

ИЗВЕСТИЯ

Уральского федерального
университета

Серия 1
Проблемы образования,
науки и культуры

2021. Т. 27

№ 1

IZVESTIA

Ural Federal University
Journal

Series 1
Issues in Education,
Science and Culture

2021. Vol. 27

№ 1

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, проф. (Россия,
Севастополь, Филиал МГУ имени М. В. Ломоносова
в городе Севастополе)

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)

М. А. Мясникова, д-р филол. наук, канд. искусство-
ведения, доц. (Россия, Екатеринбург, Уральский
федеральный университет)

Э. В. Чепкина, д-р филол. наук, доц. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)

А. П. Чудинов, д-р филол. наук, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский государственный
педагогический университет)

О. Л. Девятова, д-р культурологии, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)

Н. Б. Кириллова, д-р культурологии, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)

И. Я. Мурзина, д-р культурологии, проф. (Россия,
Екатеринбург, Институт образовательных стратегий)

Г. А. Глотова, д-р психол. наук, проф. (Россия,
Москва, Московский государственный университет
им. М. В. Ломоносова)

Н. С. Глуханюк, д-р психол. наук, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)

И. А. Ершова, канд. психол. наук, доц. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)

С. А. Минорова, д-р психол. наук, проф.
(Россия, Екатеринбург, Уральский государственный
педагогический университет)

Т. Ю. Быстрова, д-р филос. наук, доц. (Россия,
Екатеринбург, Екатеринбургская академия
современного искусства)

Г. Е. Зборовский, д-р филос. наук, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)

И. В. Зиновьев, д-р филос. наук, доц. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)

В. Ф. Олешко, д-р филос. наук, проф. (Россия,
Екатеринбург, Уральский федеральный университет)

Р. Коул (Richard Cole), PhD, проф. (США,
Чапел Хилл, Университет Северной Каролины)

Ответственный секретарь

Л. А. Хухарева

СОДЕРЖАНИЕ

ЖУРНАЛИСТИКА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

<i>Бессонов С. И.</i> Роль кейс-стади в формировании аналитических способностей редактора массмедиа	5
<i>Мясникова М. А., Архитов П. Е.</i> Дифференциация видеоигр в рамках культурологических исследований медиа.....	12
<i>Антропова В. В.</i> Концептуализация страхов и фобий в дискурсах региональных СМИ: к методологии вопроса.....	23
<i>Олешко В. Ф., Мухина О. С.</i> Медиафриланс как новая реальность. И не только экономическая	32
<i>Загидуллина М. В.</i> Археологическая тематика в СМИ в аспекте «публичной археологии»	40
<i>Лозовский Б. Н., Нохрина Я. С.</i> Small media как опыт дискурсивного медиасопротивления	49
<i>Коваленко А. Н., Попова М. Ф.</i> «Кожа времени»: авторский проект Александра Гениса в «Новой газете» (темы, герои, творческий метод).....	61
<i>Медведева А. Р.</i> Трансверсальность каналов передачи информации в цифровом искусстве (на примере проекта <i>Petscop</i>)	69
<i>Друкер М. М., Яновская Г. В.</i> Медиаемы как способ репрезентации семейных ценностей в социальных медиа	74
<i>Копылев Д. Э.</i> «Трампы наш» в медиадискурсе российских СМИ: опыт лексической трансформации	84
<i>Овсейко В. И.</i> Некоторые аспекты редакторской деятельности И. И. Евфимовского-Мировицкого в государственных и частном изданиях Оренбурга конца XIX — начала XX в.	94

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

<i>Русина Ю. А.</i> «Я бы рад и безмянно работать»: страницы жизни поэта-переводчика из «остановленного поколения»	105
<i>Грамотчикова М. О., Снигирева Т. А.</i> Мотив <i>моления о чаше</i> в поэзии узников ГУЛАГа ..	116

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

<i>Мурзина И. Я.</i> Региональный патриотический проект в условиях «новой нормальности»: от идеи к реализации.....	126
<i>Мищенко И. Е.</i> Репрезентация социокультурного института армии и военнослужащего в современном российском	

и американском кино: опыт сравнительного анализа	135
<i>Порозов Р. Ю., Ключова П. С.</i> Культура граффити как форма выражения общественного мнения.....	145
<i>Девятова О. Л.</i> Культурный код Петербурга в музыкальном мире Сергея Слонимского.....	151
<i>Пичуева А. А.</i> Творческие искания в современной танцевальной культуре России (к проблеме сохранения классического наследия).....	163

ПСИХОЛОГИЯ

<i>Сергеева Т. Б., Глуханюк Н. С., Борисов Г. И.</i> Личностная мобильность и жизненные стратегии в позднем возрасте: результаты исследования	172
<i>Зиновьева Л. В.</i> Своеобразие ролевого профиля у детей с расстройствами аутистического спектра	182

ОБРАЗОВАНИЕ: ВЫЗОВЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ

<i>Зборовский Г. Е.</i> Характеристика поведенческих стратегий образовательных общностей в условиях трансфера их человеческого капитала.....	190
<i>Юферева А. С., Кухаренко Ю. С.</i> Основные тенденции и приоритетные направления в использовании коммуникативных технологий в работе со студентами из стран Центральной Азии (по итогам социологического исследования).....	201

В ЛАБОРАТОРИИ УЧЕНОГО

<i>Распопова С. С.</i> Особенности монетизации в качественных СМИ	208
---	-----

УГОЛ ЗРЕНИЯ

<i>Федотова Л. Н.</i> Отношение к другим странам: обострение на фоне пандемии	215
---	-----

ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

<i>Мошкин С. В.</i> Медиаагрессии и политический дискурс. Рец. на кн.: Коммуникативные агрессии XXI века / под ред. В. А. Сидорова. — СПб.: Алетей, 2019. — 254 с. — (Петербургская школа журналистики и МК).....	227
<i>Summary</i>	233

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.001

С. И. Бессонов

УДК 070.41 + 004.774.6 + 004.032.6 + 378-057.175:070.1

РОЛЬ КЕЙС-СТАДИ В ФОРМИРОВАНИИ АНАЛИТИЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ РЕДАКТОРА МАССМЕДИА

В статье рассматривается опыт использования метода кейс-стади в журналистском образовании для формирования аналитических способностей будущих редакторов массмедиа. Автор показывает, что данный метод позволяет адаптировать профессиональные дисциплины к требованиям информационного рынка, актуализирует для студентов проблему поиска траекторий развития в рамках конкретных специализаций.

К л ю ч е в ы е с л о в а: журналистика; массмедиа; журналистское образование; редактор; аналитическая деятельность; медиаменеджмент; кейс-стади

Управленческая система любой современной редакции, вопреки процессам универсализации труда, возрастания и во многом даже главенствования роли мягких навыков и профессиональной гибкости, по-прежнему выстаивается и модерируется в первую очередь редактором СМИ, который определяет и курирует стратегии развития компании, руководит всеми внутренними процессами по созданию медиапродукта, обеспечивает достижение компанией как минимум нулевой точки конкуренции и многое другое. Вместе с тем текущее положение дел на информационном рынке в России свидетельствует о том, что статус и операционное содержание деятельности редактора претерпевают значительные изменения. Причем речь идет как о внутрикорпоративных подвижках в функциональном наполнении данной специализации и в ее восприятии коллективом, так и о корректировке видения роли редактора бизнес-партнерами, участниками смежных рынков, аудиторией и т. д.

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

© Бессонов С. И., 2021

Безусловно, разговор о трансформации специализации «редактор СМИ» был начат уже давно. И здесь в первую очередь хотелось бы отметить вклад М. В. Шипиловой, которая в своей диссертации еще в 2012 г. заявила о постепенной потере редактором индивидуальности, статуса субъекта массмедиа [Шипилова, с. 11], признаков языковой личности. Если на заявленные тренды взглянуть несколько шире, то отслаивание базовых для редактора профессиональных характеристик вполне естественно масштабируется и в конечном итоге интенсифицирует депрофессионализацию журнализма как такового, демонополизацию журналистов как некогда единственных интерпретаторов и поставщиков информации. А также создает новые вызовы и для факультетов журналистики, которые должны выпускать из своих стен редакторов нового типа, способных оперативно адаптироваться к текучести запросов медиаиндустрии и столь же своевременно адаптировать коллектив и организационную структуру предприятия посредством релевантных (а главное — не спонтанных, а математически просчитанных, верифицированных) управленческих решений.

В представленной выше иллюстрации (одной из многих, которые могли бы обозначить актуальные проблемные точки в медиаменеджменте), как мы полагаем, легко обнаруживается острый вопрос, требующий повышенного внимания со стороны академического сообщества и непосредственно игроков рынка. Он локализован на пересечении двух проблем. Во-первых, сегодня в условиях непрерывно модифицирующейся роли редактора и широкой вариативности ее трактовок не так много комплексных исследований, которые бы продолжали наработки М. В. Шипиловой и ряда других российских авторов и позволяли создать полноценный функциональный портрет руководителя современного СМИ с учетом происходящих изменений (их мы раскроем чуть ниже), более того, сделали бы эту модель редактора работающей — применимой на практике посредством имплантации обобщенных кейсов. Во-вторых, система журналистского образования должна обеспечивать конкурентоспособность выпускников, находясь в тесной связке с работодателями. А потому ожидания от журфаков связаны с подготовкой не только универсальных и имеющих специализацию журналистов (в том числе обладающих навыками, приоритетными для специалистов сферы медиакоммуникаций), но и управленцев, функционал которых включает отнюдь не одно лишь творческое планирование и редактирование текстов и аудио-, видеоконтента.

С данной «проблемой на пересечении» мы столкнулись лично при создании, а затем и регулярной актуализации программы дисциплины из вариативного блока для студентов старших курсов департамента «Факультет журналистики» УрФУ — «Аналитическая деятельность редактора». Изначально этот практико-ориентированный предмет задумывался как серия воркшопов, рассчитанная на один семестр. Иными словами, в противовес традиционному подходу преподавания в вузах, который базируется преимущественно на лекционной трансляции материала (по большей части теоретического), мы выстроили занятия в соответствии с моделью командной работы. Она предполагает проектное обучение, максимальную включенность студентов в обсуждение, решение реальных

проблем, которые существуют в медиакомпаниях и на информационном рынке вообще, создание готового продукта в команде по итогам освоения курса. И что важно — все эти учебные задачи должны решаться с помощью использования предлагаемых теоретиками медиаменеджмента и редакторами-практиками моделей планирования, а также создания, позиционирования и продвижения продукта.

В общей сложности за четыре года изучения особенностей аналитической деятельности редактора мы вместе со студентами очного и заочного отделения провели порядка 80 экспертных интервью с редакторами разноформатных СМИ и теми журналистами, которые формально не считаются руководителями, но де-факто выполняют функции управленцев. Нас в первую очередь интересовали медиапредприятия Уральского федерального округа (УрФО), однако для осуществления сравнительного анализа мы также взяли издания Москвы и Санкт-Петербурга (15 % из общего числа проанализированных редакций). Кроме того, провели контент-анализ около 70 офлайн- и онлайн-изданий, опросы журналистов этих СМИ, а также обобщили научные источники, в которых так или иначе раскрываются редакторская деятельность, техники и тактики управления творческим коллективом, его креативным потенциалом, приемы стратегирования и многое другое.

Прежде всего, мы предприняли попытку на основе имеющейся теоретической базы классифицировать модели редакторской деятельности, а затем экстраполировать получившуюся матрицу и соотнести ее с реальной ситуацией на отечественном рынке массмедиа. Мы изначально избрали для себя гипотезу, что типизация будет условной. Так, были выделены следующие модели (или роли) современных редакторов. Первая — классический редактор, который формирует идейно-тематическую линию издания, занимается «редакторской работой над текстами журналистов» [Ким, с. 182], в том числе сам создает тексты и пр. Эта модель отнюдь не исключает задачи по управлению коллективом, стратегическому и текущему планированию, однако ее приматом все же является творческой компонент, текстотворчество, редаKTуpa.

Второй тип, который мы обозначали в классификации, — это универсальный редактор (по аналогии с широко распространенным в профессиональной среде архетипом «универсальный журналист»). Этот руководитель точно так же включен в координацию самых разных творческих процессов, но в то же время он в равной степени уделяет внимание и стратегической интеграции всей команды, социопроектированию, поиску инновационных методик управления субъектами и интересубъектами труда, координации отношений с партнерами и др.

Третья модель — медиаменеджер. Он максимально отстранен от сферы создания контента, хотя, безусловно, должен понимать суть и наполнение всех процессов, определяющих журналистское творчество. Как правило, медиаменеджер вписан в более сложные в плане иерархии организационные модели редакций, а потому творческий функционал делегирует нижестоящим специалистам. В качестве одной из разновидностей данной модели мы обозначили следующую — креативный медиаменеджер. То есть управленец нового типа, который оперирует инновационными методиками управления фирмой, допускает равномерное

распределение уровней и зон ответственности по схеме Top — Down (речь идет о ликвидации слишком жестких границ между дивизионами, создании условий для более активной включенности подчиненных в командную работу, разрушении чрезмерно громоздких структур и т. д.).

Четвертый тип — редактор СМИ, интегрированного в более сложные модели компании (или субредактор, поскольку его зоны ответственности очень локальны и распространяются лишь на создание информационного контента внутри фирмы, бизнес которой максимально диверсифицирован). В данном случае стоит вести речь о крупных бизнес-моделях, в рамках которых выпуск газеты, сетевого издания или любого другого медиапродукта является сопутствующим, вспомогательным, а отнюдь не базовым для крупного предприятия.

Такая классификация, безусловно, не является исчерпывающей. Она допускает проведение корректировки, тем более в условиях динамично меняющейся профессии журналиста такая доработка нашей типизации просто необходима и закономерна. Вместе с тем именно благодаря структурированию имеющихся знаний о деятельности редактора мы смогли выявить ряд трендов и проблемных моментов.

С одной стороны, редакторы-практики (83 % респондентов) во время участия в экспертных интервью назвали представленную классификацию «нежизнеспособной», «оторванной от практики», «слишком теоретизированной». С другой — когда мы просили руководителей СМИ соотнести свою деятельность с этими условными моделями, участники интервью (58 % редакторов) признались в том, что затрудняются точно сформулировать свой функционал, поскольку «работа редактора слишком разнообразна по наполнению», «на деле приходится заниматься вовсе не теми обязанностями, которые прописаны в договоре», «в работе постоянно появляются какие-то новые вызовы, а потому необходимо переучиваться, меняться самим и менять подходы к управлению редакцией».

