они ориентированы исключительно на преподавательскую деятельность. В этом кластере значительный процент преподавателей без ученой степени. Его представители в большей степени, чем кто-либо, ощущают идентификацию с вузовским сообществом, демонстрируя при этом недостаточно высокий уровень адаптированности к динамике инновационных изменений в высшей школе. Они крайне негативно оценивают образовательную политику, реализуемую на федеральном уровне, политику в отношении преподавательского сообщества, явно испытывая опасения за свою профессиональную судьбу, карьеру, трудоустройство.

При реализации управленческой деятельности важно учитывать сформированную в этом кластере культуру недоверия, активно препятствующую эффективной коммуникации с образовательным менеджментом. Формирование доверия в этой группе связано с необходимостью достижения высокого уровня информационной открытости, активного диалога с сообществом, развитием культуры участия его представителей в принятии значимых для преподавателей решений, разработкой адаптационных мер в ходе инновационных изменений. Для представителей этого класса крайне болезненными будут изменения, связанные с организационными трансформациями, снижающими значимость кафедр как организационно-управленческих структур (например, при переходе к системе стратегических академических единиц новой модели «Университет 2.0»).

Второй кластер (кластер «доверяющих институциональным нормам мезоуровня», т. е. всему комплексу норм, определяющих политику на уровне вузов) включает преподавателей средних и старших возрастных групп с научно-педагогическим стажем от 11 и до 20 лет. В нем больше всего квалифицированных кадров — кандидатов и докторов наук. Представители этого кластера стремятся к совмещению педагогической, научно-исследовательской и управленческой видов деятельности. В реализации профессиональной деятельности они ориентируются на нормативное регулирование, реализуемое на уровне вуза в целом, позитивно оценивая вузовскую политику как наиболее адекватную их потребностям, требованиям времени и задачам развития высшего образования в российском обществе в целом. Они, испытывая недоверие к федеральным структурам образования, считают, что именно вузовская деятельность является социально



значимой и ответственной по отношению к социуму и социальной общности преподавателей.

Высокий уровень доверия к вузу обеспечивает этому кластеру возможность эффективной коммуникации с представителями образовательного менеджмента, адаптации к внедряемым инновациям, участия в управленческой деятельности в рамках общественных инициатив. Элементы культуры доверия, характерные для этого сообщества, являются значимым социальным капиталом и важным инструментом в реализации управленческой деятельности не только в вузе, но и при взаимодействии вузов со стейкхолдерами, бизнес-сообществами, муниципальными и региональными властями, заинтересованными в выстраивании эффективных отношений с высшей школой.

Третий кластер (кластер «индифферентных», их доверие ко всему комплексу институциональных норм — от микро- до макроуровня невысоко) — самый большой по объему и самый разнородный. Он несколько отличается от остальных по своим социально-демографическим характеристикам: в нем больше доля мужчин и молодежи. Специфика этого кластера заключается в том, что половина его представителей одинаково нейтрально оценивают регулятивные возможности институциональных норм высшей школы, вне зависимости от уровня их реализации (вузовский, региональный, федеральный). Данная ситуация объясняется разными причинами. Для этой группы преподавателей характерен самый низкий уровень идентификации с вузовским сообществом и осторожное планирование собственной карьеры в вузе. Они демонстрируют более высокие адаптивные возможности к реформированию высшего образования и в то же время наиболее высокий уровень оппортунистического поведения в ситуации преодоления бюрократических барьеров при реализации профессиональной деятельности.

Одинаково невысокий уровень доверия к образовательной политике разных уровней, стратегия дистанцирования и вынужденной адаптации к инновационным преобразованиям, отсутствие потребностей в рефлексии по поводу социальных последствий реформирования высшей школы делает этот кластер сложным объектом для реализации управленческих решений.

Рассмотренные выше особенности культуры доверия преподавательского сообщества показывают, что представители образовательного менеджмента находятся в настоящее время в ситуации, когда необходимо осознанно ставить задачи более активного и адресного формирования культуры доверия как фактора повышения социальной эффективности развития высшего школы.

---

1. *Амбарова П. А., Зборовский Г. Е., Шаброва Н. В.* «Старое» и «новое» доверие в высшем образовании // *Образование и наука.* 2019. Т. 21, № 1. С. 9–36.

2. *Галицкая Е. Г., Галицкий Е. Б.* Кластеры на факторах: как избежать распространенных ошибок? // *Социология 4М: методология, методы и математическое моделирование.* 2006. № 22. С. 145–161.

3. *Горина Т. С., Калашиников Н. А.* Роль коллективного признания в формировании доверия к институту образования // *Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7 : Философия.* 2014. № 4. С. 36–41.

4. *Доверие и недоверие в условиях гражданского общества.* М., 2013.

5. Евробарометр в России: стандартный [Электронный ресурс] // База исследований по Евробарометру. URL: <https://social.ganepa.ru/baza/bi/tag/1-evrobarometr> (дата обращения: 14.05.2019).

6. Европейское социальное исследование в России [Электронный ресурс] // The ESS — Европейское социальное исследование. URL: <http://www.ess-ru.ru/> (дата обращения: 14.05.2019).

7. *Колтина Л. В., Реутов Н. Н., Третьякова Л. А.* Социальное доверие в системе высшего образования Белгородской области: эмпирический анализ // Региональная экономика: теория и практика. 2016. № 6. С. 25–32.

8. *Крыштановский А. О.* «Кластеры на факторах» — об одном распространенном заблуждении // Социология 4М: методология, методы и математическое моделирование. 2005. № 21. С. 172–187.

9. *Матушак А. Ф.* Прогнозирование культуры доверия участников образовательного процесса в высшем профессиональном образовании // Вестн. Балт. федер. ун-та им. И. Канта. 2015. Вып. 5. С. 120–125.

10. *Токарева С. Б., Голубь О. В.* Деформация институционального доверия в современном образовательном пространстве: причины и проявления // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7 : Философия. 2015. № 4.

11. *Шуклина Е. А., Певная М. В.* Доверие как институциональная проблема высшего образования // Университетское управление: практика и анализ. 2017. № 6. С. 120–131.

12. *Шуклина Е. А., Ротова Е. В.* Управление рисками как фактор формирования культуры доверия в вузе. Часть 1, 2 // Вестн. Сургут. гос. пед. ун-та. 2018. № 4. С. 17–28; № 5. С. 26–35.

*Статья поступила в редакцию 14.05.2019 г.*

УДК 94 (44)“1789” + 330.33(44)(09)

Л. П. Веремчук

## **АЛЕКСИС ТОКВИЛЬ О ФОРМИРОВАНИИ БУРЖУАЗНОГО УКЛАДА ВО ФРАНЦУЗСКОЙ ЭКОНОМИКЕ ЭПОХИ СТАРОГО ПОРЯДКА**

Предметом исследования является анализ содержания разработанной известным французским историком первой половины XIX в. Алексисом Токвилем концепции формирования буржуазного уклада во французской экономике эпохи Старого порядка как одной из предпосылок революционного процесса во Франции конца XVIII в. Предпринимается попытка доказать, что сложный и длительный процесс генезиса капитализма исследователь выводил не только из городской экономики, как делали это до него Гизо, Тьерри, Минье, но из феодальной системы в целом, в том числе из ее аграрной сферы. Это позволило Токвилю более глубоко и точно, нежели его предшественникам, реконструировать социальные процессы, протекавшие во Франции эпохи Старого порядка, и внести тем самым значительный вклад в исследование содержания и роли переходной эпохи от Средневековья к Новому времени в истории страны. В свете этих фактов оспаривается попытка историков «ревизионистского направления» упрекнуть Токвиля в недостаточном внимании к экономической стороне изучаемой проблемы. Методологическую основу исследования составили принципы историзма, научной объективности, достоверности; использован историко-генетический метод в изучении экономических явлений и процессов; дискурс-анализ (анализ единиц смысла) и контент-анализ текстов Токвиля.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** революция; феодальная система; капиталистический уклад; «laissez-faire; laissez-passé»; «droit de franc fief»; «les bourgeois»; «la bourgeoisie»; сеньориальные права; сеньориальные ренты.