И действительно, изучая функционал современного редактора, мы столкнулись с чрезмерной формализацией профессиограммы специалиста, находящегося во главе СМИ. Более того, в последние годы также происходит девальвация образа и статуса редактора. Результаты проведенного нами анализа отечественного рынка рекрутинга (материалом послужили открытые объявления на интернет-площадках по поиску вакансий; локализация — УрФО, Санкт-Петербург, Москва и Московская область) демонстрируют диверсификацию специализации «редактор». В запросах, адресованных работодателями потенциальным сотрудникам, можно встретить такие вариации, как главный редактор, помощник редактора, шеф-редактор, ответственный редактор или ответственный секретарь, редактор отдела (эти разновидности можно отнести к числу традиционных и давно существующих в журнализме), а также редактор-продюсер, редактор контента, приглашенный редактор, мультимедийный редактор и др. При детальном рассмотрении вакансий несложно обнаружить, что практически во всех прописан один и тот же набор профессиональных требований и компетенций, что свидетельствует об искусственном (и, по сути, не имеющем практической значимости) расширении списка подспециализаций.

В то же время данные анализа позволили сделать вывод, что участники информационного рынка зачастую используют в объявлениях понятие «редактор» в маркетинговых целях — чтобы привлечь будущего сотрудника статусной должностью. Хотя в прописанных в запросах профессиограммах речь идет вовсе не о редакторской деятельности, а о рутинной работе обычного журналиста с чуть большим перечнем обязанностей. Подобное несоответствие выявлено в 38 % объявлениях о вакантных должностях (в общей сложности за четыре года нами проанализировано порядка 500 объявлений на площадках компаний, занимающихся интернет-рекрутингом).

Качественный анализ запросов работодателей, а также проведенные экспертные интервью позволили обозначить еще один принципиальный момент — омоложение профессии редактора (все реже работодатели устанавливают возрастные рамки, при этом опыт работы формулируют в пределах всего двух-трех лет). Наряду с этим процессом происходит трансформация деятельности редактора по модели креативного менеджмента — этот руководитель должен обладать матрицей гибких навыков и воплощать принципы эффективного администрирования всех процессов внутри компании. Хотя, если сослаться на данные нашего анализа, этот управленец все так же должен иметь журналистский бэкграунд (на это указывают 75 % изученных объявлений и 65 % опрошенных редакторов). В то же время 85 % респондентов не удовлетворены уровнем подготовки выпускников журфаков: «будущих редакторов приходится переучивать», «выпускники не ориентируются в медиаменеджменте, они умеют лишь писать тексты». Наконец, 67 % опрошенных сомневаются в том, что в вузе можно «научить быть редактором», поскольку «редактором можно стать лишь в одном случае — когда приходишь на эту должность и сам набиваешь шишки».

Как раз последняя претензия, которую практики предъявляют к факультетам журналистики, послужила поводом к перестраиванию курса «Аналитическая деятельность редактора». Вторым объективным фактором стала ситуация с COVID-19, которая заставила оперативно модернизировать и образовательные модели в том числе. Изначально дисциплина предполагала совместный поиск и изучение со студентами теоретического и практического материала по теме редакторской деятельности, результатом командной работы в течение семестра был выпуск определенного информационного продукта: подготовка брошюры для учащихся младших курсов «Как стать эффективным редактором», создание электронных ресурсов о специфике работы редактора в конкретных сегментах СМИ, интерактивной карты редакций, видеороликов и даже комикса о специфике управленца СМИ нового типа.

В 2020 г. автор статьи (который, отметим, также является редактором корпоративной газеты и сайта УрФУ, имеет опыт работы в качестве шеф-редактора и ответственного редактора в городских и областных газетах) модернизировал курс, сохранив в его основе проектную работу. Прежде всего, мы внедрили принципы взаимодействия со студентами в соответствии с форматом кейс-стади, когда на каждом без исключения занятии учащиеся должны применять аналитические методики для изучения смоделированных или реальных ситуаций на медиарынке.

Кейс-стади (в самом широком смысле это и есть «анализ определенных ситуаций» [Сайтханова, Повзун]) также предполагает четкое деление курса на чисто теоретические, и чисто практические занятия. Отличие от традиционного подхода в том, что абсолютно на каждом занятии со студентами применяется смешанный тип обучения: занятие включает 30–40-минутный интенсив по изучению нового теоретического материала, обязательно имеющего выход на практическое применение, и игровой блок, когда студенты в командах решают кейсы. Что важно, каждый из студентов в проработке этих задач выступает в роли редактора, управленца.

Для воплощения подхода кейс-стади (или кейс-метода) мы вписали в программу курса модуль по изучению маркетинговых и ряда других аналитических инструментов медиаменеджера, методов стратегического планирования. Это, например, широко известная SWOT-матрица (в нашем случае мы попытались применить ее с учетом специфики медийной сферы, более того, каждый студент использовал SWOT для самоанализа — для своего рода аудита внутреннего потенциала в процессе профессионализации); SNW-анализ, частично похожий на SWOT, но в том числе позволяющий верифицировать нейтральные позиции компании. Стратегии и траектории роста бизнеса позволяет освоить матрица Ансоффа. Помимо этого в программы мы включили экспресс-анализ по Портеру (анализ пяти сил Портера), PEST- или STEP-анализ (а также его более сложные разновидности), SMART-технологии, так называемую постановку задач «по домику» и многое другое. Набор данных методик очень разнообразен, что помогает студентам по завершении курса подобрать наиболее подходящие модели планирования. Поскольку некоторые учащиеся старших курсов уже курируют собственные медиапроекты или разрабатывают стартапы, данный бэкграунд имеет очевидную практическую пользу — он учит просчитывать риски, расширяет представления начинающего руководителя о возможностях развития бизнеса, проекта, позиционирования себя в качестве игрока информационного рынка и пр.

Проведенный нами апгрейд дисциплины, спровоцированный цифровизацией системы высшего образования и факторами трансформации медиарынка, имеет исключительно прикладной характер. Ведь независимо от того, к какой из представленных нами моделей профессионального поведения относится тот или иной редактор массмедиа, этот современный руководитель обязательно должен обладать навыками и умениями реализации аналитических инструментов управления предприятием. Причем у данных техник, доказавших свою эффективность в разных сегментах рынков (отнюдь не только информационного и рынка коммуникационных услуг, которые на сегодня сопряжены максимально тесно), нет ограничений и с точки зрения локального применения. Помимо их базового назначения — собственно планирования, организации и контроля деятельности фирмы в самом общем смысле, методы стратегического управления имеют богатые возможности для использования отдельными субъектами труда. Речь в первую очередь идет о поиске и выработке с помощью определенной модели собственной траектории профессионального развития, вариантов карьерных решений, адаптации к меняющимся условиям и требованиям, которые диктует работодатель, индустрия, совокупность объективных внешних факторов и пр.

В конце концов, именно освоение приемов стратегирования посредством кейс-стади, на наш взгляд, способствует если не полноценному формированию гибких навыков будущих журналистов, то как минимум развитию столь важных сегодня навыков самообразования, самопродвижения, ориентирует учащихся на необходимость непрерывного повышения квалификации, изучения внешних и внутренних факторов развития медиаиндустрии, осмысления себя как профессионала в контексте соседствующих рынков и т. д.

Показанный нами опыт может быть мультиплицирован, поскольку, как мы считаем, технология кейс-стади или воркшопа универсальна, максимально гибкая и имеет потенциал для внедрения в рамках других дисциплин, преподаваемых на журфаках. Она эффективна и перспективна в силу ряда причин: соответствует взятому в стране курсу на практико-ориентированное высшее образование; легко встраивается в систему онлайн-обучения; допускает регулярную смену набора анализируемых кейсов и моделей; делает студента равным, более активным участником образовательного процесса, делегируя преподавателю роль модератора, наставника, коуча; актуализирует теоретические знания благодаря включению учащихся в исследовательскую работу; отчасти решает задачу выбора студентом специализации в рамках профессии.

Вместе с тем для достижения более высоких результатов такого формата приобретения знаний, умений и навыков обязательно необходима дальнейшая индивидуализация высшего образования, создание более четких траекторий профессионального развития на этапе получения студентом высшего образования и т. д.

Ким М. Н. Роль главного редактора в управленческой системе редакции // Управленческое консультирование. 2015. № 6. С. 182–189.

Сайтханова С. А., Повзун В. Д. Роль метода кейс-стади в формировании профессиональных компетенций студентов-бакалавров направления «Экономика» // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. № 2. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/99PDMN220.pdf> (дата обращения: 05.01.2021).

Шитилова М. В. Главный редактор как субъект медиапроцесса : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2012.

Статья поступила в редакцию 17.01.2021 г.

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.002

УДК 004.032.6 : 7.01 + 004.77:070.1 + 316.75

М. А. Мясникова

П. Е. Архипов

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ВИДЕОИГР В РАМКАХ КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ МЕДИА

В статье рассматриваются различные классификации видеоигр, принадлежащие зарубежным и отечественным авторам. К настоящему времени признано существование нескольких подходов к изучению данного явления: одни опираются на социальные науки, другие направлены на изучение индустрии игр. Описываемый подход — культурологический, он не предполагает отождествление игры с искусством, хотя такое отождествление наблюдается в ряде современных исследований. В итоге предлагается собственная классификация видеоигр, опирающаяся на систему элементов морфологии культуры.

Ключевые слова: видеоигра; культура; искусство; медиа; классификация; типология; морфология

Постановка проблемы

Термин «видеоигра» возник около полувека назад, однако популярные его трактовки успели значительно устареть. Характеристика видеоигры как «игры с использованием изображений, сгенерированных электронной аппаратурой» [Научно-технический энциклопедический словарь], вряд ли может считаться сегодня актуальной. И если Tic-Tac-Toe (электронные крестики-нолики), написанная А. С. Дугласом в 1952 г., практически подходит под это определение, то условная Death Stranding, вышедшая под руководством Хидео Кодзимы в 2019 г., уже нет, во многом потому, что понятия «игры» и «видеоигры» не совпадают. Современные видеоигры, по крайней мере некоторые их виды, в меньшей степени являются трансформациями игр, а в большей — новым явлением в человеческой культуре.

Путаницу в решение проблемы вносит как разнообразие трактовок термина «игра», так и неоднородность современных видеоигр, создающихся зачастую вопреки логике самого явления. Об этом подробно говорит сотрудник Московского центра исследований видеоигр при МГУ Александр Ветушинский, отмечая в видеоигровой индустрии такое явление, как «не-игры» [Ветушинский]. Дело в том, что отдельные попытки исследователей, старавшихся определить черты современных игр (например, наличие цели, возможность выиграть или проиграть,

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

АРХИПОВ Павел Евгеньевич — аспирант департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета (e-mail: myboringdrama@yandex.ru).

© Мясникова М. А., Архипов П. Е., 2021

мгновенная обратная связь и постоянное наращивание ресурса), потерпели фиаско при появлении новых образцов видеоигр, таких как *Dear Esther*, которые не соответствовали ни одной из перечисленных характеристик, но все еще оставались видеоиграми. Отсутствие конечной цели и какой-либо системы ресурсов при наличии характерных видеоигровых механик (персонаж может передвигаться по желанию игрока и взаимодействовать с окружением) сделали данную игру, как и многие ее аналоги, интерактивным визуальным творчеством, не имеющим отношения к играм как таковым. Впоследствии идею начали развивать такие проекты, как *The Path* и *The Graveyard* от студии *Tale of Tales*, где в первом имело место художественное переосмысление истории про Красную Шапочку, а второй основывался на уникальном сюжете об умирающей старушке, которая сама идет на кладбище. Классические истории интерпретировались в русле философских размышлений о сущности жизни, важности выбора пути, обманчивости и иллюзорности целей. Получалось, что видеоигры иногда могут и вовсе не быть играми.

В попытке осмыслить их экзистенцию Ян Богост на примере видеоигры *E. T.* предложил более десятка разнообразных характеристик, каждая из которых является равнозначно важной, но не избыточной. Среди прочего он упомянул, что видеоигра — это и конкретное культурное событие, связанное с определенным годом, и коллекционный объект [Богост]. Однако ни в одном традиционном понимании термина «игра» для видеоигры не предусмотрена возможность быть коллекционным объектом.

Среди характеристик, которые дает игре Й. Хейзинга, есть такая: «...отсутствие материального интереса в играх и их невозможность приносить никакую прибыль» [Хейзинга]. Однако на деле видеоигра не просто *может быть* утилитарной, но фактически таковой и является, а именно продается и покупается. В создании видеоигры имеется конкретная практическая цель — автор старается заработать на ней или хотя бы окупить разработку, потому что создание видеоигры требует ресурсов и времени. В тот момент, когда индустрия видеоигр по прибыли обгоняет индустрию кино, музыки и литературы, обсуждать отсутствие материального интереса разработчиков не имеет смысла.

О сущности видеоигр размышляют многие авторы, работающие в разных областях знаний: экономике, социологии, культурологии, культурной антропологии, теории медиа, искусствоведении, литературной критике, психологии, политологии, компьютерных науках, инженерии и теории алгоритмов. Специальная дисциплина у нас называется *философия игр* [Геймификация всей страны], а на Западе она получила определение *game studies*. Кирилл Мартынов пишет, что «...*game studies* — междисциплинарная область исследований, где нет единых подходов и, пожалуй, еще нет своих классиков. Может быть, это самая междисциплинарная сфера в социальном знании вообще» [Мартынов]. *Game studies* возникли в США в 80-х гг. прошлого века в рамках *media studies* при подходе к компьютерам как к медиа. Исследование игр стало частью изучения цифровых, т. е. компьютерных, а по современной терминологии — новых медиа. Но разные направления в исследованиях сложно стыковались. В результате возник так называемый *передукиционистский подход*, в основе которого лежит идея того же

Яна Богоста об изучении игр на разных уровнях, разными методами. В своей статье «Videogames are a Mess» («Беспорядочность видеоигр») он предлагает пять взаимосвязанных уровней рассмотрения видеоигр: 1) уровень восприятия игры и проявления психологии игроков; 2) уровень интерфейса, видения игры; 3) уровень функции, реализации игровых правил; 4) уровень кода, программы; 5) уровень самой платформы [Богост, с. 88].

К настоящему времени признано существование трех основных подходов к изучению видеоигр. Первый опирается на социальные науки и количественные методы исследования. Он предполагает, что игры можно использовать как модель для изучения разных социальных явлений. Второй подход определяется как нарратологический, гуманитарный и культурологический. Наконец, третий направлен на изучение индустрии игр. Это подход в большей степени экономический и инженерный. Наш подход — культурологический, связанный с местом видеоигр в культуре. Одна из модных тем нашего времени — «геймификация, перенос игровых моделей в мотивацию людей, для того чтобы они что-то делали в реальном мире» [Мартынов]. И в связи с этим стоит напомнить имя исследовательницы Джейн Макгонигал и ее книгу «Reality is Broken» («Сломанная реальность»), где она доказывает, что видеоигры делают людей лучше и могут изменить мир. Хотя, как мы знаем, другие авторы обнаруживают вред, который наносят видеоигры человеку и его психике.

Поэтому первый вопрос, который задают себе все исследователи, — какова «природа» видеоигр и какие функции они выполняют. В частности, одни рассматривают видеоигру с точки зрения взаимодействия с ней игрока, другие видят в ней современный вид медиатекстов. Американский философ, аналитик и дизайнер видеоигр Ян Богост, к примеру, предлагает рассуждать не о том, что есть видеоигра, а о том, как она работает. Точной характеристики явления нет. Вот почему задача разобраться во всем этом представляется актуальной. Основные научные методы, примененные нами при написании данной статьи, — наблюдение и анализ видеоигр, прежде всего в культурологическом аспекте.

Классификации игр

Многие авторы пытаются выстроить типологию видеоигр, определив для этого соответствующие основания. Хотя, к сожалению, в них встречается немало различий. общепризнанной классификации видеоигр не существует. Не лучше обстоит дело и с традиционными играми.

Типология как метод научного познания требует классификации, т. е. разбиения «изучаемой совокупности объектов на группы» [Типология и классификация..., с. 8]. В основе всякого типологического анализа лежит *классификация*. Понятия «типология» и «классификация» определяются одно через другое. При этом В. В. Тулупов [Тулупов, с. 52] сближал классификацию с систематизацией. А М. С. Каган, ссылаясь на Ионаса Кона, настаивал на различении этих двух понятий. По его словам, классификация носит *индуктивный* характер, поскольку опирается на эмпирические данные, а систематизация, во-первых, «исходит

из анализа способности данной сущности к дифференциации и имеет поэтому *дедуктивный* характер; во-вторых, системный подход требует выявления *необходимости* тех различий, которые классификация *просто фиксирует*; в-третьих, моделирование некоей системы требует *сопряжения нескольких классификационных плоскостей*, поскольку эта многомерность обуславливается сложностью изучаемых объектов, многоплановостью их связей и взаимоотношений; наконец, это сопряжение должно предстать как *координация и субординация* различных направлений классификаций» [Каган, с. 164]. Для построения типологии применяются формальные методы классификации. И важнейшей задачей типологии является изучение так называемого признакового пространства.

Что касается игр, то здесь существует много подходов к выбору оснований для их классификации. Изучая разные точки зрения на этот предмет, отечественный исследователь медиа И. М. Дзялошинский называет несколько авторов, в частности, французского философа и социолога культуры Р. Кайуа, согласно концепции которого главным типологическим признаком игр выступает разнообразие состояний (настроений) игроков в связи с тем или иным отношением их к миру. Отсюда игры делятся на те, что связаны с соревнованием (*agon* — борьба), случайностью (*alea* — жребий), подражанием (*mimicry* — подражание) и изменением состояния сознания (*ilinks* — головокружение) [Кайуа, с. 75]. Причем первые две основаны на правилах и равнозначны английскому понятию «play», а вторые две соответствуют понятию «game» и правилами не ограничены. Другой отечественный исследователь С. А. Смирнов видит в природе игр варианты трансформации детских игр: мимесис (подражание), агон (соревнование) и экстасис (исступление) [Смирнов]. Классификации американского психолога Эрика Берна имеют целый ряд оснований: количество игроков, используемый материал (слова, деньги, части тела), разновидности клинического состояния человека, зоны действия, психодинамика, инстинктивные влечения [Берн]. Исследователь Т. Кутлалиев [Кутлалиев] делит игры на имитирующие человеческую деятельность, заставляющие управлять ресурсами, предлагающие игроку те или иные роли, сталкивающие его с препятствиями, подвигающие его к решению логических задач. Основатель сайта «Games is Art» А. Киризеуев рассматривает разновидности компьютерных игр, исходя из наиболее часто совершаемых персонажем игровых действий: «игры общения», «игры действий», «игры контроля» [Киризеуев].

Сам И. М. Дзялошинский при создании типологии игр предлагает учитывать следующие критерии: *сферу деятельности*, в рамках которой разворачивается игра; особенности *сценариев и участников*; *функции*, для реализации которых организуются игры [Дзялошинский]. *Сфера деятельности* как приоритетный критерий используется довольно часто. Так, В. Вольнов называет детскую, актерскую, спортивную, азартную, музыкальную игры [Вольнов]. А И. М. Дзялошинский добавляет к ним ролевые, деловые, домашние, политические, любовные, сексуальные игры и т. д.

Концентрируясь на *функциональной типологии*, И. М. Дзялошинский собирает игры в три большие группы: компетентностные, манипулятивные, развлекательные, и выделяет внутри первой группы *образовательные* и *познавательные* игры,

связанные с обучением и расширением кругозора детей и взрослых в разных сферах человеческой деятельности (к примеру, при освоении школьных дисциплин и разделов тех или иных наук, приобщении к программированию, истории, этике, религии, медицине, иностранным языкам, бизнесу, государственному управлению). Внутри второй группы исследователь выделяет игры, существующие в сфере рекламы, политики, журналистики, направленные на обсуждение и решение актуальных общественных проблем. Сюда включаются и так называемые «новостные игры», являющиеся для журналистики «принципиально новой категорией коммуникации с представителем аудитории, который в этих условиях уже не является для редакции ни читателем, ни зрителем, ни слушателем, а становится скорее участником виртуальной реальности, погрузиться в которую ему предлагает журналист» [Дзялошинский, с. 53]. Ссылаясь на исследователей Я. Богоста, С. Феррари и Б. Швайцера, Дзялошинский называет несколько разновидностей таких новостных игр: «current event games» («игры актуального события»), «infographic newsgames» («игра-инфографика»), «puzzle newsgames» («игры-головоломки»), «documentary newsgames» («документальные игры»), которые превращаются сегодня в уникальный инструмент новых медиа, открывающий инновационные способы коммуникации с аудиторией и интенсивно вовлекающий пользователя в тему. Наконец, в третьей группе ученый объединил *развлекательные* и *азартные* игры. Но, к сожалению, Дзялошинский в предложенной им типологии не нашел места, например, весьма заметным и популярным сегодня у потребителей играм *художественным* или *спортивным*, объяснив отсутствие последних, в частности, тем, что спорт давно превратился «в инструмент большой политики» [Там же, с. 58]. Однако спортивные игры бывают разные. Возьмем, к примеру, узаконенные на официальном уровне в России спортивные игры «Dota 2» или «Conter Strike Global Offensive», которые не подходят под описанную категорию.

В целом типология видеоигр, предложенная И. М. Дзялошинским, безусловно, представляет серьезный научный интерес. И все же, на наш взгляд, в данном контексте стоит уделить некоторое внимание и тем играм, которые не раскрыты в рассмотренной типологии, в частности, художественным видеоиграм, тем более что связь их с искусством является сегодня одной из весьма часто обсуждаемых проблем.

Игра как «искусство»

Антон Деникин в своей работе «Могут ли видеоигры быть искусством» излагает позиции разных авторов, которые, с одной стороны, приближают видеоигру к искусству и позволяют рассматривать ее как один из его новых видов, а с другой стороны, наоборот, отдаляют и не дают вынести видеоигру за рамки специфической культурной деятельности человека [Деникин].

В свое время о художественности игр писал один из крупнейших исследователей медиа Маршал Маклюэн, утверждая, что «это коллективные и массовые художественные формы, опутанные строгими соглашениями... <...> они являются

единственной формой искусства, доступной многим» [Маклюэн, с. 269, 274]. И вместе с тем он всегда подчеркивал их роль «как средств коммуникации в обществе в целом». «Это своего рода разговор всего общества с самим собой», — писал он [Там же, с. 273, 277]. Маклюэн сопоставлял игры и искусство, находя в их функционировании много общего. Хотя он точно так же сопоставлял с искусством и бизнес. А в конце все-таки заключал: «Теперь должно быть ясно, что игры — расширение наших Я, но только не частных, а социальных, и что они суть средства коммуникации» [Там же, с. 279].

Одним из главных противников причисления игр к искусству выступал знаменитый американский кинокритик Роджер Эберт, отмечавший, что видеоигры «по своей сути мизерабельны по сравнению с кино и литературой» [Деникин], аргументируя это тем, что сама структура видеоигр не сочетается с понятием искусства: «Игры требуют действий игроков, что противоположно функционированию коммуникации в серьезных фильмах или литературе, в которых главный — всегда автор» [Там же]. По мысли Эберта в концепцию авторского замысла не вписывается интерактивность игры: ее создатель не способен выстроить необходимую драматургию, поскольку игрок волен взаимодействовать с игровым пространством самостоятельно. В противоположность Эберту английский писатель и режиссер Клив Баркер утверждал, что не признавать искусством все, что имеет хотя бы незначительную изменяемость в повествовании, абсурдно. Полный авторский контроль над произведением, по его мнению, — не необходимое свойство искусства [Там же]. Напротив, «интерактивность выступает как интересный, малоизученный, многогранный элемент языка, который мог бы открыть для художников (в самом широком смысле слова) новые возможности для творчества и реализации идей», — полагает Данил Огилец [Огилец]. Как известно, принцип интерактивности сегодня уже реализуется в документальном кино [Дворко].

Литературовед, культуролог, семиотик Ю. М. Лотман, сопоставляя игру с искусством, в своих тезисах «Искусство в ряду моделирующих систем» формулировал, что игра представляет собой «овладение умением, *тренировку* в условной ситуации», искусство же — овладение целым «миром (*моделирование мира*) — в условной ситуации». «Игра — “как бы деятельность”, а искусство — “как бы жизнь”», — писал он [Лотман, 1998, с. 397]. Разницу между искусством и игрой он видел в целеполагании: «...соблюдение правил в игре является целью. Целью искусства является истина, выраженная на языке условных правил» [Лотман]. Однако, как мы знаем, некоторые видеоигры преодолевают этот барьер и начинают реализовывать цели искусства. В качестве наглядного примера вспоминаются *The Path* и *The Stanley Parable*, которые косвенно призывают игрока нарушать правила, чтобы увидеть новый виток истории и раскрыть авторский замысел. По мысли Лотмана, «игра выступает по сравнению с искусством как бессодержательная», игра «не может быть средством хранения информации и средством выработки новых знаний» [Там же]. Однако это расходится с современными представлениями о видеоигре. Она все-таки способна не только хранить, передавать и трактовать элементы культурного кода, но и развивать их, являясь интерактивным произведением или исследованием на заданную тему. В современных

видеоиграх, безусловно, просматриваются художественные элементы: музыка, сюжет, архитектура, персонажи, диалоги, которые связаны с игровым процессом.

А. А. Сухов перечисляет критерии видеоигр, сближающие их с искусством, — это эстетическая цель, яркая визуальная составляющая, активное взаимодействие с другими искусствами [Сухов]. И все же, на наш взгляд, правильнее здесь было бы использовать выражение В. С. Саппака, первого в нашей стране исследователя телевидения, писавшего о нем не как об искусстве, а как об «эстетической возможности». А. А. Сухов и сам упоминает о духовном эстетическом акте, а именно возможности (вот ключевое слово!) получить от видеоигры «восхищение созданным миром, возможное эстетическое переживание, связанное с переходом в состояние полноты бытия — контакта с Универсумом» [Там же].

В описанных условиях проблема дифференциации видеоигр встает особенно остро, поскольку наравне с играми, имеющими художественную ценность, существуют и другие, которые подобной ценности лишены. То есть на практике видеоигры сближаются с искусством в разной степени, а порой и вовсе не имеют с ним никакой связи. В таком случае вряд ли стоит *отождествлять* видеоигры с искусством. Более продуктивным видится предлагаемый нами культурологический подход.

Предлагаемая классификация

В рамках этого подхода типология видеоигр вытекает из организационно-функционального строения культуры (т. е. из ее морфологии). О тесной связи игры с культурой в разные времена писали многие мыслители: И. Кант, Ф. Шеллинг, Г. Г. Гадамер, Ф. Шлегель, Ж. Бодрийяр, Й. Хейзинга, М. Маклюэн и др. Причем Й. Хейзинга подчеркивал, что игра старше культуры и является ее основанием, что «человеческая культура возникает и разворачивается в игре, как игра» [Хейзинга]. Для него «проблема заключалась не в том, какое место занимает игра среди прочих явлений культуры, но в том, насколько сама культура носит игровой характер» [Там же]. Отсюда следует вывод о том, что игра пронизывает абсолютно все сферы культуры, а не отдельно взятые. Значит, как мы предполагаем, и типов игр (видеоигр) может быть столько, сколько сфер вбирает в себя морфология культуры. Рассматривая эти сферы, мы обнаружим и соответствующие им видеоигры. В результате типология последних, как мы полагаем, выглядит более обоснованной и полной.

Опираясь на структурные модели культурной реальности, разработанные Э. А. Орловой (разделившей культуру на функциональные блоки по основным отраслям человеческой деятельности) и А. В. Костиной (распределившей культуру по социальным группам ее носителей и особенностям их психологии), исследователь А. Я. Флиер выделил сначала четыре, затем добавил еще две, а следом — еще три сферы человеческой жизнедеятельности, представленные определенными областями социальной практики [Флиер]. Первая сфера обозначена им как *культура социальной организации и регуляции* и включает в себя политическую, хозяйственную, торгово-экономическую, финансовую разновидности

культуры. Одним из первых проектов, связанных с этой сферой, можно назвать игру «Коммерсантъ», выпущенную компанией Rada Ltd в 1991 г. Игроку предлагалась возможность развивать и вкладывать свой капитал в ценные бумаги, заключать сделки и приумножать доходы, в том числе и благодаря рискованным действиям, таким как азартные игры. Несмотря на примитивную симуляцию экономических механизмов и простую графику (видеоигра представляла собой модернизированную версию текстового квеста), она обрела популярность среди отечественных геймеров и породила множество последователей. Экономические симуляторы вроде серии Anno, как и многие другие видеоигры поджанра tycoon, хоть и не напрямую, но используют в качестве основного игрового элемента схожие системы накопления и трат внутриигровых средств. Главной целью подобных видеоигр является создание полноценного виртуального бизнеса.

В качестве второй рассматривается сфера *культуры познания и рефлексии мира, человека и межличностных отношений*, в которую вошли философская, научная, религиозная, художественная культуры. Сюда, например, можно включить такие игры, как «Тургор», Gris и Journey. В первой игре главный герой выступает в роли духа, замершего на границе жизни и смерти, в мире, который постепенно теряет цвет. Конкретной цели у главного героя нет, однако он может спасти либо себя, либо одного из жителей этого мира, если наберет достаточно цвета для «прорыва». Оставляя простор для действий игрока, авторы не раскрывают значимые части истории, не выдают игроку заданий, не объясняют правила мира (с этим косвенно справляются второстепенные герои), а игрок вынужден учитывать то, что его могут вводить в заблуждение. Игровой процесс периодически создает игроку почти непреодолимые трудности. Из-за неверных решений и действий видеоигру приходится проходить множество раз. Цвета, выступающие местным аналогом ресурсов, непредсказуемо меняют игровой мир. Одной из идей авторов было синхронизировать игрового персонажа и самого игрока. Интересной особенностью «Тургора» является почти полная замена внутриигровой музыки классическими стихами и прозой (Максимимиан Волошин, Антон Чехов). Эксперимент студии Ice Pick Lodge привлек внимание узкой аудитории игроков и получил немногочисленные, но восхищенные отзывы критиков. Journey и Gris, поднимающие вечные философские вопросы и развивающие темы самоидентификации и изменения внутреннего мира человека, оказались более распространены в массовой аудитории. С помощью аудиовизуальных технологий игрок мог увидеть и ощутить эмоции персонажа, соотнести их со своими. В обеих видеоиграх не было вербальной информации. Игрок подчинялся интуитивным решениям.