Главным мотивом обращения к вопросу формирования буржуазного хозяйственного уклада во Франции эпохи Старого порядка для известного французского историка первой половины XIX в. Алексиса Токвиля стало его стремление изучить проблему исторической обусловленности Великой французской

---

ВЕРЕМЧУК Людмила Павловна — доктор исторических наук, профессор кафедры права и международных отношений Казахстанско-Американского свободного университета, Республика Казахстан, г. Усть-Каменогорск (e-mail: 269724@mail.ru).

© Веремчук Л. П., 2019

революции, ее закономерности, причинности, сущностного содержания, что ему в значительной степени удалось сделать. Вместе с тем эта сторона его творчества и сегодня остается малоизученной, что заставляет остановиться на ней более пристальный взгляд.

Токвиль констатировал тот бесспорный факт, что к началу XVIII в. во Франции «силы Средних веков истощились», средневековое общество парализовала «старческая немощь»; старые начала «скорее задерживают поступательное движение цивилизации, чем способствуют ему»; оно стало непроницаемым для «нового духа времени» [3, 33–34]. Это новое стремилось к жизни, развитию, укреплению своих позиций.

Сделанное наблюдение приводило ученого к мысли, что Старый порядок заключал в себе «целую группу учреждений новейшего происхождения», которые «легко могли занять место в новом обществе» [Там же, 229]. В недрах феодальной системы формировался общественный уклад, содержащий деятельное, энергично растущее буржуазное начало; «все, что живет, действует, производит, все это по своему происхождению ново, и не только ново, но даже противоположно прежнему» [Там же, 34]. Нарождавшиеся процессы и явления отторгали старое общественное начало и формировали в широких слоях социума новые интересы, потребности, ментальные установки, настроения, способствовавшие решительной борьбе против него.

Выявление существования капиталистического уклада в средневековой общественной системе Старого порядка, достаточно развитого для того, чтобы не только породить революцию, но и дать ей осуществиться, составило плодотворный элемент научного поиска Токвиля в исследовании французской истории переходной эпохи от Средневековья к Новому времени. Он утверждал, что к моменту начала революции феодализм во Франции был разрушен уже наполовину [Там же, 32].

В этом анализе главное внимание ученого оказалось сосредоточено на соотношении классов и классовых интересов во французском обществе XVII–XVIII вв. Он увидел глубокую связь революции с социальными противоречиями между классами этого общества, значимость соотношения классовых интересов в динамике исторического процесса. Этот аспект его идей по достоинству оценили такие признанные исследователи Великой французской революции, как Н. И. Кареев [1, 30] и Ж. Лефевр [9, 315].

В центр своего историко-социологического анализа ученый поместил три основных общественных класса позднефеодальной Франции — дворянство, буржуазию и крестьянство, справедливо полагая, что из конфликтов и противоречий именно этих классов родилась революция. Соответственно аспекту, избранному в предлагаемой публикации, остановим внимание на характеристике Токвилем социального статуса и хозяйственной деятельности тех социальных слоев позднефеодальной Франции, которые он обозначал в своих текстах по преимуществу терминами «*les bourgeois*», «*la bourgeoisie*» [11, 166].

Хорошо известно, насколько широко трактуется этот термин в исторической науке и насколько неоднозначно в связи с этим могут быть объяснены явления социального порядка. Достаточно вспомнить дискуссию о социальном содержании

событий Реформации и Великой крестьянской войны в Германии, всколыхнувшую советскую медиэвистику в 50-е гг. XX в. В 60–70-е гг. неоднозначность этого понятия породила спорные трактовки социальной структуры эпохи Старого порядка, дискуссию историков «классического» и «ревизионистского» направлений.

В историческом дискурсе Токвиля понятия «les bourgeois», «la bourgeoisie» используются неоднозначно. Ими он обозначал имущие слои средневекового города, характеризовал средние классы Франции эпохи Старого порядка и теми же терминами определял буржуазию XIX в., связанную с крупным товарным промышленным производством.

Столь широкое толкование терминов «les bourgeois», «la bourgeoisie» превращает их в некую трансцендентную форму, не позволяющую с точностью определить социальный характер явлений, с которыми ученый их ассоциировал. Попытаемся проследить, какую совокупность характеристик он прилагал к «буржуазии» эпохи Старого порядка, с какими сферами и родом экономической деятельности, источниками доходов и формами собственности ее связывал, как соотносил ее с другими социальными слоями общества.

Токвиль утверждал, что большая часть средних классов тогда населяла город [3, 107]. Значительное их число было связано со старыми средневековыми цеховыми формами, делившими городскую социум на множество мелких корпораций с традиционной для них замкнутостью, исключительностью, соперничеством, жесткой регламентацией всех сторон и всех процессов производства. Исследователь подчеркивал, что эти профессиональные корпорации все еще сохраняли свои достаточно сильные монопольные права на занятие ремеслом: трудно было «ускользнуть от ига цехов» [Там же, 92], считал их явлением феодальным по своей природе, самой косной и рутинной структурой позднефеодального социума.

Хозяйственная деятельность другой части городских средних классов эпохи Старого порядка, как показал Токвиль, была связана с новым — капиталистическим, внецеховым экономическим укладом. Характеризуя ее, он указывал на то, что уже в XVI–XVII вв. во многих городах Франции «существовали значительные типографии», основанные на труде наемных рабочих; в XVIII в. число их заметно возросло [Там же, 90]. Как известно, это производство не знало цеховых форм, поскольку по самой технологической основе могло быть организовано лишь как крупное товарное производство мануфактурного типа, основанное на принципе разделения труда в производственном процессе.

Утверждая, что прогресс промышленного производства и предпринимательства стал быстрым и видимым в последние десятилетия XVIII в., ученый писал: общественное благосостояние «развивается с беспримечной доселе быстротой»; «...народонаселение растет, богатства растут еще быстрее. Этот общественный подъем не замедляется и Американской войной: государство вовлекается ею в долги, но частные лица продолжают богатеть; усиливается промышленный дух, предприимчивость и изобретательность» [Там же, 193].

Опираясь на экономический анализ Артура Юнга, Токвиль отмечал, что в 1788 г. торговые обороты Бордо были значительнее торговых оборотов Ливерпуля — одного из самых развитых промышленных центров Англии, лидировавшей

тогда в мире по уровню экономического развития [3, 93]. Строятся дороги, каналы, заводы, фабричные печи; все это составляет объект внимания правительства и деятельности городских буржуа [Там же, 91, 93]. Историк отмечал, что в экономическую практику того времени начинали входить разработанные физиократами принципы «laisser-faire, laisser-passer» [Там же, 179].

Токвиль выявил неравномерность развития новых форм в различных регионах страны, отметил прочное и устойчивое сохранение феодализма в областях нижнего течения Луары, Бретани, Пуату. Именно там «революция встретила наиболее ожесточенное и продолжительное сопротивление» — писал он, имея в виду Вандею [Там же, 196]. Иные экономические тенденции ученый обнаруживал в развитии области Иль-де-Франс, ее экономическом центре — городе Париже. «Мы без труда убедимся, что Старый порядок всего ранее и наиболее глубоко был преобразован в областях, смежных с Парижем», — утверждал он [Там же, 195]. «Перестав быть простым центром обмена, сделок, потребления и удовольствий, Париж все более становился промышленным и мануфактурным городом» [Там же, 91–92].

Движущим началом этого экономического подъема являлась та часть «les bourgeois», «la bourgeoisie», из которой формировалась собственно буржуазия рождавшегося нового капиталистического общества. Прежде всего ее Токвиль имел в виду, когда писал, что важнейшей предпосылкой быстрого поступательного развития Франции эпохи Старого порядка являлась «нация, которая, в лице своих верхних слоев, была уже самую просвещенную и свободную из всех наций континента, и в среде которой каждый мог сколько угодно обогащаться и спокойно пользоваться однажды приобретенным состоянием» [Там же, 194].

Ученый указывал на то, что в эпоху Старого порядка возросли экономические возможности буржуазии, укрепилась ее собственность. Раньше и устойчивее, чем где-либо, эти тенденции проявили себя в развитых областях государства. Там буржуазии удавалось потеснить цехи, тем или иным путем получая от короля разрешение на промышленную деятельность вопреки их монопольным правам на занятие ремеслом в городе и городской округе. Именно таким образом возникли и успешно развивались Сент-Антуанское и Тампльское предместья Парижа, сыгравшие столь значительную роль в последующих революционных событиях. Ученый отмечал, что цехи оказывали губительное воздействие на новые экономические формы, не давая им возможности развиваться [Там же, 92].