Третья сфера названа сферой *культуры социальной коммуникации, накопления, хранения и трансляции информации* и вобрала в себя культуру межличностных информационных контактов и массовой информации, информационно-кумулятивную культуру и культуру межпоколенной трансляции социального опыта. К примеру, в игре World of Warcraft в ходе выполнения заданий играющий может найти новых друзей, вступить в объединение, называемое кланом или гильдией, и реализовать потребность в общении как внутри команды, так и вовне. Концепция

подобных видеоигр связана с тем, что участники взаимодействуют друг с другом, объединяясь перед лицом общих трудностей.

Четвертая сфера социальной практики предстает в этой системе как *культура физической и психической репродукции, реабилитации и рекреации человека*, охватывая собой сексуальную культуру, культуру физического развития, поддержания и восстановления здоровья и энергобаланса, культуру отдыха, психической рекреации и реабилитации человека. К этой категории относятся психологические и спортивные видеоигры. Продолжение идей классической настольной психологической игры «Мафия» нашло свое отражение в Among Us, где в процессе выполнения заданий по починке космолета или космической станции игроки должны найти предателя. Спортивные видеоигры, в свою очередь, представлены множеством симуляторов, имитирующих реальный спорт. Есть комплексные симуляторы, наподобие лицензионных проектов по Олимпийским играм, в которых представлено несколько различных мини-игр. Первым проектом такого типа является Olympic Gold 1992 г. С развитием технологий спортивные симуляторы получили фотореалистичную графику и сложные детальные механики, разработанные с целью стимулировать соревновательный дух игрока.

Следующей сферой является *культура рождения и смерти*. И к этой категории можно отнести, прежде всего, детские игры. Они широко представлены на рынке видеоигр с самого его возникновения, поскольку долгие годы сами видеоигры считались именно развлечением для детей. В качестве примера можно привести серию «Домовенок Кузя», которая предлагала детям истории про персонажа-маскота из старых мультфильмов, в игровой форме обучая их быстрому запоминанию, счету и основам анализа.

Игры-детективы относятся к *шестой* категории, связанной с *культурой преступления и наказания*. Будучи полноценным поджанром, детективные видеоигры представлены такими проектами, как L. A. Noire, Deadly Premonition и Murdered. В связи со спецификой метаморфоз данного поджанра игры-детективы часто содержат в себе элементы хоррора. Классическим детективом из представленных видеоигр является первая, тогда как во второй мы расследуем мистические происшествия, а в третьей играем за духа, разыскивающего своего убийцу.

Наконец, заключительными тремя сферами морфологии культуры являются *культура частной жизни, культура идентичности и лингвистическая культура*. К первой относятся семейные видеоигры. Чаще всего этот тип игр представлен кооперативными проектами, прохождение которых направлено на создание успешного взаимодействия между ребенком и родителем. Они управляют разными персонажами с разными возможностями, однако в процессе должны достигнуть общей цели. Примерами служат серии Rayman и Lego.

Исторические, музейные и архивные видеоигры относятся к предпоследней, *восьмой*, категории. Часть из них является реконструкцией исторических событий, с которыми игрок может столкнуться лично (обычно это стратегии и шутеры, такие как «Блицкриг», Brothers in Arms, Medal of Honor и т. д.). Часть использует достоверные исторические факты как оформление, предлагая игроку написать

альтернативную историю, при этом тщательно симулируя процессы реальной истории (серии Crusader Kings и Civilization).

Группа лингвистических видеоигр не слишком широко представлена на рынке благодаря большой конкуренции с языковыми интернет-порталами, использующими технологию геймификации. Хотя ранее выходили такие проекты, как Word Monaco или Letter Lab в жанрах головоломки, где требовалось составлять слова или определенные комбинации из них. Кроме того, такие проекты, как Castle Quis и прочие соревновательные викторины, часто обращают свое внимание на лингвистические тонкости языка и заставляют игроков соревноваться в их знании.

Как мы обнаружили в ходе нашего исследования, существующие классификации видеоигр не только далеки от полноты, но и с трудом соотносятся между собой. Поэтому изучение проблемы дифференциации видеоигр, безусловно, должно быть продолжено.

Берн Э. Люди, которые играют в игры. URL: https://www.bookol.ru/nauka_obrazovanie/psihologiya/171170/fulltext.htm (дата обращения: 16.09.2020).

Богост Я. Бардак в видеоиграх // Логос. 2015. № 1 (103). С. 79–99. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bardak-v-videoigrah> (дата обращения: 25.05.2020).

Ветушинский А. С. Спасти человечество: как видеоигры объясняют и меняют реальность. URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/15865-spasti-chelovechestvo-kak-videoigry-obyasnyayut-i-menyayut-realnost> (дата обращения: 19.05.2020).

Вольнов В. Феномен игры. URL: <http://www.v-volnov.narod.ru/SmallWorks/PhenomenonOfPlay.htm> (дата обращения: 16.09.2020).

Геймификация всей страны. Какие задачи и для чего решает философия видеоигр: беседа А. Кояева с А. Ветушинским. 3 января 2014 г. URL: <https://lenta.ru/articles/2014/01/03/gamification/> (дата обращения: 10.09.2020).

Дворко Н. И. Интерактивный документальный фильм как феномен цифровой эпохи // ИСОМ. 2014. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interaktivnyy-dokumentalnyy-film-kak-fenomen-tsifrovoyo-epohi> (дата обращения: 18.09.2020).

Деникин А. А. Могут ли видеоигры быть искусством? // Международный журнал исследований культуры. 2013. № 2 (11). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mogut-li-videoigry-byt-iskusstvom> (дата обращения: 07.03.2020).

Дзялошинский И. М. Игровая составляющая медиаконтента: функционал и типологические модели // Вопр. журналистики. 2018. № 4. С. 25–72.

Каган М. С. Морфология искусства. Л., 1972. 440 с.

Кайуа Р. Игры и люди : статьи и эссе по социологии культуры. М., 2007. 304 с.

Кирилзеев А. Ю. Классификация жанров компьютерных игр // Gameisart.ru. 2014. URL: <https://gameisart.ru/janr.html> (дата обращения: 17.09.2020).

Кутляев Т. Х. Жанровая типология компьютерных игр: проблема систематизации художественных средств. М., 2014. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01005547480> (дата обращения: 16.09.2020).

Лотман Ю. М. Искусство в ряду моделирующих систем // Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб., 1998. 704 с.

Лотман Ю. М. О природе искусства. URL: <https://media.ls.urfu.ru/182/540/1216/1481/369/> (дата обращения: 09.03.2020).

Маклюэн Г. М. Понимание медиа: внешние расширения человека : пер. с англ. 2-е изд. М., 2007. 464 с.

Мартынов К. К. Game Studies: Как изучают видеоигры? 2015. 5 янв. URL: <https://postnauka.ru/talks/41340> (дата обращения: 19.08.2020).

Научно-технический энциклопедический словарь. URL: <https://rus-scientific-technical.slovaronline.com/734-%D0%92%D0%98%D0%94%D0%95%D0%9E%D0%98%D0%93%D0%A0%D0%90> (дата обращения: 10.09.2020).

Огилец Д. Атракцион или новый язык искусства: Почему видеоигры не воспринимают всерьез // Dtf.ru. 2019. 20 авг. URL: <https://dtf.ru/games/64924-attrakcion-ili-novyy-yazyk-iskusstva-pochemu-videoigry-ne-vostrinimayut-vserez> (дата обращения: 09.03.2020).

Смирнов С. А. Философия игры (пролегомены к построению философии игры) // Кентавр : методол. и игротехн. альманах. 1995. № 2. (14). URL: http://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site125/html/media16916/Smirnov_Filosofia_igri.doc (дата обращения: 19.09.2020).

Сухов А. А. Погружение в виртуальные миры: междисциплинарное исследование компьютерных игр. Екатеринбург, 2014. URL: <http://catalog.inforeg.ru/Inet/GetEzineByID/306902> (дата обращения: 11.08.2020).

Типология и классификация в социологических исследованиях / отв. ред. В. Г. Андреевков, Ю. Н. Толстова. М., 1982. 296 с.

Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Воронеж, 2001. 313 с.

Флиер А. Я. Модернизация модели морфологии культуры // Обсерватория культуры. 2017. Т. 14, № 1. С. 20–26.

Хейзинга Й. Homo ludens. Человек играющий / пер. с нидерл. М., 2001. 352 с. URL: http://bourabai.ru/cm/homo_ludens01.htm (дата обращения: 08.03.2020).

Статья поступила в редакцию 26.09.2020 г.

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ СТРАХОВ И ФОБИЙ В ДИСКУРСАХ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ: К МЕТОДОЛОГИИ ВОПРОСА*

Исследуются механизмы внедрения массмедиа в сознание населения региона с повышенными социогенными и техногенными рисками негативно-деструктивных настроений и ценностей. Цель статьи — обосновать концепт-анализ в качестве релевантной методики изучения концептуализации в дискурсах региональных медиа страхов и фобий, позволяющей, во-первых, выявить приоритетные ценностные смыслы тревожно-фобического информационного поля, во-вторых, установить когнитивные стратегии концептуализации страхов и фобий в дискурсах типологически разнородных региональных СМИ.

К л ю ч е в ы е с л о в а: региональные СМИ; дискурсивные практики; негативно-деструктивные ценности; страхи; фобии; концепт; ценностные смыслы

Локальные массмедиа являются, с одной стороны, важнейшим социально организуемым, социально регулирующим, политико-коммуницирующим, культуроформирующим, локально-идентифицирующим инструментом, с другой стороны, имиджеобразующим [Бурова; Волгина, Амиров; Ильина, Каблуков; Кадачигова; Кирьяшина; Лободенко; Олешко В. Ф., Олешко Е. В.; Соломин; Чемякин; Чепкина; Шаромов]. Иными словами, региональные СМИ могут конструировать в сознании массовой аудитории как позитивный образ региона, так и негативный. Характер этого образа будет зависеть как минимум от двух факторов:

— типологических характеристик регионального СМИ (учредитель; целевая аудитория; целевое назначение и характер информации; качество контента; информационная политика);

— социальных, экономических, политико-административных, социокультурных, правовых, экологических, этнических и иных характеристик самого регионального субъекта [Городилов, Козлов; Регионоведение].

Челябинская область относится к поликультурным регионам с повышенными социогенными и техногенными рисками. Во-первых, на ее территории расположено много промышленных предприятий, использующих опасные для окружающей среды и здоровья населения технологии. Во-вторых, наблюдается усиление социально-экономического напряжения: а) обостряется проблема

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Челябинской области в рамках научного проекта № 20-412-740009.

Funding: The research was funded by RFBR and Chelyabinsk Region, project number 20-412-740009.

АНТРОПОВА Вера Владимировна — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета, ORCID: 0000-0003-3421-9978 (e-mail: ava45@yandex.ru).

© Антропова В. В., 2021

моногородов (градообразующее предприятие сворачивает мощности или вовсе прекращает работу, исчезает единственный источник дохода населения); б) вследствие непродуманных реформ здравоохранения жители малых городов и сельских поселений остаются без доступной медицинской помощи; в) отсутствует четко выстроенная политика государственной поддержки фермерства, уменьшается доходность сельского труда; г) вследствие перечисленных социогенных факторов наблюдается миграция населения из региона либо в столичные мегаполисы (Москву, Санкт-Петербург), либо в регионы с менее развитой промышленностью, но с более благоприятным для сельского хозяйства климатом (в южные регионы России) или, напротив, с более развитой промышленностью и высоким уровнем занятости населения и доходов (например, в Тюменскую область). Техногенные и социогенные риски обуславливают возникновение и эскалацию страхов и фобий у населения поликультурного региона. Поликультурность — качество структурированного множества культур как ценностно-ментальных парадигм/матриц — предполагает социокультурную гетерогенность регионального пространства, в котором функционируют различные массмедиа со своими особыми, уникальными ценностными установками и коммуникативно-когнитивными способами их интеграции в массовое сознание.

И хотя тезис об экономической, социальной, идеологической угрозах независимости локальной прессы и локальной журналистики в целом [Тулупов, с. 83] не теряет своей актуальности, однако необходимо отметить (с известной долей условности), что Челябинская область характеризуется плюралистической медиасистемой: в нее входят как проправительственные СМИ, так и те, которые считают себя независимыми, стремятся сохранить объективность и беспристрастность. Для анализа были выбраны четыре сетевых издания (у некоторых из них есть бумажные версии):

1) «Южноуральская панорама» — региональная общественно-политическая газета (также есть рубрики «Культура», «Общество», «Спорт»), являющаяся официальным печатным органом областного правительства (учредитель — Правительство и Законодательное собрание Челябинской области);

2) «Вечерний Челябинск» — городская газета универсально-тематической направленности (выходит с 1968 г.), публикует новости как города, так и всего региона, считает себя политически независимым изданием, однако есть рубрика «Официально» (учредитель — Муниципальное автономное учреждение «Информационная группа “Вечерний Челябинск”»);

3) «Деловой квартал-Челябинск» — газета, позиционирует себя как независимое деловое СМИ Челябинска, публикует не только локальные новости бизнеса, политики, но и федеральные, свою миссию видит в продвижении отечественного бизнеса и отстаивании интересов предпринимательского класса, существует за счет рекламы, поддерживая имиджевую, репутационную, сбытовую концепции рекламы;

4) «74.ru» — информационный портал города и области (является подразделением российской сети городских сайтов Region), публикует экономические, социальные и политические новости, также предоставляет справочно-потребительскую

и развлекательную информацию, считает себя независимым медиа, отстаивающим интересы рядовых горожан, и интерактивной площадкой онлайн-дискуссий между представителями власти и жителями региона (предусмотрена рубрика «Форум»).

Можно предположить, что различные типы СМИ специфическим образом конструируют дискурсивную картину мира адресата, формируя в его сознании определенные установки, в том числе страхи и фобии.

В качестве предмета исследования выступают дискурсы типологически разнородных СМИ Челябинской области, в качестве объекта — концепты, репрезентирующие страхи и фобии в дискурсах и отражающие ценностно-смысловые доминанты тревожно-фобического информационного поля.

Задачи исследования: 1) выявить приоритетные ценностные смыслы тревожно-фобического информационного поля в дискурсах различных медиа, иными словами, ранжировать (в силу дискурсивных конвенций СМИ) их по значимости, важности в рамках аксиосферы жителей региона (например, причины возникновения страхов и фобий; динамика их развития; субъекты переживаний; объекты угроз; интенсивность и формы переживаний: тревога, беспокойство, обоснованные и вымышленные страхи, панические атаки, запугивание населения и т. д.; методы купирования страхов; меры противодействия, предлагаемые местными властями, и т. д.); 2) определить специфические для дискурсивных практик когнитивные стратегии концептуализации страхов и фобий, которые будут установлены в результате сравнения узуальных моделей заявленных концептов с дискурсивными и фиксации их различий. Эти различия будут иллюстрировать когнитивные установки концептуализации ценностной реальности, свойственные тому или иному дискурсу.

Материалом исследования послужили все текстовые фрагменты обозначенных массмедиа за 2020 г., собранные методом сплошной выборки, репрезентирующие два концепта: «страх» и «фобия».

Важным моментом исследования становится вопрос о релевантной методике изучения ценностно-деструктивного контента региональных медиатекстов. Данная методика должна обеспечить не просто количественный анализ текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей (такой «горизонтальный срез» ментальности обеспечивает известный в теории массовых коммуникаций метод контент-анализа [Пашинян, с. 13]), а комплексный анализ количественных показателей употребления слов, маркирующих ценности, и качественные, т. е. содержательные, параметры изучаемых ценностей. Поэтому мы обращаемся к методике концепт-анализа, которая позволяет исследовать ценности не только в «горизонтально»/«плоскостном» измерении, но и «горизонтально-вертикальном»/«объемном», поскольку главным методологическим инструментом является концепт — единица ментальности, имеющая полевую, ядерно-периферийную (иерархически организованную) смысловую структуру [Попова, Стернин]. Смыслы/признаки/элементы/смысловые кванты располагаются в пределах концептуального поля в зависимости от того, насколько сильна их семантическая связь с именем концепта.

Сама же процедура концепт-анализа предполагает три этапа:

1) построение общеязыковых, ценностно-нормативных моделей исследуемых концептов, реконструированных на базе лексикографических источников, отражающих обыденное/усредненное сознание, наивную картину мира, «своего рода коллективную философию, которая навязывается в качестве обязательной всем носителям языка» [Апресян, с. 350]. Если рассматриваемые концепты к тому же представляют собой сложные научные понятия, закономерно обращение к научно-исследовательской литературе, которая поможет классифицировать данные явления с точки зрения определенных категоризирующих оснований/параметров/критериев — таким образом, наивная картина мира может дополняться элементами научной;

2) построение дискурсивных моделей, которые в силу дискурсивных правил, конвенций, договоренностей будут отклоняться от «нормы», транслировать и формировать ту картину мира, которая определяется информационной политикой изданий региона;

3) сравнение узуальных и дискурсивных моделей и фиксация реструктуризации, изменения дискурсивных концептов (актуализация определенных смысловых элементов концептуальной структуры; привнесение новых компонентов и, напротив, исчезновение традиционных, привычных; изменение соотношения ценностных смыслов и т. д.), а также осмысление трансформационных ценностно-смысловых процессов на уровне выделения определенных преобразующих когнитивных стратегий/схем, характерных для того или иного издания.

В данной статье, посвященной разработке методологии изучения деструктивно-ценностного контента, мы ограничимся лишь первым этапом — реконструкцией узуальных, нормативно-ценностных моделей концептов «страх» и «фобия», которые в дальнейшем станут отправной точкой изучения ценностно-смысловых изменений в дискурсах региональных СМИ.

Итак, вербализаторами первого ментального конструкта — «страх» — стали слова с чередующимися корнями *-страх-/-страш-/-стращ-*, *-тревог-/-тревож-*, *-(бес)поко-/--(бес)покој-*, *-бо-/-бој-*: *страх, страхи, страшить, страшиться, страшно, страшный, стращать, страшилка, страховать, страховаться, застраховать, застраховаться, перестраховать, перестраховаться, перестраховка, перестраховщик, перестраховщица, страхование, страховидный, страховка, страховочный, страховщик, страхолюдный, страшила, страшилище, тревога, тревожить, тревожиться, тревожно, тревожный, треволение, беспокойство, беспокойный, беспокоиться, беспокоить, боязнь, бояться* и их формы.

Общеязыковую модель, основываясь на лексикографических источниках, мы можем описать следующим образом [Горбачевич, Хабло; Русский ассоциативный словарь; Словарь русского языка, т. 4, с. 283; Словарь синонимов русского языка, с. 561; Современный толковый словарь русского языка, с. 802; Тихонов, с. 462]:

— ядерные признаки: «состояние сильной тревоги, беспокойства перед опасностью, бедой, угрозой; боязнь»;

— приядерная часть: 1) «нечто или некто, вызывающие боязнь, тревогу, оцепенение»; 2) «тягостное, мучительное чувство; тяжелое, удручающее впечатление»; «опасение»; «ужас»;

— зона ближней периферии: 1) «сильная степень проявления чего-либо, исключительность»; 2) «связанное с сильнейшими негативными переживаниями» (этот когнитивный признак концептуализируется через мифолого-религиозные метафоры *зверский, чудовищный, дьявольский, чертовский, адский*); 3) «физическое предохранение от возможности несчастного случая, от чего-либо опасного, неприятного, нежелательного, что может нанести вред здоровью или привести к смерти»; 4) «социально-юридическое предохранение от возможности несчастного случая, от чего-либо опасного, неприятного, нежелательного, что может нанести вред здоровью или привести к смерти»; 5) «выплата определенной суммы в случае наступления соответствующего события»; 6) «платеж, взнос за возможность не беспокоиться, не опасаться чего-либо»; 7) «внешнее безобразие, уродливость»; 8) «угрозы, запугивания»; 9) «страсть». Как видно, зона ближней периферии связана с эмоциональной, биологической, социально-экономической, юридической, внешне-эстетической сферами;

— зона дальней периферии: 1) «связанное с инстинктами; то, что не поддается рациональному объяснению» (*безотчетный, неосознанный, беспричинный, беспредметный, бессознательный, биологический, инстинктивный, неизъяснимый, подсознательный*); 2) «связанное с физическим дискомфортом» (*боль, болезненный, стоматолог, перед огнем, гримаса, ледяной, липкий, холодный, холодящий, цепенящий, душный, тошный*); 3) «связанное с психологическим дискомфортом» (*истерия, депрессия*); 4) «связанное с социальными отношениями» (*за него, за тебя, за родных*); 5) «различные реальные или потенциальные объекты угроз» (*высота, темнота, к сессии, много гаишников, перед милицией*).

Второй концепт — «фобия» — объективируют слова с корнями *-фобиј-, -фоб-, -паник-/ -панич-* (лексемы *фобия*, первая часть + *фобия*, первая часть + *фоб, фобический, паника, панический, паниковать* и т. д.).

Переходя к модели второго концепта, необходимо сделать одно предварительное замечание. Поскольку в ассоциативном словаре и словаре эпитетов слово «фобия» не зафиксировано, то в целях реконструкции периферийной зоны концепта был проведен опрос, в котором принял участие 51 человек (респондентами оказались студенты всех курсов факультета журналистики ЧелГУ). От ассоциативных словарей типа WordAssociation.RU, «Сеть словесных ассоциаций», OnlineSlovo.ru и подобных мы сознательно отказались, так как в основе подобных проектов лежит программный модуль, анализирующий классические и современные произведения русской и зарубежной литературы, данные уже созданных словарей с использованием принципов системного подхода, но такая информация все же вторична, неуникальна, нам же были важны не «машинные», искусственно созданные, а первичные, непосредственные реакции респондентов на предлагаемое слово-стимул.

Структуру второго концепта — «фобия» — можно представить следующим образом [Словарь русского языка, т. 4, с. 572; Современный толковый словарь русского языка, с. 894]:

— семантический центр: «навязчивое состояние страха у психически больных»;

— околоядерная локация: 1) «нетерпимость, противление чему-либо, ненависть, отвращение»; 2) «паника»; 3) «ужас» 4) «опасность, угроза»;

— ближняя периферия (принимались во внимание наиболее частотные ассоциации): 1) «различные вымышленные объекты угроз» (при этом объектами угроз могут представляться как конкретные, так и абстрактные предметы) (*науки, насекомое, клоун, кровь, лифт, замкнутое пространство, толпа, высота, глубина, авария, темнота, неизвестность, старость, смерть, кладбище*); 2) «связанное с психическими проявлениями фобических расстройств» (*зависимость, переживания, сомнения, депрессия, слабость, пустота, боль, отвращение, истерика, кошмары, нервы на пределе, мания, страдания, мучения*); 3) «связанное с физическими проявлениями фобических расстройств» (*кричать, крик, дрожь, тяжелое дыхание, душье, тошнота, головокружение, слезы*); 4) «связанное с инстинктами; то, что не поддается рациональному объяснению» (*бесконтрольность, неконтролируемая, иррациональность, инстинкт, выдумка*); 5) «связанное с попыткой найти выход из патологической ситуации» (попытка может быть осуществлена на психическом, физическом, медико-терапевтическом уровнях) (*преодоление, бежать, больница, терапия, уколы*); 6) «связанное с попыткой понять причины фобий и природу этих причин» (*детство, детская травма, потеря, одиночество, неуверенность, стресс, психология, психика, чувство*); 7) «связанное с сильнейшими негативными переживаниями» (*отвратительная, мучительная, дикая, нестерпимая, леденящая, сильная, жуткая, душераздирающая, невыносимая, звероподобная, кровожадная*); 8) «связанное с продолжительностью патологического состояния» (*вечная, длительная, постоянная, продолжительная*);

— дальняя периферия (учитывались единичные ассоциации, но повторяющиеся частично друг друга по смыслу): 1) «нечто скрытое, потаенное, что надо обнаружить» (*тайна, тайная, скрываемая, скрытность, скелеты в шкафу, секретная*); 2) «связанное с неискренностью, демонстративностью, театральностью поведения» (*сцена, провокация, привлечение внимания, обман, ложь, модная, популярная, демонстративная*).

Ценностно-смысловые различия двух дублетных концептов заключаются в следующем:

1) понятие «страх» концептуализирует нормальную защитную реакцию на реально или потенциально существующую опасность, угрозу; обязательными признаками в его структуре становятся те, которые выражают идею нормальности этого психического и социального феномена, управляемости страхом/страхами (т. е. они поддаются корректировке, нейтрализации, купированию, активно принимаются различные — социальные, финансово-экономические, политические меры по предупреждению страхов);

2) понятие «фобия» концептуализирует патологическую реакцию на воображаемую опасность, угрозу в виде навязчивых состояний, идей, мыслей; обязательными признаками в его структуре оказываются такие, которые выражают идею ненормальности данного психического и социального феномена; фобиями, как и страхами, можно управлять, но исключительно медико-терапевтическими

способами, при этом их надо еще обнаружить, так как они могут носить скрытый, имплицитный характер.

Переходом от первого этапа концепт-анализа ко второму можно считать отнесение выявленных базовых (т. е. ядерно-приядерных) когнитивных признаков в их дискурсивном воплощении к более крупным ментальным образованиям, классификаторам. Опираясь на типологии страхов и фобий, изложенные в литературе по психологии и психиатрии [Ганзин; Щербатых], мы выделили два вида фобий и три вида страхов:

1) конкретная (специфическая) фобия — навязчивый страх перед конкретными объектами или конкретными социальными ситуациями, которые сразу же вызывают беспокойство и иногда могут привести к приступам паники (соответственно в структуре концепта «фобия» выделяем субконцепт «конкретная фобия» — КФ);

2) социальная фобия — навязчивое социальное тревожное расстройство, беспокойство человека о том, что другие его осуждают, что он может быть социально, финансово неуспешен, несостоятелен (выделяем субконцепт «социальная фобия» — СФ);

3) биологический (природный) страх — состояние, связанное с угрозой жизни человеку, например, с угрозой жизни в условиях пандемии, землетрясения, наводнения, грозы и т. д. (субконцепт «биологический страх» — БС);

4) социальный страх — опасения изменения социального статуса (страх бедности и нищеты, страх перемен, страх публичных выступлений, страх экзамена), социального устройства и социальных отношений (страх беспорядков и хулиганства, преступности, страх социальных контактов, страх ответственности перед кем-то) (субконцепт «социальный страх» — СС);

5) экзистенциальный (внутренний) страх — опасения, которые, как правило, закладываются еще в детстве и преследуют человека в течение всей его сознательной жизни, связаны с проблемами жизни и смерти, самого существования человека (страх перед смертью, перед временем, в частности перед будущим, перед быстротечностью жизни, перед бессмысленностью человеческого существования и т. д.) (субконцепт «экзистенциальный страх» — ЭС).

Сокращенные маркеры фобий (КФ и СФ) и страхов (БС, СС, ЭС) будут проставлены в электронной картотеке массмедийных текстов напротив каждой текстовой единицы. Подобная первичная аналитическая обработка дискурсивного материала в виде таких атрибуций позволит на данном этапе в общих чертах увидеть ценностные приоритеты каждого издания.

В дальнейшем, следуя логике выбранной и обоснованной методике, планируется детальное воссоздание дискурсивных моделей концептов и их сравнение с узуальными, а также их сравнение между собой, что позволит, во-первых, выявить приоритетные смысловые кванты/смыслы/когнитивные признаки, свидетельствующие о ценностных доминантах дискурсивных практик, формирующихся под влиянием типологических характеристик СМИ; во-вторых, понять позицию, определить ценностную матрицу того или иного издания региона с повышенными социогенными и техногенными рисками в отношении страхов и фобий (нейтрально-игнорирующая, панически-купирующая или, напротив,

панически-эскалационная, истерично-нагнетающая, социально-регулирующая, политико-конструктивная и т. п.).

Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного анализа // Избр. тр. Т. 2 : Интегральное описание языка и системная лексикография. М., 1995. С. 348–388.

Бурова Ю. Е. Влияние пиар-технологий на формирование образа власти в региональных СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2013.

Волгина Е. В., Амиров В. М. Потребительская журналистика на региональных информационных порталах // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 4 (119). С. 52–56.

Ганзин И. В. Исследование распространенности и типологии фобических расстройств // Гуманитарные науки. 2016. № 1. С. 11–19.

Горбачевич К. С., Хабло Е. П. Словарь эпитетов русского литературного языка. Л., 1979. URL: <https://znachenieslova.ru/slovar/epithet/strah> (дата обращения: 09.01.2021).

Городилов А. А., Козлов С. Д. Регионоведение : учеб. пособие. Калининград, 2006.

Ершов Ю. М. Региональное телевидение в российской медиасистеме : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2012.