Не менее пагубной для предпринимательской деятельности буржуазии являлась фискальная политика абсолютной монархии и ее бесчисленные регламентации в этой сфере. «Промышленность подвергалась не только стеснениям, налагаемым на нее цехами, институтом мастеров», иными ограничениями, но и отдавалась в «жертву всем причудам правительства» [Там же, 266]. В числе препятствий, которые встречали на своем пути новые экономические формы, Токвиль называл «неравномерное распределение повинностей, пестроту обычного права, существование внутренних таможен, феодальных повинностей, цехов, продажных должностей» и многое другое [Там же, 194].

Эти пути и препятствия, соединенные с несовершенством управления и злоупотреблениями властью имущих, создавали почву для революции, превращали

торгово-промышленные слои общества в активных сторонников глубоких социальных преобразований. «Вот почему, — писал исследователь, выражая эту мысль, — рентьеры, коммерсанты, промышленники и другие деловые или денежные люди, образующие обыкновенно класс, наиболее враждебный политическим нововведениям... на этот раз оказались классом наиболее нетерпеливым и решительным в деле реформ. Он с громкими криками требовал, прежде всего, полного переворота во всей финансовой системе» [3, 199].

Обобщая сказанное, можно утверждать, что Токвиль показал городских буржуа как имущий социальный слой, значительная часть которого во Франции эпохи Старого порядка была связана с новыми, нефеодалными, формами организации хозяйственной деятельности и новыми источниками доходов. Эта буржуазия, чрезвычайно стесненная в своей деловой активности старыми нормами, законами, обычаями, была в высшей степени недовольна ими, энергично требовала их упразднения.

Из торгово-промышленных предпринимательских слоев города Токвиль выводил ту часть «*les bourgeois*», «*la bourgeoisie*», которая вкладывала свои капиталы в аграрную сферу. В выявленном им процессе разорения дворянства и утраты им части своей земельной собственности эти буржуа были в числе тех, кто такие земли приобретал. «Живя обыкновенно в городах, — писал о них исследователь, — буржуа, однако же, нередко владел сельскими угодьями, а иногда приобретал даже дворянские поместья» [Там же, 97].

Рассматривая процесс постепенного перемещения земельного фонда из рук дворян в руки предпринимательской буржуазии, Токвиль, опираясь на документальные источники, констатировал тот действительный факт, что в развитых провинциях тогдашней Франции (Нормандия, Пикардия, территории близ Парижа) утвердились и успешно функционировали новые, нефеодалные формы организации аграрного производства. Значительная часть дворянских земель была соединена здесь в крупные хозяйственные комплексы, которые их собственники сдавали в фермерскую аренду городским буржуа, получая от этой аренды крупный доход [Там же, 290].

Такие фермы становились объектом активной предпринимательской деятельности. Токвиль утверждал, опираясь на доводы Тюрго, что на остальных землях сеньории, где сохранялись феодальные формы организации хозяйства, традиционные сеньориальные ренты составляли «лишь очень скромную долю дохода», и этой его статье здесь придавали почти номинальное значение [Там же].

В менее развитых провинциях Франции, справедливо замечал Токвиль, земли сеньорий не были собраны в крупные хозяйственные комплексы. Их феодальный собственник сеньор и его вассалы, как правило, не имели обширных барских запашек. Эта земельная собственность была разделена на многочисленные феодально зависимые крестьянские держания, обремененные традиционными поземельными рентами, главным образом зерновыми оброками, гарантией выплаты которых являлась круговая порука. Доход феодальных земельных собственников этих регионов состоял «почти целиком» из таких оброков [Там же].

Токвиль одним из первых обнаружил этот исторический факт, ввел его в научный оборот, описал процессы, сыгравшие важнейшую роль в становлении капиталистических форм аграрного хозяйства страны. К их глубокому изучению обратятся в XX столетии многие исследователи аграрного строя позднефеодальной Франции [2, 5–8].

Предпринимательскую деятельность в сельском хозяйстве ученый считал процессом гораздо более сложным, нежели в сфере торгово-промышленной. Он отмечал, что приобретение земли было делом дорогостоящим, доступным лишь крупному капиталу, чрезвычайно затрудненным феодальным законодательством [12, 26]. Историк приводил в пример «*droit de franc fief*» — особый налог на разночинцев, владевших дворянскими имениями [3, 120]. Токвиль уточнял, что «само дворянство желало бы отмены этой подати, так как последняя удерживала разночинцев от покупки его земель» [Там же, 121]. Тем не менее «*droit de franc fief*» сохранялся на протяжении всего Старого порядка. Его строго требовали к уплате (даже «сын оплачивает его при наследовании своему отцу» [Там же]), несмотря на то, что феодализм, с которым он был связан, во Франции XVIII в. был уже наполовину разрушен.

Богатый горожанин, вложивший капитал в покупку дворянской земли, тут же оказывался в поле действия сеньориальной администрации и сеньориального права. Порой оно ложилось на него даже большим бременем, чем на крестьян.

Стремясь уйти от гнета дворянских поземельных привилегий, такой «богатый разночинец предпочитал отдать свою недвижимость в аренду и удалиться в ближайший город» — писал ученый о трудностях организации предпринимательской деятельности в деревне [Там же, 108]; отмечал, что эти трудности мешали развитию новых, товарных форм земледельческого производства [Там же, 109, 121].

Подводя итог суждениям Токвиля относительно экономической основы деятельности буржуазии эпохи Старого порядка, выделим следующие основные положения. Социальный строй Франции того времени ученый считал еще наполовину феодальным, однако уже существенно обновленным формами, связанными с капиталистическим предпринимательством как в сфере промышленности и торговли (в большей степени), так и в сфере аграрной (в меньшей степени). Значительная часть тех «*les bourgeois*», о которых он писал, была занята этой новой деятельностью, имела иные, нежели феодальные социальные слои, источники доходов и экономические интересы. Старый порядок стеснял и сдерживал их развитие, вызывал их недовольство и противодействие, формировал в предпринимательских слоях революционные настроения.

Следует отметить то обстоятельство, что сложный и длительный процесс генезиса капитализма исследователь выводил не только из городской экономики, как делали это до него Гизо, Тьерри, Минье, но из феодальной системы в целом, в том числе из ее аграрной сферы. Это позволило ему гораздо более глубоко, нежели его предшественникам, реконструировать социальные процессы, протекавшие во Франции в XVIII в., и внести тем самым значительный вклад в исследование переходной эпохи от Средневековья к Новому времени. В свете этих фактов представляется необоснованной попытка некоторых комментаторов Токвиля упрекать



его в недостаточном внимании к экономической стороне изучаемой проблемы, как это делает, в частности, Ф. Фюре, характеризующий эту сторону идей ученого определениями («поверхностный», «неконкретный»), не согласующимися с ее действительным содержанием [4, 159–162].

Возражая этим негативным оценкам, отметим, что, не разворачивая обширных экономических и статистических характеристик, Токвиль, однако, показывал общее содержание изучаемых им экономических явлений на таком глубоком сущностном уровне, который позволял ему с большой степенью адекватности трактовать историческую конкретику. В этом смысле совершенно бесспорным представляется утверждение Ж. Лефевра относительно того, что и в исследовании об американской демократии, и в книге «Старый порядок и революция» Токвиль оставил такие образцы социально-экономического анализа, которые во многом стали классическими [10, 21–22], позволили ему существенно уточнить интерпретацию истории [Там же, 23].

- 
1. Кареев Н. И. Западная Европа в Новое время. Революция и наполеоновская эпоха. Петербург, 1922. 124 с.
  2. Люблинская А. Д. Французские крестьяне в XVI–XVIII вв. Л., 1978. 254 с.
  3. Токвиль А. Старый порядок и революция. М., 1896. 350 с.
  4. Фюре Ф. Постигение Французской революции. СПб., 1998. 224 с.
  5. Червоная Т. М. Крестьянство юга Парижского района в XVI–XVII вв. // Средние века, М., 1971. Вып. 34. С. 191–200.
  6. Червоная Т. М. Проблема становления капиталистического фермерства во Франции XVII в. // Средние века. М., 1972. Вып. 35. С. 93–113.
  7. Constant J.-M. La propriété et le problème de la constitution des fermes sur les censives en Beauce aux XVI-e et XVII-e siècles // Revue historique. 1973. № 506.
  8. Jacquart J. La crise rurale en Ile-de-France. 1550–1670. P., 1974. 800 p.
  9. Lefebvre G. À propos de Tocqueville // Annales historiques de la Révolution française. 1955. Oct. – Déc. P. 313–323.
  10. Lefebvre G. Introduction // Tocqueville A. de. Œuvres complètes. P., 1952. Vol. 2. P. 9–30.
  11. Tocqueville A. de. L'ancien régime et la Révolution. P., 1857. 479 p.
  12. Tocqueville A. de. Œuvres complètes. P., 1877. Vol. 8.