Ильина О. В., Каблуков Е. В. Практики конструирования региональной идентичности в медиадискурсе Татарстана // Научный диалог. 2020. № 3. С. 52–66. URL: <https://www.nauka-dialog.ru/jour/article/view/6/6>

Кадачигова Д. С. Формирование в СМИ положительного имиджа региона (на примере Камчатского края) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2020.

Кирьяшина М. А. Роль печатных СМИ в создании имиджа регионального политика : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2005.

Лободенко Л. К. Концептуальная модель регионального интернет-СМИ: кросс-коммуникативные аспекты : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2015.

Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Коммуникативно-культурная память Югры и проблемы ее межпоколенческой трансляции в цифровую эпоху: филологический аспект // Вестн. урвведения. 2020. Т. 10, № 3. С. 507–516. DOI: <https://doi.org/10.30624/2220-4156-2020-10-3-507-516>

Пашиных И. А. Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения // Научная периодика: проблемы и решения. 2012. № 3 (9). С. 13–18.

Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М., 2007.

Регионоведение : учебник для акад. бакалавриата / под ред. И. Н. Барыгина. М., 2019.

Русский ассоциативный словарь. М., 2002. URL: <http://thesaurus.ru/dict/> (дата обращения: 09.01.2021).

Словарь русского языка : в 4 т. / АН СССР, Ин-т рус. яз. ; под ред. А. П. Евгеньевой. М., 1985–1988. Т. 3.

Словарь русского языка : в 4 т. / АН СССР, Ин-т рус. яз. ; под ред. А. П. Евгеньевой. М., 1985–1988. Т. 4.

Словарь синонимов русского языка / ИЛИ РАН; под ред. А. П. Евгеньевой. М., 2002.

Современный толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб., 2002.

Соломин В. Е. Роль региональных сетевых СМИ в отражении общественных событий : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2013.

Тихонов А. Н. Новый словообразовательный словарь русского языка для всех, кто хочет быть грамотным. М., 2014.

Тулупов В. В. Региональная журналистика: сегодня и завтра // Вопр. теории и практики журналистики. 2013. № 2. С. 78–92.

Чемякин Ю. В. Региональная пресса как организатор политического диалога (на материале печатных СМИ Свердловской и Челябинской областей) : автореф. дис. ... канд. полит. наук. Екатеринбург, 2003.

Чепкина Э. В. Дискурсивные практики конструирования адресата региональной прессы: национально-гражданская идентичность // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2016. Т. 22, № 4 (156). С. 61–68.

Шаромов А. В. Рекламно-информационное пространство бренда в СМИ (на примере разработки бренда региона) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2009.

Щербатых Ю. В. Психология страха. М., 2005.

Статья поступила в редакцию 17.01.2021 г.

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.004

УДК 070.42:004.032.6 + 331.102.122 + 070.423.1

В. Ф. Олешко

О. С. Мухина

МЕДИАФРИЛАНС КАК НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ. И НЕ ТОЛЬКО ЭКОНОМИЧЕСКАЯ*

Фриланс, т. е. «работа на себя» без привязки к какому-то конкретному месту, становится все более популярным явлением современной действительности, в том числе и в сфере медиа. И хотя внештатные журналисты существовали даже в советское время, новейшая практика дала импульс к трансформации смыслодеятельности данного рода информационных субъектов. Сегодня фриланс для кого-то не только способ заработка, но и философия жизни, которая в медиасреде приобретает дополнительную значимость ввиду повышенной социальной ответственности, характеризующей профессию журналиста.

Ключевые слова: фриланс; медиафриланс; удаленная работа; фрилансер; внештатный журналист; самозанятость

Как известно, в Советском Союзе существовала уголовная ответственность для лиц, не трудоустроенных официально в штат организации. Граждан, выбравших любой другой путь удовлетворения своих материальных потребностей, именовали «тунеядцами», «бездельниками» и «паразитами» [Пешкова]. Однако именно в медиасреде внештатные авторы были: прежде всего, это рабселькоры, которых в 1960-е гг. насчитывалось порядка 5 млн [Сарма, Антонова] (хотя надо оговориться, что и официальное трудоустройство, пусть не в журналистской сфере, данные лица, конечно, имели).

Термин «фриланс», трансформировавший смысл внештатной журналистики, пришел в нашу страну в 90-е гг. XX в., как следствие крушения прежних мировоззренческих доминант и экономического базиса советской действительности, основанного на планировании, отрицании частной собственности и на обязанности каждого трудиться на благо государства. Авторство собственно термина «фрилансер» (англ. *freelancer* — вольнонаемный воин или вольный копьеносец) обычно приписывают Вальтеру Скотту, который в романе «Айвенго» назвал так средневековых рыцарей, освобожденных от службы конкретному лорду или королю. «Внештатные журналисты, как и рыцари-наемники Скотта, являются независимыми подрядчиками, самозанятыми, одинокими деятелями, которые работают сами по себе и для себя. Фрилансеры могут свободно сдавать свои

* Статья выполнена при поддержке гранта РФФИ № 19-18-00264 в рамках научного проекта «Цифровизация коммуникативно-культурной памяти и проблемы ее межпоколенческой трансляции»..

ОЛЕШКО Владимир Федорович — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета. ORCID: 0000-0003-3001-7391 (e-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru).

МУХИНА Ольга Сергеевна — аспирант департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета. ORCID: 0000-0001-8791-6086 (e-mail: olga.mukhina@urfu.ru).

© Олешко В. Ф., Мухина О. С., 2021

услуги в аренду как можно большему количеству клиентов, “не имея долгосрочных обязательств ни перед одним из них”» [Massey, Elmore].

По данным ВЦИОМ, опубликованным 4 марта 2020 г. (показательно, что исследование было завершено непосредственно перед введением ограничений в связи с коронавирусной пандемией, которые, конечно, изменили ситуацию), 11 % опрошенных россиян назвали себя фрилансерами или самозанятыми и еще 23 % выразили желание ими стать (среди молодежи данный показатель выше: 18–24 лет — 45 %, 25–34 лет — 34 %)¹. Однако 66 % респондентов затруднились дать какое-либо определение термину «фриланс», что говорит все же о недостаточном распространении данного явления.

Появление интернета и развитие технологий не просто трансформировали медиаиндустрию. В условиях, когда традиционные СМИ стремительно теряли аудиторию, а онлайн-медиа нуждались в журналистах, умеющих работать в режиме 24/7, популярной становится принципиально иная модель формирования коллективов. Чаще всего она включала нескольких взаимосвязанных в повседневной работе структурных элементов массмедиа: редакторов, штатных журналистов, «звездных» авторов (популярных у аудитории) и постоянных фрилансеров. Иногда при этом была успешно реализована и практика активного сотрудничества с гражданскими журналистами.

Но не только средства массовой информации нуждаются во внештатных авторах — многие журналисты находят в этом способе оформления отношений и образе жизни ряд преимуществ, хотя, конечно, имеются и недостатки. Авторы из Санкт-Петербургского университета провели собственный опрос, в котором приняли участие 70 журналистов-фрилансеров. Опубликованные исследователями данные [Капустина] можно представить в виде диаграмм (рис. 1 и 2). Интересно, что отмеченные респондентами недостатки так или иначе можно свести к материальным, финансовым проблемам, а преимущества чаще относятся к бонусам идеалистического, личного характера.

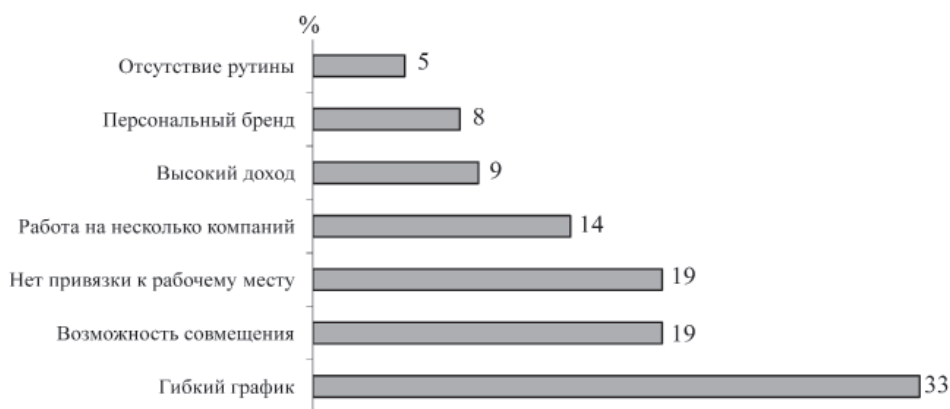


Рис. 1. Преимущества фриланс-журналистики

¹ URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiyane-polyubili-frilans> (дата обращения: 17.12.2020).

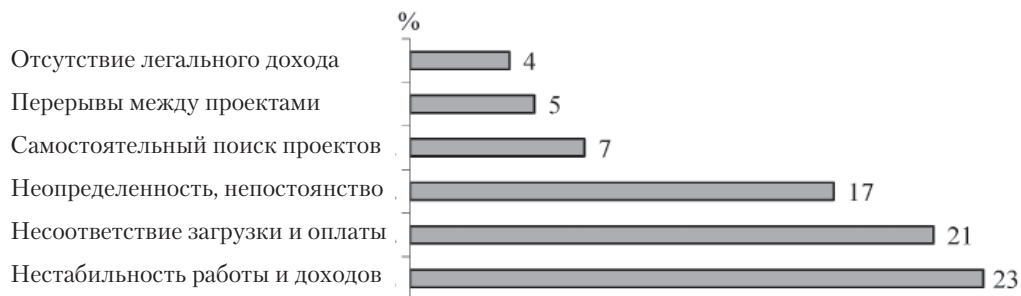


Рис. 2. Недостатки фриланс-журналистики

Распространенность данного образа жизни даже породила новое понятие — «прекариат», образованное путем слияния латинского слова «precarium» (неустойчивый, нестабильный, негарантированный) и слова «пролетариат» (обозначение эксплуатируемого класса). Авторы данного термина объясняют его появление следующим образом: возник социальный слой, который не только лишен права на результаты труда, но и в принципе отчужден от общества. В один ряд с фрилансерами попадают безработные, дауншифтеры, мигранты, пенсионеры и пр. Хотя авторы отмечают два возможных подхода к оценке положения фрилансеров: согласно первому, они относятся к среднему классу, высококвалифицированным специалистам, занимающимся творческим трудом. В соответствии со второй позицией фриланс является деятельностью нестандартной и нестабильной, что позволяет отнести ее участников к прекариату [Прекариат].

Со своей стороны добавим, что включение фрилансеров в класс прекариата, если говорить о самой терминологии, представляет собой противоречие: ведь частью понятия «freelancer» является слово «free» (свободный), а основу понятия «прекариат» составляет в том числе такая его характеристика, как «эксплуатируемый». С этой точки зрения «фрилансер, принадлежащий сословию прекариата» — оксюморон.

Сами фрилансеры тоже обычно противопоставляют себя пролетариату (в основном офисному «пролетариату» современного типа), даже используя такие нелестные эпитеты, как «офисный планктон» или «офисные рабы». Мы провели пилотный экспертный опрос журналистов-фрилансеров. И хотя по результатам опроса рано пока делать выводы расширительного характера в силу его недостаточной репрезентативности, прежде всего по «географическому признаку», однако на предложение выбрать любой тип занятости (с одинаковыми условиями по оплате, графику работы и объему загрузки) большинство респондентов ответили, что предпочитают полностью удаленную работу, и лишь один высказался за частичный фриланс с перманентным посещением офиса. Никто не пожелал вернуться на полноценную офисную службу. Поэтому говорить о несчастной доле фрилансеров как незащищенных и эксплуатируемых несколько преждевременно.

Но вот для выделения фрилансеров в отдельный социальный класс, на наш взгляд, существуют сегодня достаточно серьезные основания. Прежде всего, это

может быть обусловлено тем, что «класс детерминируется через позицию в производстве, регулируемом рынком» [Аникин, с. 32], через роль в организации труда и отношение к средствам производства. Общественное устройство России, по мнению авторитетных экспертов, даже в XXI в. «...шаг за шагом все в большей мере проявляло себя как прямое продолжение существовавшей в СССР этатрагической системы, социальная дифференциация при которой имела неклассовый характер и определялась рангами во властной иерархии, носила сословно-слоевой характер. Отсюда и весьма специфические условия жизнедеятельности всех социальных слоев, их несформированность как классовых субстратов в обществе со столь нетривиальными социально-экономическими отношениями» [Шкаратан, с. 10–11]. При этом также акцентируется внимание как на необходимости поиска новых подходов к анализу трансформаций, характерных уже непосредственно для цифровой эпохи, так и на особой сложности описаний социальной структуры нашего общества. И это связано, прежде всего, с тем, что «даже специалисты не берут на себя смелость однозначно утверждать, к какому же типу она принадлежит, а следовательно, — можно ли ее рассматривать с использованием традиционных классовых подходов, разработанных для анализа социальной структуры обществ с развитой рыночной экономикой» [Тихонова, с. 62].

Но сегодня все более очевидным становится тот факт, что фрилансеры в новых экономических условиях представляют собой группу с уникальными характеристиками, отличающими их от других социальных слоев. И социологи, оценивая практическую деятельность фрилансеров, самозанятых, в целом прекариат и креативный класс, все чаще отмечают, что необходимо разработать классификацию трудоспособного населения, учитывающую новые профессии и социальные группы, потому что на данный момент этот новый, непрерывно увеличивающийся социально-экономический слой в социальной структуре общества характеризуется неопределенным статусом. Исходя же из существующих классификаций, фрилансеры по различным критериям могут относиться к нескольким классам одновременно, поэтому И. Ю. Бондаревой был предложен новый подход, определяющий границы фрилансеров с социологической точки зрения [Бондарева]. Другие авторы также отмечают, что «социальная общность свободно занятых работников отличается от других общностей статусными, ценностными и поведенческими характеристиками» [Ахметшина, Клюева, Полетаева, с. 102].

Возвращаясь к проблеме отношения фрилансеров к классу прекариата, добавим следующее: как представляется, основной вопрос здесь заключается в том, благодаря чьему волеизъявлению человек перешел на самостоятельную удаленную работу. Руководство предприятия насильно перевело сотрудника на нестабильные заработки? — Речь идет о прекариате. Работник решил, что пора уйти в «свободное плавание»? — Это фрилансер. И действительно, в жизни встречаются оба варианта: к примеру, согласно статистике европейских исследователей, в северных европейских странах большинство фрилансеров (до 80 %) выбрали этот путь по собственной инициативе, а в Румынии, Португалии и Хорватии большинство сотрудников выбрали удаленную работу вынужденно [Guyot].