Статья поступила в редакцию 03.04.2019 г.

# ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

УДК 004.738.5 + 316.774:316.3

А. Д. Гурарий  
А. Д. Сущенко  
О. И. Пименова

## ПРИВЕДЕТ ЛИ ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ К НОВОМУ НЕРАВЕНСТВУ В МИРЕ: МНЕНИЯ УЧЕНЫХ

Рец. на кн.: *Digital Divide: the Internet and social inequality in international perspective* / ed. by M. Ragnedda, G. W. Muschert. — Routledge, 2013. — 324 p.

Дается краткий обзор монографии *Digital Divide: the Internet and social inequality in international perspective* (2013), центральной темой которой является цифровое неравенство в современном обществе. Монографию характеризует фундаментальность исследования. Продемонстрирована применимость классических социологических теорий К. Маркса, М. Вебера и Э. Дюркгейма к актуальным проблемам, обусловленным виртуальным неравенством. Отличительной особенностью исследования является глобальный масштаб сравнительного анализа проблемы цифровой дискриминации, которая сегодня становится дополнительным фактором социальной стратификации. Обращает на себя внимание синтез теоретического знания со значительным объемом эмпирических данных, полученных посредством различных форм сбора информации (проведение интервью, оффлайн- и онлайн-опросов; использование официальной государственной статистики; вторичный анализ данных агентств по сбору общественного мнения).

К л ю ч е в ы е с л о в а: информационное общество; цифровое неравенство; социальная стратификация; маргинализация.

---

ГУРАРИЙ Анна Дмитриевна — кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках Уральского федерального университета (e-mail: anna.gurariy@urfu.ru).

СУЩЕНКО Анастасия Дмитриевна — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Научно-исследовательской лаборатории по проблемам университетского развития Уральского федерального университета (e-mail: a.d.sushchenko@urfu.ru).

ПИМЕНОВА Ольга Игоревна — кандидат социологических наук, доцент кафедры прикладной социологии Уральского федерального университета (e-mail: o.i.pimenova@urfu.ru).

© Гурарий А. Д., Сущенко А. Д., Пименова О. И., 2019

Современный мир характеризуется активным внедрением новых технологий, существенно меняющих все сферы общественной жизни человека. С одной стороны, появляются перспективы преодоления прежних форм неравенства между людьми по материальному положению, образованию, доступу к общественно-политической деятельности. С другой стороны, возникает опасность становления нового вида неравенства, вызванного различиями в ресурсах, необходимых для использования достижений современной науки и техники.

Ключевой темой рецензируемой монографии является цифровое неравенство. Основной целью исследования было проведение глубокого сравнительного анализа причин социального неравенства и стратификации в условиях цифрового общества. Особенность данной научной работы – широкая география авторов-исследователей, что позволило дать каждому из выделенных регионов во многом исчерпывающую информацию касательно магистральной темы. Главы монографии посвящены развитым странам (США, страны Западной Европы, Япония); странам БРИК (Бразилия, Россия, Индия, Китай); странам Восточной Европы; странам Ближнего Востока; странам и регионам, требующим дополнительного изучения с точки зрения цифрового неравенства (Латинская Америка, Центральная Азия, некоторые страны Африки). Отдельно необходимо обозначить научный фундамент монографии, представленный в первой главе. Проблема цифрового неравенства базируется на концепте социального неравенства, однако уже во введении авторы подчеркивают, что обозначенная проблема не сводится к наличию или отсутствию доступа к сети Интернет и во многом является не изученной с точки зрения классических социологических теорий (теории К. Маркса, М. Вебера, Э. Дюркгейма).

Распространяется ли классическое толкование неравенства на неравенство цифровое? Обостряет ли цифровое неравенство, создавая новые формы стратификации, существующие проблемы? Зависит ли цифровое неравенство от страновых особенностей?

Для ответа на обозначенные вопросы концепция исследования предусматривала постановку следующих задач:

- 1) применение классических социологических теорий к проблемам цифровой дискриминации и виртуального неравенства;
- 2) проведение сравнительного анализа проблем цифрового неравенства, учитывая страновые и культурные особенности того или иного государства;
- 3) рассмотрение с точки зрения социологии поведения пользователей Интернета с различными социально-экономическими характеристиками (пол, возраст, образование, доход, страна, сфера деятельности, этническая принадлежность) для выявления их зависимости от социального статуса.

В представленной монографии отдельное внимание обращает на себя раздел, посвященный России. Анализ основных аспектов цифрового неравенства в современной России был проведен с учетом таких переменных, как региональные особенности, доходы, пол, возраст, профессия, с тем чтобы установить взаимосвязь между социально-экономическим положением индивидов и их доступом к цифровым технологиям. Автор раздела, профессор кафедры анализа

социальных институтов факультета социальных наук НИУ ВШЭ И. Ф. Девятко, применяет неофункционалистский подход и демонстрирует его потенциал относительно будущих исследований социальной стратификации. Для анализа были использованы статистические данные по наличию доступа к Интернету у различных социальных групп с 2002 по 2011 г., представленные Федеральной службой государственной статистики, фондом «Общественное мнение» и рядом агентств по исследованию общественного мнения. Кроме этого были кратко проанализированы политические инициативы, направленные на сокращение цифрового разрыва, что позволило обозначить перспективы и возможности сближения разных групп населения в вопросе использования информационных технологий.

В ходе проведенного анализа была выявлена взаимозависимость между профессиональной занятостью и цифровым неравенством. Автор приходит к выводу, что различия в профессиональной деятельности неизбежно приводят к разной степени интенсивности использования интернет-ресурсов. По мнению автора, к данному выводу могут быть успешно применены теоретические подходы Э. Дюркгейма к стратификации, а также подходы Т. Парсонса к профессионализации.

Таким образом, можно утверждать, что монография представляет собой глубокое исследование феномена цифрового неравенства как нового фактора социальной стратификации. Ключевые положения теорий К. Маркса, М. Вебера и Э. Дюркгейма по-прежнему актуальны в условиях современного цифрового общества. Цифровая инфраструктура глобального капитализма обостряет проблему индивидуализации общества. Необходимость дистанционного контроля над населением способствует еще большей рационализации поведения личности, что негативно сказывается на поддержании социальных контактов и чувстве принадлежности к той или иной социальной группе. Данные тренды в совокупности со снижением уровня благополучия в западных странах и увеличивающимся разрывом между развитыми и развивающимися странами значительно повышают риск маргинализации, что, в свою очередь, ведет к еще большему социальному неравенству. Авторы подчеркивают, что цифровые технологии играют сегодня ключевую роль в доступе к ресурсам и являются неотъемлемым условием участия в социальной жизни. С одной стороны, возможность пользоваться новыми технологиями необходима для включения государства в пространство глобального капитализма. Технологии также расширяют права людей в сфере образования, политической и культурной жизни, профессиональной занятости и дальнейшей социализации. Но с другой стороны, «цифровое благополучие» является лишь одним из ресурсов, который не может быть использован без постоянной модернизации социально-экономической и социокультурной жизни общества.

Представленная монография позволяет читателям по-новому взглянуть на роль основополагающих потребностей человека в вопросе использования интернет-технологий. Лишь при наличии беспрепятственного доступа индивида к качественной еде, воде, сервисам социальной жизни возможно полномасштабное использование цифровых сервисов. Глобальный курс на расширение «цифровых»

границ в жизни общества, отложенный эффект от которого не может быть в полной мере спрогнозирован, подтверждает актуальность анализа зарубежными и отечественными исследователями проблемы цифрового неравенства, являющейся фактором стратификации современного общества.

*Рецензия поступила в редакцию 26.07.2019 г.*

# НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

## В РЕЖИМЕ ДИАЛОГА

Мы урожая ждем от лучших лоз,  
Чтоб красота жила, не увядая...

*У. Шекспир*

Вынесенные в качестве эпиграфа строки известного шекспировского сонета посвящены, как известно, теме сохранения внешней красоты человека в его потомках. Но именно они приходят на память, наполняясь принципиально другим метафорическим содержанием, связанным с исследовательской деятельностью, в контексте состоявшейся весной этого года II Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции «INITIUM. Художественная литература: опыт современного прочтения», организованной кафедрой русской и зарубежной литературы департамента «Филологический факультет» Уральского гуманитарного института УрФУ. Более семидесяти молодых ученых из самых разных вузов, отечественных и зарубежных (таких как Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина (Пушкин), Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики (Москва), Самарский государственный социально-педагогический университет, Самарский государственный университет, Челябинский государственный университет, Сибирский федеральный университет (Красноярск), Липецкий государственный педагогический университет, Беларусский государственный университет, Будапештский университет имени Лоранда Этвеша, Сегедский университет (Венгрия)), собрались 5 апреля 2019 г. в Екатеринбурге, чтобы поделиться результатами своих научных поисков по самым актуальным проблемам развития мировой литературы.

Конференция проходила на площадках Объединенного музея писателей Урала, что традиционно для литературоведческих собраний и что всегда создает особую атмосферу «домашности» (вспомним замечание О. Мандельштама: «филология — это домашность»). Деревянные особняки Литературного квартала не только погружают в литературную ауру: их особое пространство исключает любой оттенок формального отношения к происходящему.

Представленные на конференции доклады со всей очевидностью продемонстрировали высокий уровень профессиональной подготовки будущих специалистов-литературоведов, их живой интерес к изучаемому материалу, способность быстро и адекватно реагировать на возникающие вопросы и активно и увлеченно подключаться к рождающимся на глазах диалогам-дискуссиям. Начинающие исследователи разных школ и направлений литературоведческой науки постоянно находились в том дискуссионном поле, где традиционные взгляды на те или иные подходы к рассмотрению художественного произведения уточнялись и корректировались разнообразными новыми, еще не устоявшимися в науке о литературе приемами и методами анализа.

Именно диалогичность, понятая по М. Бахтину, т. е. как осуществление разговора, основанного не по принципу противопоставления («или... или»), но по принципу взаимодополнительности («и... и»), стала, несомненно, самой важной и яркой чертой работы молодых ученых. Причем диалог в работе секций велся как между поколениями (учитель — ученик), так и внутри молодого поколения. Работа в режиме диалога носила не только интенсивный, но и длительный, непрекращающийся характер: от обсуждения с научным руководителем темы предполагаемого доклада через коллективное обсуждение на секции к независимой рецензии «стороннего» преподавателя. Все вместе нередко заканчивалось осознанием необходимости доработки статьи перед ее публикацией, где будет указан и автор, и имя учителя, под руководством которого работа увидит свет.

Тон и ритм работы был задан уже в начале конференции, которую приветствовали (так сложилось само собой) выпускники филологического факультета разных лет: И. В. Евдокимова (директор Объединенного музея писателей Урала), В. А. Гудов (заместитель директора Уральского гуманитарного института УрФУ), Л. А. Назарова (заведующая кафедрой русской и зарубежной литературы). На пленарном заседании преподаватели кафедры продемонстрировали, как три разных методологических подхода дают интересные интерпретационные результаты: анализ художественной парадигмы (доклад проф. О. В. Зырянова «Очерк художественной антропологии Д. Н. Мамина-Сибиряка»), исследование поэтики (доклад доц. М. Р. Чернышова «Обозначение времени в экспозиции англоязычного серийного детектива»), характеристика типа творческого поведения писателя, которое всегда накладывает особый отпечаток на его текст (доклад проф. Т. А. Снигиревой «Псевдонимная игра Г. Ш. Чхартишвили»).

Далее согласно регламенту конференции участники и руководители работали одновременно в шести секциях. Дадим слово участникам каждой из них. *Алексей Попович, УрФУ*: «Название секции (**“Древнерусская литература и фольклор: жанр — образ — мотив”**) говорит само за себя. И дело не только в хронологической глубине, предполагающей разброс докладов (от древнегреческой комедии или древнерусской проповеди до всегда актуального фольклора), но и в присущей литературе устойчивости тем и мотивов. Не случайно в обращении участников конференции к таким “древним” явлениям, как жертвенность, винопитие, семейные истории, вечные образы или зло в природе человека, постоянно ощущалась современность древней литературы и фольклора, несомненно вызывавшая

у слушателей интерес». *Василиса Касимова, УрФУ*: «Нашу чудную секцию вели Татьяна Александровна Снигирева и Наталья Борисовна Граматчикова. Несмотря на то, что докладчиков было много, мы работали бойко и дружно... Обсуждение прошло активно и было полезно для всех!»

*Евгения Потапова, УрФУ*: «Работа в секции (**“Отечественная литература XIX века: проблематика и поэтика”**) была очень динамичной. Показательно, что на обсуждение докладов и вопросов у нас ушло так много времени, что к награждению мы пришли последними: наш полилог получился очень разносторонним и интересным!» *Ольга Кадушина, Уральский государственный педагогический университет*: «Конференция замечательная: широта тематического спектра, полифония мнений, слово профессионалов — всё здесь было очень гармонично! Как и общая атмосфера “литературного духа”, за что отдельная благодарность Объединенному музею писателей Урала! Большое спасибо коллегам и модератору Юлии Владимировне Матвеевой за полилог, в ходе которого все мы получили удовольствие от общения по темам и новые идеи для дальнейшей работы!»

*Владислав Биктимиров, УрФУ*: «В работе секции **“Отечественная и зарубежная литература: интерпретации и современные проекции”** принимали участие докладчики из разных городов — Москвы, Екатеринбурга, Челябинска. Работа секционного заседания продемонстрировала самый широкий спектр тем и подходов, актуальных для современного литературоведения и культуры в целом. Участие в работе секции позволило познакомиться с самыми новыми темами, открыть перспективы для дальнейшей научной рефлексии, найти необходимые контакты». *Евгения Жиронкина, УрФУ*: «Хотелось бы отметить необычный формат обсуждения. После выступлений участники получали вопросы в письменном виде: это не только позволило задать интересующие вопросы даже самым застенчивым слушателям, но и обеспечило адресатам возможность качественно продумать ответы, избежать стресса. Благодаря дружественной обстановке, заинтересованности публики, ценным замечаниям и предложениям экспертов Ларисы Александровны Назаровой и Ольги Наумовны Турышевой конференция INITIUM была высоко оценена как местными молодыми учеными, так и гостями Екатеринбурга».

*Яков Шумков, УрФУ*: «В секции **“Русская литература XX века: возможности прочтения”** обсуждались проблемы интерпретации литературы XX в. Запомнились выступления М. О. Баруткиной, которая представила доклад о мотиве Моления о чаше в стихотворениях Юрия Живаго; М. А. Зиновьевой, чей доклад был посвящен жанровой специфике творчества Николая Рубцова; А. А. Харахиной — о пространственных образах в поэзии Ивана Жданова; А. А. Мисочки — о связях танца античности и танца XX в. В целом стоит отметить приятную, но в то же время строгую, рабочую атмосферу на секции, которая во многом была создана усилиями председателей секции — Игоря Евгеньевича Васильева и Анны Манасовны Меньшиковой. Участники секции получили немало хороших впечатлений во время обсуждения докладов и непосредственного общения в перерыве заседания. При этом каждый из них услышал справедливые советы и замечания, которые наверняка помогут в дальнейшей работе». *Анастасия Мисочка, УрФУ*:



«В INITIUMе я участвую уже второй раз! С удовольствием буду приходить снова и снова! А все почему? 1. Место — Литературный квартал, оно уникально и пропитано литературной жизнью города! 2. Атмосфера — легкая, дружелюбная, напоминающая светские беседы о самом главном! 3. Организация — все распланировано под чутким руководством представителей УрФУ, которые всегда располагают к себе! Спасибо за интересные доклады, новые знакомства и положительные эмоции!»