Существует мнение о том, что именно в отечественной медиасреде большинство самозанятых перешли на этот образ жизни и заработка не по собственному желанию, а в результате повсеместного кризиса в сфере СМИ, увольнений и роста безработицы [Эмирова]. Однако исследователи из СПбГУ, чьи результаты анкетирования мы приводили выше, напротив, указывают, что «фриланс-журналистами в России становятся люди, которые ищут в работе свободу» [Капустина, с. 76]. Последнее в полной мере соответствует и личному семилетнему опыту медиафриланса (с учетом постоянного общения с коллегами-фрилансерами) одного из авторов настоящей статьи, а также первоначальным данным нашего опроса. Но в любом случае позволим себе не согласиться с мнением о включении фрилансеров в класс прекариата в каком бы то ни было варианте — тут уж одно из двух: или эксплуатируемый, или свободный. А вот понятие «*precarium*» к фрилансу имеет отношение: разумеется, стабильности (если понимать ее как фиксированную, одинаковую, предсказуемую денежную сумму, получаемую ежемесячно) в образе жизни «вольного копыеносца» нет.

Говоря о сфере журналистики, отметим и такой вариант фриланса, как блоггинг. По сути, блоггер — это полностью самостоятельный предприниматель-журналист (если, конечно, зарабатывает на своем сайте, а не ведет его для души), публикующий материалы в открытом онлайн-дневнике. При этом, как свидетельствуют юристы, блоггера не стоит отождествлять со средством массовой информации: если сайт официально зарегистрирован в качестве сетевого издания, то его владелец блоггером уже не является. Блоггера можно рассматривать как субъекта различных правоотношений (гражданских, налоговых, предпринимательских, трудовых и пр.). Однако те же юристы признают, что правовой статус блоггера в современном российском законодательстве урегулирован в недостаточной степени, хотя блоггинг стал неотъемлемой частью российской действительности [Нестерова].

С 2014 по 2017 г. в Федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (ст. 10.2) было зафиксировано понятие блоггера: под ним подразумевался «владелец сайта и (или) страницы сайта в сети “Интернет”, на которых размещается общедоступная информация и доступ к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей сети “Интернет”»². С 30 июля 2017 г. данное положение упразднено, Роскомнадзор официально объявил о прекращении ведения реестра блоггеров, а соответствующее понятие, по сути, исчезло из правового поля, но, разумеется, сохранилось в действительности.

Вместе с тем интересное и актуальное исследование, посвященное блоггерам, провел в июне 2020 г. Институт общественного мнения «Анкетолог». В опросе приняли участие 1900 пользователей интернета старше 18 лет. Результаты показали, что каждый пятый (21 %) ведет свой блог, однако зарабатывают на этом лишь 16 % блоггеров. Вполне понятно, что чаще данным видом деятельности занимается

² О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей : Федер. закон от 5 мая 2014 г. № 97-ФЗ. Цит. по: Российская газета. 2014. 7 мая.

молодое поколение (18–30 лет — 29 % опрошенных), среди лиц старше 55 лет этот показатель падает до 16 %³.

Для топ-менеджеров, журналистов, преподавателей особый интерес представляет и такой раздел данного исследования, как изучение восприятия аудиторией блогеров и предоставляемой ими информации. Так, 51 % относятся к блогерам положительно, 42 % — нейтрально и 7 % — отрицательно (опять же предсказуемо, что положительную оценку чаще дает младшее поколение, а негативную — старшее). Кроме того, 85 % соглашаются с тем, что блогеры могут влиять на общественное мнение, и 50 % предлагают регулировать их деятельность на государственном уровне (17 % высказались против этого). В целом же блогеры пользуются чуть большим доверием аудитории, нежели официальные медиа (23 % против 20 %), хотя среди главных целей блогеров, по мнению респондентов, лидируют: получение прибыли (74 %), популярность (62 %), продвижение товаров и услуг (42 %), и лишь затем идут более идеалистические цели, такие как высказывание своей точки зрения (40 %), распространение информации (38 %), самопрезентация, решение внутренних проблем (27 %), общение с аудиторией (27 %), влияние на общественное мнение (24 %), саморазвитие (16 %) и прочие (1 %).

Еще один вариант фриланса в медиасреде — стрингерство. Как пишут С. С. Щербаль и И. Д. Степанова, «стрингер — это свободный журналист, не состоящий в штате компании, или внештатный репортер, который сотрудничает с одним или несколькими СМИ в индивидуальном порядке». Чаще всего услуги стрингеров востребованы на телевидении — например, по словам исследователей, этот вариант сотрудничества активно использовали НТВ и «Life News» [Щербаль, Степанова, с. 251].

В данный момент, формируя понятие самозанятого и соответствующий налоговый режим, законодатель признает наличие фрилансеров как особого социума и пытается регулировать их деятельность. С 1 января 2019 г. зарегистрироваться в качестве самозанятого можно было в четырех регионах (Москва, Московская и Калужская области и Татарстан), с 1 января 2020 г. к эксперименту были присоединены еще 19 регионов, но в связи с пандемией коронавируса внесены дополнительные коррективы: с 1 июля 2020 г. эксперимент проводится на территории всей России (ст. 1 Федерального закона «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима “Налог на профессиональный доход”»).

Реальное количество фрилансеров, конечно, никто подсчитать пока не в состоянии. По разным данным, их число составляет от 12 до 25 млн человек. К концу декабря 2019 г., по словам премьера Правительства России М. В. Мишустина, было официально зарегистрировано более 330 тыс. самозанятых [Азаренко]. На 21 июля 2020 г., по данным Минэкономразвития⁴, зарегистрировано более 850 тыс., а их суммарный доход составил более 110 млрд руб. На 1 декабря 2020 г., по сообщению РБК (полученному от ФНС России), уже зарегистрировано

³ URL: <https://iom.anketolog.ru/2020/06/15/blogery> (дата обращения: 24.12.2020).

⁴ URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/bole_850_tysyach_chelovek_v_rossii_zaregistrirovalis_v_kachestve_samozanyatyh.html (дата обращения: 21.12.2020).

1,434 млн самозанятых [Агеева]. Как отмечают исследователи, большинство таких работников не желают выходить из тени, так как не готовы, прежде всего, в полном объеме платить налоговые отчисления и опасаются дальнейшего ужесточения предлагаемого им сегодня режима [Азаренко].

И вновь акцентируем внимание на том, что фриланс является не только способом заработка, но и своего рода философией жизни. Особенно значимое место фриланс занимает в отраслях креативной индустрии, к которым относится и журналистика [Севостьянова, Тихомирова]. В медиасреде «...авторские проекты фрилансеров, в частности фильмы, разного рода программы, блоги, являются современной формой независимой журналистики. Это способ реализации одного из важнейших достижений демократии — право на свободу слова, возможности выражать собственное мнение». Среди особенностей медиафриланса исследователи выделяют уникальность, творчество и авторский подход, не сдерживаемый рамками редакторской политики [Щербаль, Степанова, с. 250]. Понятно, что существуют и другие мнения. Так, например, среди негативных сторон медиафриланса исследователи отмечают трудности с профессиональной идентификацией, выход из журналистского сообщества, исключение из профессиональной среды [Черепанова].

В заключение отметим, что пандемия коронавируса во многом трансформировала экономические отношения в целом и обозначила роль медиа как первоначально значимую при их реализации в различных областях жизнедеятельности людей в частности. Что касается медиасферы, то многие журналисты-профессионалы были переведены на фриланс, зачастую без учета их желания, в таком случае, по вышеизложенной классификации, они относятся к прекариату. Хотя надо отметить, что даже в доцифровую эпоху многие журналисты не сидели в редакционных офисах, а лишь периодически бывали там с целью прямого коммуницирования с топ-менеджментом и неформального общения с коллегами. Появление интернета позволило активно развиваться прежде всего различным формам внештатной журналистики, covid же просто увеличил долю «удаленных авторов» в модели формирования коллектива современных средств массовой информации.

Добавим, что изобилие существующих терминов для определения фриланса свидетельствует о том, что это не просто явление новейшей социально-экономической практики, а объективное условие для формирования именно классовой структуры. Данный процесс, как и многие другие процессы, характерные для социально-технологических трансформаций новейшего времени, находится в начальной стадии своего формирования. Какое понятие/именование останется в истории (фрилансер, самозанятый, прекариат и пр.) — покажет время. Как любая новая социальная группа, отличная по своим явным или до поры до времени латентным проявлениям реализованных практик, фрилансеры зачастую сталкиваются с сопротивлением и непониманием со стороны представителей других социумов. Со временем (и с увеличением числа индивидов, входящих в данную группу), как свидетельствуют исследования [Тощенко], уровень толерантности возрастет. Думается, что уже в ближайшем будущем (и пандемия коронавируса

значительно динамизировала этот процесс) социальные группы фрилансеров и штатных сотрудников научатся взаимоуважению и прекратят использовать в отношении друг друга такие эпитеты, как «тунеядцы», «бездельники» или «офисные рабы», «офисный планктон».

Агеева О. Счетная палата перешла на самозанятость // РБК. 2020. 10 дек. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2020/12/10/5fd0b2179a79474c2b46121c> (дата обращения: 21.12.2020).

Азаренко В. Е. Проблема внедрения института самозанятых граждан в законодательство Российской Федерации // Меридиан : науч. электрон. журн. 2020. № 7 (41). С. 210–212.

Аникин В. А. Социальные классы новой России — неравные и разные // Социол. исслед. 2020. № 2. С. 31–42.

Ахметшина Е. Р., Ключева Т. В., Полетаева О. В. Особенности трудовых практик и социального статуса фрилансеров в российских регионах // Труд и социальные отношения. 2016. № 2. С. 93–105.

Бондарева И. Ю. Возможности и ограничения практик социологического анализа самозанятости // Социолог. 2.0: трансформация профессии : материалы VIII междунар. социол. Грушин. конф. /отв. ред. А. В. Кулешова. М., 2018. С. 277–281.

Капустина А. А. Фриланс-журналистика в XXI веке: недостатки и преимущества // Современная медиасреда: традиции, актуальные практики и тенденции. Взгляд молодых исследователей : межвуз. сб. науч. работ студентов, магистрантов и аспирантов. Вып. 19 / науч. ред. А. А. Малышев. СПб., 2019. С. 73–78.

Нестерова Е. М. Блогер как субъект информационных правоотношений // Тамбовские правовые чтения им. Ф. Н. Плевако : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. : в 2 т. Тамбов, 2020. С. 436–440.

Пешкова В. В. Тунеядство: опыт прошлого и проблема настоящего // Синергия наук. 2017. № 15. С. 649–658.

Прекариат: становление нового класса : монография / под ред. Ж. Т. Тощенко. М., 2020. 400 с.

Сарма О. В., Антонова В. И. Проблемы медиакommunikации в условиях социально-политических вызовов периода либерализации СМИП // Культура в фокусе научных парадигм. 2020. № 10–11. С. 353–356.

Севостьянова А. А., Тихомирова О. Г. Роль фриланса в отраслях креативной индустрии // Экономика. Право. Инновации. 2019. № 4. С. 10–17.

Тихонова Н. Е. Классы в современной России: миф или реальность? // Россия реформирующаяся. 2008. № 7. С. 62–92.

Тощенко Ж. Т. Прекариат — новый социальный класс // Социол. исслед. 2015. № 6. С. 3–13.

Черепанова Т. В. Профессиональная идентичность журналиста в контексте фриланса // Инновации в бизнесе, науке и образовании : сб. ст. по материалам III ежегод. науч.-практ. конф. М., 2018. С. 196–199.

Шкаратаи О. И. Социология неравенства: теория и реальность. М., 2012. 526 с.

Щербаль С. С., Степанова И. Д. Фриланс как новое явление в российской журналистике // Журналистика, мультимедиа: информационный и социокультурный потенциал : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. памяти Г. М. Соловьева. Краснодар, 2020. С. 246–256.

Эмирова Г. А. Общественно-политические предпосылки развития рынка фриланса в условиях роста безработицы в индустрии массмедиа // Фундамент. исслед. 2015. № 11, ч. 6. С. 1277–1281.

Guyot C. Europe's silent shift to self-employment. 2018. URL: <https://www.euractiv.com/section/economy-jobs/news/a-silent-shift-to-self-employment-in-europe/> (accessed: 18.12.2020).

Massey B., Elmore C. Freelancing in Journalism // ResearchGate. 2018. URL: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.818> (accessed: 17.12.2020).

Статья поступила в редакцию 25.12.2020 г.

АРХЕОЛОГИЧЕСКАЯ ТЕМАТИКА В СМИ В АСПЕКТЕ «ПУБЛИЧНОЙ АРХЕОЛОГИИ»*

Статья представляет собой обзор проблемы «археология и журналистика», автор рассматривает основные исследовательские подходы к изучению вопроса популяризации археологических знаний средствами массовой информации в контексте более общего исследовательского поля «публичной археологии».

Ключевые слова: археологическая тематика; средства массовой информации; «публичная археология»; популяризация науки

Введение: общая характеристика исследовательского поля «археология и общество»

Археология в узком смысле слова представляет собой науку интерпретации древнего мира по вещественным артефактам (преимущественно извлекаемым в ходе раскопок). Так как цель археологии — именно интерпретация древнего мира по конкретным материальным объектам, обладающим вполне конкретными характеристиками, поддающимися точному описанию, то наука относится к гуманитарному знанию. Хотя интерпретация направлена на научное сообщество и опирается на специфические сведения, интерес широкой публики к результатам археологических раскопок всегда был достаточно высоким. Именно поэтому возникает такое междисциплинарное ответвление знания, как «археология и общество». По сути, это разновидность более широкой темы «наука и общество» (т. е. на равных существуют поля знания «биология и общество», «физика и общество» и т. п., изучающие особенности восприятия той или иной науки в массовом сознании). Но помимо общих проблем «упрощения», «стилизации», «адаптации» сложного научного знания к потребностям широкой аудитории, археологическое знание обладает рядом уникальных черт: археология исторически представляет собой науку, «действие» которой разворачивается не в лаборатории или кабинете, но на открытом пространстве, где ведутся раскопки, напоминая поиск кладов и направленные на расшифровку древних культур по их материальному следу. Прикладной характер этой науки (правила извлечения артефактов во время раскопа, фиксирования следов, создания точных «копий-описаний» того, что можно обнаружить при раскопе: например, направления расположения тел

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Челябинской области в рамках научного проекта № 20-412-740012.

ЗАГИДУЛЛИНА Марина Викторовна — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета. ORCID: 0000-0002-4799-1230 (e-mail: mzagidullina@gmail.com).

© Загидуллина М. В., 2021

в захоронении; расположения уже исчезнувших, но оставивших следы своего существования предметов в жилище и т. п.) сочетается с ее фундаментальными основами (например, знанием особенностей культур, узнаванием периода по его артефактам, реконструкцией истории по материальным артефактам). Методы археологических исследований во многом зависят от развития технологий (в том числе совершенствования способов датировки предметов, различных приемов поиска захоронений с помощью «сканирования» подземной части), но «ручной» характер раскопа остается существенной частью археологической профессии, суть которой — сочетание полевой работы (раскопок) с интерпретационной (датировкой, атрибуцией, объяснением).