*Анна Даровских, УрФУ:* «В секции **“Литература конца XX и начала XXI века: творческая индивидуальность и литературная ситуация”** все доклады были посвящены творчеству уральских авторов. Участники с интересом выслушали сообщения друг друга, задавали вопросы. Председатели секции Леонид Петрович Быков и Елена Константиновна Созина внесли очень важные поправки и сделали замечания, предложили возможные направления развития тем докладов и научных сюжетов в целом».

*Анна Мошкова, УрФУ:* «Работа нашей секции **“Творчество И. А. Бунина: художественная философия и поэтика”** оказалась очень продуктивной, насыщенной и интересной! Здорово было услышать, насколько качественно были доработаны уже известные мне доклады. Также атмосфера выступлений была удивительной: очень уютно и дружелюбно!»

*Алена Сокольниковна, УрФУ:* «У нас получилась теплая, почти семейная атмосфера, в которой хотелось размышлять над услышанным и находить для себя что-то новое. Я ушла очень воодушевленная и счастливая! Также хочется выразить большую благодарность Наталье Викторовне Пращерук и Ларисе Степановне Соболевой за их ценные советы и организацию живой и продуктивной работы секции».

Финальным аккордом в работе конференции стало общее совместное заседание, на котором были подведены итоги работы каждой из секций, всем участникам розданы сертификаты. Дипломами 1-й и 2-й степени были награждены докладчики, чьи выступления отмечены как лучшие. Все присутствующие также обменялись замечаниями/пожеланиями, касающимися организации работы прошедшего мероприятия, и выразили готовность вновь собраться в апреле следующего года, чтобы поделиться друг с другом новыми идеями и новыми результатами своих научных поисков.

Итогом работы INITIUMа стал также проиндексированный в российской базе научных данных РИНЦ сборник научных статей ее участников, как очных, так и заочных, вышедший в электронной версии и размещенный как на портале научной библиотеки УрФУ, так и на информационно-аналитическом портале научной электронной библиотеки elibrary.ru. Несмотря на широту и разнообразие историко-литературного материала, легшего в основу исследований (фактически это мировая литература с античных времен до наших дней), сборник «INITIUM II. Художественная литература: опыт современного прочтения» получился содержательным и внутренне целостным. Воедино его скрепляют определенность исследовательских сюжетов и выверенность методологических и методических подходов (от мотивно-образного до мифопоэтического, от рецептивного

до геопоэтического). И то и другое обуславливает явное приращение научного знания как о классических произведениях, так о текущей отечественной и зарубежной литературной ситуации.

*А. М. Меньщикова,  
Л. А. Назарова,  
Т. А. Снигирева*

# SUMMARY

## THE CONFERENCE «DIGITALIZATION OF THE COMMUNICATIVE AND CULTURAL MEMORY: THE ROLE OF JOURNALISM AS A SOCIAL INSTITUTE»

The Role of Journalism as a Social Institute in the Epoch of Digitalization of Communicative and Cultural Memory: Summing up the Result of the Scientific and Practical Conference (O. F. Avtokhutinova, R. L. Iskhakov).....6

*Oleshko V. F., Oleshko E. V.* Communicative and cultural memory in the context of information strategies of mass media.....12

In the following article the authors, based on the conclusions of the classic work of Maurice Halbwachs, characterize the activity of Russian mass media referring to the modern period in the context of determining their role in formation of communicative and cultural memory. Since not only information exchange has been taking place, but constant change in the scope of its use, a communicative approach was applied as a methodological tool. The essential characteristics of the development of the institute of journalism are identified and described in the framework of three information and communication strategies: new journalism, PR and convergent journalism.

**Key words:** communicative and cultural memory; mass media; strategies; journalism; public relations; convergence; concept «efficiency»; audience; identity.

*Tarkhanova E. V.* The Role of the Media in the Formation of Economic Thinking and Economic Behaviour of the Population.....24

The role of business-oriented publications in the formation of economic thinking and behaviour is considered. Much attention is paid to the role of experts, whose opinion is presented in the analytical publications, as well as to the ‘naïve’ trust of the business analysts.

**Key words:** business media; business press; economic thinking; economic behaviour.

*Sumskaya A. S., Sverdlov S. A.* Analogue” and “Digital” Generation of the Media Audience: the Role of Communicative and Cultural Memory in the Transformation Media Practices .....32

The work is devoted to the understanding of Russian generational media practices in the era of digitalization. The characteristics, behavioural scenarios of “analogue” and “digital” generation of media audience as a socio-cultural phenomenon are generalized; the influence of communicative and cultural memory of generations on the transformation of their media preferences is revealed. It is acknowledged that the middle “echo generation” (“generation of digital euphoria”) is a link between “analogue” and “digital”, capable of ensuring the continuity of communication models and meanings through the broadcast media practice of “past and future”.

**Key words:** “analogue” and “digital” generation of Russian media audience; communicative and cultural memory; behavioural characteristics.

*Enina L.V.* Why Do We Need Quotes From the Soviet Newspapers in Autobiographical Texts?.....49

The article is devoted to the study of the discursive practices of collective (self) identification of the Ural workers. The methodological basis of the theory of discourse goes in line with the ideas of M. Foucault. Practices that repeat the formulas of authoritative Soviet discourse, in particular from the Soviet press, and at the same time produce the author's identity of the text are considered. The study was carried out on the basis of the materials that had not been previously studied — the autobiographical texts of Uralmashzavod employees.

**K e y w o r d s:** identity; identification practices; performative; media discourse; autobiographical text; Uralmash.

## JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

*Fedotova L. N.* Media Consumption in Russia: Leadership's Stockpiles.....56

The article discusses the ratio of television to Internet in the context of media consumption by the audience. Television remains the main source of news for the audience. However, advertisers, judging by the volume of advertising on the Internet, have been relying on the Internet. In this context, developments are expected in connection with the upcoming digitalization of television throughout the country. The tension points are being discussed in the social networks: the influence on the one's mental stated, social networks' access during working hours.

**K e y w o r d s:** consumption of various sources of news; sociological measurements of contacts regarding the Internet and television; the ratio of television advertising and the Internet advertising; digitalization of television; social networks and areas of tensions.

*Fayustov A.V.* Interaction Between the Public Relations Service of the Federal University and the Media: Models, Problems and Prospects.....65

There are two global trends in universities' interactions with the mass media: first, the distance between universities and society is shrinking; and second, there has been a major 'media-turn' in higher education, which made it necessary for every university to have a PR centre of its own. Russian federal universities, seeking to improve their position on the world education market, are competing with their Western counterparts and searching for ways to adapt to the global trends. These tasks require formation of a distinctive university brand, the choice of an adequate PR model, and ways of assessing the efficiency of the university's PR service. Moreover, there is a growing need for a clear framework to regulate PR activities within the federal universities. The article discusses the problems faced by the federal universities in their efforts to tackle these problems by focusing on the case of the Ural Federal University and its media centre. The experience of the UrFU media centre including positive and negative press events, editing of press releases, processing of inquiries from local, regional and national media and organization of press events is considered. The conclusion is made that the federal university should be proactive rather than merely reactive in its interactions with the mass media.

**K e y w o r d s:** federal university; university branding; mass media; Public Relations; media centre; information policy; publicity.

*Isakova E. A., Mikhaylova O. A.* The «Event» Text Category in Contemporary Reportage .....81

The article is devoted to the investigation of the category «event» as the basis of the contemporary reportage. The purpose of the study is to reveal the specifics of the mandatory «event» components, represented in reportage: «the substance of the event», «the subjects of the event», «the time of the event» and «the place of the event». The authors conclude that the specifics of component «the substance of the event» representation, which allows to distinguish between two subgenres of the reportage, predetermines the specifics of other components' representation: the formal presentation of the participants or the bright images making, the continuity of time and the locality wholeness or the discrete structure of these categories, the actualization, except for physical, social time, space and others.

**K e y w o r d s:** reportage; event; the subject of the event; the category of locality; the category of temporality.

*Simakova S. I., Enbayeva A. P.* Multimedia Storytelling: Problems and Prospects.....91

The relevance of storytelling in the sphere of mass communications is substantiated. The main types of digital storytelling are marked out: multimedia storytelling, cross-media storytelling and transmedia storytelling. Based on the publications of AIF.ru as an example, the authors demonstrated the multimedia storytelling usage that promotes realization of aesthetic potential of journalists.

**K e y w o r d s:** storytelling; multimedia storytelling; special project; narratives; site «AIF.ru».

*Bukina T. G.* Pragmatic Potential of the Flyer's Texts .....98

The article deals with the organization of the content of the leaflet, regarding pragmatic orientation point of view. The authors found that the purpose of the flyer is to demonstrate the relationship between the company and then benefits it promises the byer would get. This connection is provided through the use of advertising tools, which are conventionally referred to as "benefits". The benefits can be real and imaginary. The real benefits include a unique trade offer, a gift of free service. Imaginary benefits are discounts, promotions, bonuses. In conclusion the author emphasises that the boundaries between the real and imaginary benefits are conditional: depending on the current market situation, the imaginary benefits can be represented and real and vice versa. However, despite of the benefit, the formula "buy me, because I promise to help you benefit" remains to be the main pragmatic sematic core of the advertising text, regardless of its representations form.

**K e y w o r d s:** advertising discourse, advertising leaflet, pragmatic features of the text, real benefit, imaginary benefit.

*Podlubnova Yu. S.* The Ural Daily Life in Satirical Articles of Sverdlovsk of the 1920s .....106

The article finds out the representations of daily life and violations of its regimes in satirical articles of Sverdlovsk / Ural of the 1920s. The reactions of the authors of these articles on social and domestic processes that have been going for the decade are revealed. The specific features of the reflection of the realities and anomalies of military communism, the NEP, the era of industrialization are investigated. Entire corps of texts presented in the Sverdlovsk editions (the newspapers "The Ural Worker", "For changing!", "The Comrade Terenty" etc.) are analysed for the first time.

**K e y w o r d s:** 1920s; satirical article; Ural daily life; NEP; the Soviet life; satire; "The Ural Worker"; "For changing!"; "The Comrade Terenty".

*Antoshin A.V. Antoshin V. A.* The Development of Phenomenon of Newspaper Periodicals in South Africa After the World War II .....115

The article is devoted to the press of South Africa in the middle of 1940s — the beginning of 1960s. The publication is based on the materials of newspapers published in South-African Union, South-Western Africa and South Rhodesia. These newspapers are kept at the Library of Congress (Washington, DC, USA). The authors prove that press is an important historical source regarding the processes of political, economic and socio-cultural modernization of South Africa.

**K e y w o r d s:** the press; South Africa; South-African Union; South-Western Africa; South Rhodesia; apartheid.

## CULTURE STUDIES

*Kirilliva N. B.* The Soviet Film School as Avant-Garde of the Screen Culture .....122

The object of the research is the creation of the Soviet film school as a result of the Decree of the Council of People's Commissars of the RSFSR dated on August 27, 1919. "The most important of the arts" in the 1920s becomes a factor of powerful ideological influence. The combination of creativity and ideology led to stunning experiments in screen culture and made Soviet cinema an avant-garde phenomenon on the global scale.

**K e y w o r d s:** screen culture; Soviet film school; film avant-garde; "Kuleshov effect"; Vertov's "film eye"; Eisenstein's "intellectual cinema"; Pudovkin's "psychological realism"; Dovzhenko's epos.

*Bystrova T. Yu.* Cultural Verification of the “Living Architecture” Idea by Nikos Salingaros ..... 132

The article analyses and gives the cultural verification of the N. Salingaros' idea about the “living architecture”. The main socio-cultural characteristics of the “living architecture”, as they are given in the work of N. Salingaros “Sustainable Design. Twelve Lectures on Architecture”, translated by the author of the article, are defined. The unity of objective (scale, size, design) and subjectively experienced (correspondence to perception, correspondence to human needs) features of “living architecture” is indicated. These features are verified through comparison with literary fixation of architectural objects.

**Key words:** “living architecture”; human dimension of architecture; humane architecture; socio-cultural factors of architecture development; Nikos Salingaros; Christopher Alexander; sustainable design; value content.

*Shumikhina L. A., Berezina A. V.* Ethno-Religiousness as an Essential Basis of the Mentality of the Mariians of The Urals ..... 140

The spiritual landmark of mentality from ancient times begins to take shape in religious beliefs. Religiousness manifests itself as a behavioural and evaluative setting embedded in the culture of the ethnic group. In this work, attention is paid to the influence of ethnic religiousness on the formation of the mentality and traditional cultural values of the Mari people of the Urals, which so far has not received sufficient attention in Russian and foreign science.

**Key words:** ethno-religiousness; mentality; components of mentality; traditional values; Mari of the Urals.

*Golovneva E. V., Santha I.* Visualization of the Sacral Senses in the Cult Sculptures of Amur Peoples (Case of Vladimir Arseniev and Barathosi Balogh Benedek' Collections)..... 145

The paper focuses the culture study aspects referring to the cult sculpture of Amur peoples collected by the Russian traveller Vladimir Arseniev (1872–1930) and the Hungarian explorer Barathosi Balogh Benedek (1870–1945) in Amur region in the first half of the XXth century. The cult sculpture is analysed as an object of mythological and art consciousness as well as unique historical source for visualization of sacral senses in the traditional culture of the indigenous people in the Far East

**Key words:** cult sculpture; sacral; visualization; traditional culture; mythology of Amur peoples; Vladimir Arseniev; Barathosi Balogh Benedek; the Far East.

*Vorobyova M. V.* To the problem of the Role of Concepts “Vulgarity” and “Philistinism” in Strengthening Socio-Cultural Differences ..... 156

The key contexts of the use of the concepts of “vulgarity” and “philistinism” are revealed based on the material of Russian drama of the late XIX — early XX century and early Soviet drama of the second half of the 1920s. The basic meanings of these concepts, transformation of meanings in the early Soviet culture are considered. The role of the concepts of “vulgarity” and “philistinism” in strengthening and supporting socio-cultural differences within the society, marginalization of individuals and social groups is shown.

**Key words:** vulgarity; philistinism; Russian drama of the late of XIX century — early XX century; early Soviet drama; intellectuals; Bohemia.

*Devyatova O. L. P. I.* Tchaikovsky on French Culture (Based on the Critical Essays and Letters of the Composer) ..... 165

The issue of Tchaikovsky's professional contacts related to the French culture is studied. The great composer's critical essays and letters are examined. A conclusion is made that the great Russian genius displayed significant interest to French history, literature, music, and those aspects played an important role in his professional artistic development.

**Key words:** French culture; music; composer; literature; writer; creation; letter; article.

## PSYCHOLOGY

*Putilova O. V., Vindeker O. S.* The Study of Psychological Mindedness in Connection with Basic Personality Traits..... 175

The article presents the results of an empirical study of psychological mindedness in connection with the personality traits of the «Big Five» ( $n=149$ ). The connection of psychological mindedness with extraversion, agreeableness, conscientiousness and openness to experience is revealed. The specificity of the relationship of psychological intelligence with basic personality traits in women, men and in different age groups was found. It was determined that women (mean age  $33.2\pm 8.7$ ;  $n = 94$ ) had higher indicators of psychological reasonableness compared to men (mean age  $33.9\pm 10.1$ ;  $n = 55$ ). Participants with higher education have elevated scores on the “Belief in the benefits of discussing one’s problems” in compare with participants without higher education. The differences between the different age groups are qualitative rather than quantitative. The «older» age group has no relationship of psychological mindedness with the desire to cooperate and understand others.

**Key words:** psychological mindedness; personality traits of the «Big Five».

*Ershova I. A., Zavalova M. A.* Personal Characteristics and Coping Behaviour of Daughters-in-Law ... 186

This article presents the research results of personal characteristics (resilience, psychological well-being, situational anxiety, locus of control) and types of coping behaviour (coping-strategies) of daughters-in-law, both of those who rate the relationship with their mother-in-law positively ( $n = 39$ ), and of those who rate it negatively ( $n = 31$ ). The following hypotheses were tested in this study: 1) There are differences in personality and types of coping behaviour of daughters-in-law, who rate the relationship with their mother-in-law positively, and those who rate the relationship negatively; 2) In group of daughters-in-law, who rate the relationship with their mothers-in-law positively, and in group of daughters-in-law, who rate the relationship negatively, there are differences in personal characteristics and methods of coping behaviour depending on the age and length of marriage of women. Both hypotheses were confirmed in the framework of this study.

**Key words:** daughter-in-law; mother-in-law; personal characteristics of daughters-in-law; types of coping behaviour of daughters-in-law.

*Sergeyeva T. B., Glukhanyuk N. S., Borisov G. I.* Personal Mobility in Old Age..... 193

The article is devoted to the problem of personal mobility of an older person. The problems of determining the methodological foundations of the study of mobility are solved, the characteristics of mobility as an individual property and as readiness for mobile behaviour are identified and described, the hypothetical typology of life strategies in the elderly, emerging as a result of the implementation of different levels of personal mobility is presented.

**Key words:** elderly age; personal mobility; individual properties; readiness for mobile behaviour; life strategy.

*Raspopin E. V.* Diagnosis of Propensity to Antisocial Behaviour by Observing Emotional Expression in the Presentation of Moral Incentives..... 202

The article describes a technique that is designed to diagnose the tendency to antisocial behaviour. Diagnosis is carried out by observing the emotional expression of the subjects when showing them emotionally saturated visual stimuli of moral content. According to the results of observation conclusions about the strength, intensity and adequacy of emotional experiences and feelings of the subject. The study of the validity of the technique showed that it differentiates such contrasting groups of subjects as law-abiding citizens and criminals. Compared to ordinary citizens, there is a marked decrease in the emotional response of criminals in response to emotionally intense stimuli.

**Key words:** antisocial behaviour; emotions; emotional expression; moral feelings; observation.

*Tokarskaya L. V., Reshetnikova A. V.* A Study of Hardiness of Adolescents With Visual Impairment..... 213

The article describes the results of the study on hardiness of adolescents with visual impairment (VI), conducted on a sample of 87 students aged from 12 to 20 years. The following methods were used: test of hardiness of S. Muddy; scale of optimism and activity; self-test questionnaire; questionnaire coping strategies COPE; questionnaire «Style of self-regulation of behaviour».

The study tested two hypotheses: 1. The hardiness of adolescents and young people with a VI is interrelated with indicators of optimism. The assumption of the relationship of hardiness and optimism was confirmed

both in the sample as a whole and in the groups of visually impaired and blind adolescents and young men separately. 2. The hardness of adolescents and young people with VI is interrelated with self-relation, coping strategies, and styles of self-regulation of behaviour. This hypothesis was confirmed in the sample as a whole and in the group of visually impaired respondents regarding the relationship between hardness and such components of self-relation as self-assessment (integral assessment), self-esteem, the expected attitude from others; For the sample as a whole and in the group of blind people, a link was found between the viability and the components of self-interest “self-interest” and the attitude to the attitude of others. The link between hardness and coping strategy “behavioural evasion from the problem” and the self-regulation style “assessment of results” were found in the group of visually impaired.

**K e y w o r d s:** teenagers with visual impairment; hardness; optimism; activity; coping strategies; self-attitude; self-regulation styles.

*Permiakova M. E., Leontyeva E. A.* Motivation for Rehabilitation and Its Correlates regarding the Patients with Injuries of Musculo-skeletal System. Part 2 .....223

The effectiveness of rehabilitation of patients with injuries of the musculo-skeletal system is largely due to their psychological rehabilitation potential, and primarily its motivational component, which depends on different external and internal factors. This article investigates the connection between motivation for rehabilitation of patients with musculo-skeletal system injuries and their personal characteristics, values, preferred coping strategies, employment, family. 47 rehabilitants were involved in the study (24 men and 23 women), aged from 25 to 50 years (the average age — 37.5). The following diagnostic tools were used: questionnaire; “The University of Rhode Island Change Assessment Scale”; The five-factor personality questionnaire “Big five” (adaptation of V. E. Oryol et al.); “Coping strategies” questionnaire by R. Lazarus (adaptation of T. L. Kryukova, et al.); The projective technique “Ideals and values” by E. V. Selezneva and Yu. V. Sinyagin. The study found that the positive motivation for rehabilitation in women is associated with the presence of family, work, personal characteristics such as extroversion, self-control, and coping strategies “decision planning” and “positive re-valuation”. Motivation is higher in men with a positive attitude to people, responsive, cooperative, preferring a “distancing” coping strategy. The main values, which are related to the motivation in men, are self-development, communication, movement/travelling.

**K e y w o r d s:** patients with injuries of the musculo-skeletal system; motivation for rehabilitation; coping strategies; personal characteristics; life values.

## EDUCATION: CHALLENGES OF THE MODERN WORLD

*Zborovskiy G. E., Ambarova P. A.* Problems of Education of «Silver» Community in the Conditions of Pension Reform .....231

Changes in the population of the «third age» under the influence of the factor of education are considered. The interpretation of the social community of the «third age» people is given. The necessity of creating a special system of «silver» education for these people is proved. The key issues include the legal and regulatory ones, as well as readiness for interaction of educational structures and the «third age» people, ways and forms of development of the «silver» education.

**K e y w o r d s:** population of the «third age»; «silver» education; trajectories and forms of «silver» education; interaction of educational structures and the «third age» people; normative support of «silver» education.

*Shuklina E. A., Shirokova E. A.* Trust in Institutional Norms of Higher Education in Teacher’s Assessments .....241

The article studies the problem of institutional trust in the field of higher education. The novelty of the authors’ findings is the typology of the university academic lecturers based on the level of their trust in institutional norms and values of higher education system. This typology underlies several conclusions about key management strategies, which streamline the interaction between educational managers and teachers’ community.

**K e y w o r d s:** trust; institutional trust; social institute; higher education institute



## AT THE SCHOLAR'S LABORATORY

<i>Veremchuk L. P.</i> Alexis Tocqueville About the Formation of Bourgeois Deposit in the French Economy of the Epoch of the Old Order .....	251
--	-----

The subject of this article is the study of the concept of bourgeois structure in the French economy during the era of the Old Order developed by the famous French historian of the first half of the XIX century Alexis Tocqueville as one of the prerequisites of the revolutionary process in France at the end of the XVIII century. An attempt is made to prove that the researcher led a complex and lengthy process of the genesis of capitalism not only from the city and the urban economy, as Guizot, Thierry, and Minier did before him, but from the feudal system as a whole, including its agrarian sphere. This allowed Tocqueville to reconstruct the social processes that took place in France of the Old Order in a deeper and more adequately way than his predecessors, and thus — to make a significant contribution to the study of the content and role of the transitional era from the Middle Ages to the New Age in the history of the country. In the light of these facts, an unreasonable attempt by some historians of the “revisionist direction” to reproach Tocqueville with insufficient attention to the economic side of the problem under discussion is discussed. The methodological basis of the study consisted of the principles of historicism, scientific objectivity, credibility; used the historical-genetic method in the study of economic phenomena and processes, discourse-analysis (analysis of units of meaning), content analysis of Tocqueville texts.

**Key words:** revolution; feudal system; capitalist way of life; “laissez-faire; laissez-passers”; “droit de franc fief”; “les bourgeois”; “la bourgeoisie”; seigniorial rights; seigniorial rent.

## BOOK REVIEWS

<i>Gurarii A. D., Sushchenko A. D., Pimenova O. I.</i> The Global Effect of Digitalization on Social Inequality: Expert Opinion .....	258
---	-----

**Abstract:** The article presents a brief overview of the collective monograph *Digital Divide: the Internet and social inequality in international perspective* (2013). The key issue of the fundamental research is the digital inequality in modern society. The authors demonstrate the applicability of the classical sociological theories of K. Marx, M. Weber and E. Durkheim to the actual problems caused by virtual inequality. A distinctive feature of the study is the global scale of the comparative analysis of digital discrimination, which is becoming an additional factor of social stratification. The theoretical data is synthesized with a significant amount of empirical data obtained through various forms of data collection (conducting interviews, off-line and online surveys; using official state statistics; secondary analysis of data presented by agencies of public opinion).

**Key words:** information society; digital divide; social stratification; marginalization.

## SCIENTIFIC LIFE

<i>In a Dialogue Mode (A. M. Menshikova, L. A. Nazarova, T. A. Snigireva)</i> .....	262
---	-----

ИЗВЕСТИЯ  
УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА  
Серия 1  
Проблемы образования, науки и культуры  
2019. Т. 25  
№ 3 (189)

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 20.08.2019. Формат 70 × 100 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Уч.-изд. л. 23,0. Усл. печ. л. 22,59. Бумага офсетная.  
Печать офсетная. Тираж 500 экз. Заказ 255.

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](mailto: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](mailto: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](mailto: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	