Отсюда интерес общества к раскопкам, сенсационности извлеченных артефактов, ожидание каких-либо удивительных открытий и пересмотра привычных исторических нарративов: археология представляет собой именно поиск неизведанного прошлого, которое никогда не было «рассказано раз и навсегда».

Таким образом, выход археологии из специфического узкого пространства научного знания в область интерпретации артефактов, извлекаемых из-под земли (или из водных глубин), в публичное пространство обусловлен еще и незначительностью подготовленности аудитории к таким сведениям (ведь «конечным продуктом» будет интерпретация прошлого, представляющая собой именно нарратив, историю, рассказываемую на основе «чтения» извлеченных материальных объектов). Будучи «волшебной сказкой», «приключением» (ср. использование археологической тематики в известных фантазийных фильмах, например, в тетралогии Стивена Спилберга об археологе Индиане Джонсе; о романтизированном образе археолога см.: [Савельева]).

Однако перемещение археологии в пространство публичной сферы нелинейно и разнообразно: например, для американской археологии особое значение обрела этика раскопа древних захоронений на территориях общин, этнических меньшинств, придающих таким захоронениям сакральное значение; для российской археологии такая проблема никогда не становилась значимой или центральной, подменяясь конфликтом между хозяйственными задачами и научными интересами. В известной работе Дэвида Кларка речь идет о том, что археологическая наука оказывается в зависимости от общественного мнения, нуждается в рекламе своих исследований с целью получения финансирования раскопок и привлечения волонтеров для проведения изнурительных работ по извлечению археологических ценностей [Clarke].

В американском учебнике (выполняющем функции «введения в специальность» и выдержавшем множество изданий, а также переведенном на ряд языков, в том числе и на русский) «Археология. В начале» Кристофера ДеКорса и Брайана Фагана тема связи археологии с обществом представлена как растущее напряжение в области сохранения уникальных археологических памятников, необходимость включить в археологическое поле проблемы взаимодействия с публикой, выступающей, с одной стороны, заказчиком археологических исследований, а с другой — опасностью, «коллективным разрушителем» памятников (особенно там, где вокруг памятников возникает туристическая активность) [ДеКорс,

Фаган]. Как видим, во многом это именно национальный подход (характерный для конкретной страны и ее реалий), показывающий, что острые проблемы взаимодействия археологии с обществом в разных социумах могут значительно различаться.

Наконец, особую остроту тема «археология и общество» приобретает в связи с общим переходом научного знания в стадию «постнеклассического» периода. Если в 1970-е гг. был поставлен вопрос о «новой парадигме археологического знания» (не «вписывать» археологические находки в существующие представления о прошлом, а воспринимать и интерпретировать «процессуально», опираясь исключительно на точные сведения, полученные во время раскопок, приближая археологию к формам антропологии, не отклоняющейся от материальной составляющей и «физического», «статистического» подхода к найденным артефактам), то уже в 80-е возникает «постпроцессуальная» археология, опирающаяся на предположение, что каким бы эрудированным ни был археолог, он будет интерпретировать прошлое сквозь свой жизненный опыт и, возможно, самим им не осознаваемые ограничения мировоззрения. Прошлое, по замыслу основателя постпроцессуальной археологии И. Ходдера, должно было быть восстановлено множественным способом, с учетом самых разных (в том числе и ненаучных, эзотерических) подходов к интерпретации материальных объектов, извлеченных в процессе раскопок [Hodder].

Новая парадигма археологического знания в мировой науке связывается с понятиями постмодерна и постструктурализма. Для археологии это выразилось, прежде всего, в повороте от «исторических интерпретаций» (как устроена жизнь целых обществ той или иной эпохи) к индивидуально-частным аспектам (например, гендера, меньшинств, возможности реконструкции отдельных частных идей и т. п.). Кроме того, особое значение обрела тема множественности интерпретаций (понимание представляемой интерпретации как одной из многих, не перекрывающей возможности других толкований). Такие особенности парадигмы знания внутри самой науки неизбежно вели к резонансу в области поля «археология и общество».

Публичная археология и менеджмент культурного наследия

Фактически тема «встраивания» археологии в реалии современного общества с его феноменом расширения и укрепления прав человека, защиты маргинальных групп и системного укрепления демократических основ в самых разных областях человеческой деятельности трансформировалась в тему менеджмента культурного наследия (в российской системе — «охрана памятников культуры», однако российский вариант неточно соответствует западным Cultural resource management и Cultural heritage management). Так, в «Оксфордской библиографии» статья «Публичная археология» (не обновлялась с 2016 г.) включает целый перечень источников с соответствующими комментариями [Sabloff, 2016]. Важнейшими книгами, которые вводят понятие «публичной археологии», являются издания Барбары Литтл [Little] и Джереми Саблоф'а [Sabloff, 2008]. Многократно в различных источниках упоминается книга Чарльза Мак-Гимси 1972 г. [McGimsey],

рассматриваемая как ключевой текст, представляющий собой целую энциклопедию форм публичной археологии и фактически вводящий в оборот само понятие «культурного менеджмента» (CHM & CRM). Во многих изданиях рассматриваются отдельные аспекты публичной археологии (в том числе создание «археологических комьюнити», этические особенности ведения раскопок и др., например: [Downum, Price; Little, Shackel; Mickel, 2013; Shackel, Chambers]). Также рассматриваются вопросы связи археологических открытий и политики (см., например: [McGuire; Schmidt, Patterson]). «Менеджмент культурного наследия» в целом понимается именно как комбинация мер по охране памятников и сохранению природной среды; отсюда и переход археологии к неразрушающим (неинтрузивным) методам извлечения артефактов, широкому применению наземных методов оценки значимости раскопа — чтобы избежать разрушения «впустую», а также развитие возможностей «виртуальной археологии» с ее методами компьютерного моделирования. Но важнейший аспект «менеджмента культурного наследия» — это именно популяризация знаний о древнем мире, раскрываемом с помощью археологических методов.

Публичная археология и «лидеры мнений»

В 2013 г. в журнале «Археологические диалоги» семь археологов выразили свое мнение о том, может ли археолог быть «общественным интеллектуалом» (“public intellectual”), т. е. сам представлять археологическое знание (весьма зыбкое, основанное на интерпретациях) широкой публике, опираясь на собственную интуицию и воображение [Tarlow, Stutz]. Для дискуссантов было важно различать «археолога — общественного интеллектуала» и «популяризатора-археолога» (в основном точкой различения была принята позиция П. Бурдые — интеллектуал должен быть автономен от любых идеологий, на любые верования смотреть критически, подвергать их анализу и рационализации, деконструкции).

Появление «археологов-интеллектуалов», повествующих о прошлом для широкой публики, совпало с ростом возможностей медиа — например, постоянным расширением визуальной культуры, возможностью масштабных видеопроектов. Классический пример — британская программа Time Team (программа жестко критиковалась специалистами-археологами фактически за «легитимизацию» «черной археологии»). Обосновывая право археологов на вымысел, исследователи отмечают, что все же это именно «вынужденная игра по правилам» медиатизированного общества (поэтому таких «рассказчиков» приходится защищать от нападков их же коллег; это мировая система этических отношений, см. подробнее: [Mickel, 2012], а также [Connah; Fagan]).

Можно, таким образом, выявить два противоположных вектора в теме «археология и общество»: 1) «научно ответственное» отношение к публичности, ее сдерживание, ограничение публичного слова археологов с целью уменьшения социальных рисков и неправильной интерпретации (особенно в связи с развитием различных форм сектантства вокруг археологических памятников; Е. В. Куприянова формулирует этот принцип следующим образом: «К сожалению,

в общении с журналистами часто основной заботой археолога становится не сказать лишнего» [Куприянова, 2014, с. 148]); 2) расширение публичной археологии, повышение привлекательности археологии как области культурной деятельности, вовлечение в «околопрофессиональную» археологию как можно большего числа людей.

В качестве примера публичного интеллектуала-археолога можно привести деятельность уральского археолога Г. Б. Здановича (1938–2020), большую часть своей жизни посвятившего изучению Аркаима (Челябинская область). Он являлся автором и соавтором десятков книг об Аркаиме (в том числе и для широкой публики), постоянно выступал с открытыми лекциями, вел активную экскурсионную работу на самом памятнике, участвовал в самых разных проектах, посвященных Аркаиму (как самому раскопу, так и историко-ландшафтному музею, организованному недалеко от поселения). Для Г. Б. Здановича было важно повысить значимость археологии как культурно-содержательного действия, направленного на легитимацию связи с прошлым, его актуализацию и дешифровку. Но так же, как и в случае с организацией британского археологического квиз-шоу в 50-е гг. прошлого века, профессиональный археолог Г. Б. Зданович оказался «чужим среди своих», подвергался нападкам и даже оскорблениям; в определенном смысле платой за популяризацию Аркаима стала «депрофессионализация» памятника (широкое распространение в археологических кругах представления о «профанности» археологического знания, связанного с Аркаимом, ничтожности самого памятника, «раздутой» славе этого места, «зараженного» эзотеризмом, оккультизмом и т. п., в основном именно по вине археолога-интеллектуала Здановича — см., например: [Петров; Шнирельман]).

Таким образом, напряжение противонаправленных векторов («сакральное» археологическое знание «для специалистов» против «профанного» археологического знания «для всех») могло порождать череду вполне конкретных действий во внутриинституциональной среде, принимающей в штыки постпроцессуальную археологию с ее интуициями, широтой восприятия ненаучных точек зрения, обращением к духовным практикам и другим формам знания и познания, далеким от строгих описаний материальных артефактов. На фоне такой борьбы и конфликтных отношений внутри самой археологии осложнялась и тема «археология и медиа» — прежде всего, по причине нарастания общего кризиса средств массовой информации в эпоху утраты монополии на эти средства (интернет-коммуникация лишала газеты, телевидение, радио их былого величия, связанного с индустриальным размахом производства контента на дорогостоящих платформах, конкурирующих только друг с другом).

«Археология и медиа» как частный аспект темы «археология и общество»

Концептуально тема «археология и медиа» была представлена в одноименной книге, вышедшей в издательстве Taylor & Francis в 2007 г. (переиздана Routledge в 2016 г. без изменений, что говорит об определенной «стагнации» темы,

несомненно, к 2016 г. уже претерпевшей значительные изменения и требующей пересмотра).

Важнейшие наблюдения, сделанные в этой книге Тимоти Клэком и Маркусом Бриттэном [Clack, Brittain], могут быть представлены в виде следующего ряда:

1. Существует предвзятое отношение археологов к медиа и медийности (как «чуждому» полю, во многом банализирующему и упрощающему сложный мир истинной научной археологии). Эта предвзятость может быть соотнесена с общим недоверием к СМИ со стороны научного сообщества (не только археологии), развивающимся с середины 1930-х гг. во всем мире.

2. Выход археологов на открытые медийные площадки обусловлен их борьбой за выживание профессии (в том числе — финансирование самих раскопок), необходимостью борьбы с потребностями хозяйственников (особенно в рамках СНМ и CRM). Таким образом, здесь на первое место выходит акцентирование социальной значимости культурных ценностей (а следовательно, ее намеренное преувеличение в процессе интерпретации для широкой публики) [McCarthy, Padley, Brooks; Mickel, 2012; Wills].

3. Процессуальная археология (согласно программной статье Дэвида Кларка «Archaeology: Loss of Innocence» [Clarke]) нуждается в социализации, толковании, доступном широкой публике.

4. Идея «археологии» как широкого по смыслу вторжения в прошлое и поиск «корней», «основ» стала популярна в философской мысли (например, у Фуко в «Археологии знания»), что повлияло и на саму археологию, которая стала стремиться к «сторителлингу», а не к констатации фактов обнаружения отдельных предметов в том или ином месте. «Рассказ о прошлом» сквозь археологические данные не мог строиться на чем-либо еще, кроме «додумывания» и «довоображения» недостающих элементов. Археолог из специалиста по материальной культуре превращался в специалиста-интерпретатора (писателя, автора), т. е. археология неизбежно оказывалась на перекрестке своего «процессуального» и «постпроцессуального» концептов.

Таким образом, существует ряд объективных предпосылок развития темы «археология и медиа» внутри более масштабных, чем одна научная отрасль, трендов популяризации научного знания. Здесь постмодернистская парадигма знания, допускающая множественность толкований и даже само знание рассматривающая только как один из инструментов постижения мира (наряду с верованиями, например), вступает в противоречие с классическими представлениями о знании как нерушимо системной структуре, основанной на фактах и причинно-следственных связях. В связи с тем, что такие тренды обычно развиваются снизу вверх (bottom-up), возникая и разрастаясь в неинституциональном информационном обмене, они получают негативную оценку в традиционном культурном поле (чаще всего маркируются как «не-норма» разного рода, включая и представления о психической ненормальности тех, кто распространяет такие знания, в свою очередь, маркируемые с традиционной точки зрения как «псевдознания»). Между тем множественность толкований, представленная в институциональных кругах с учетом «порога приемлемости», может оказаться и воспринятой (принятой) научным

сообществом. Однако сам этот «порог» остается недостаточно изученным. Интересный пример тонкости, неуловимости границы между «классическим» точным знанием и отступлениями от него приводит Е. В. Куприянова. Она пишет о том, как опасалась поделиться с другими археологами своим важным наблюдением: понимание сути древнего материального предмета, его предназначения, функций, смысла его декорирования или формы приходит тогда, когда археолог собственноручно «возится» с таким артефактом (например, собирает черепки сосуда в целое). Соприкосновение (материальное действие) ведет к проникновению в суть (действию нематериальному, интерпретационному). Сама по себе эта мысль действительно отвлечена от позитивизма, на котором зиждется процессуальная археология, уходит в зону «необъяснимого» (а значит, «эзотерического», что и казалось Е. В. Куприяновой «крамольным»). Но археологи-ученые, как пишет Е. В. Куприянова, отнеслись к наблюдению исследовательницы очень положительно, горячо поддержали эту мысль. Значит, это наблюдение оказалось в рамках «порога приемлемости» [Куприянова, 2013, с. 85].

В то же время такие важные вопросы, как нежелательные эффекты распространения археологических интерпретаций, получают свое научное осмысление преимущественно за пределами археологической отрасли знания (см., например, [Ахмадулина, Федоров; Card, 2019a, b; Giry; Rotherham] — исследователи работают в области изучения неоязычества, новых оккультных практик и т. п.). Возникает важный вопрос: какова роль массмедиа в распространении и укреплении определенных интерпретаций археологического наследия, которые в рамках традиционного знания могут рассматриваться как неприемлемые («эзотерические», далекие от реальной исторической основы и вообще к ней нечувствительные)?

В главе «A Short History of Archaeological Communication» в упомянутой выше книге о взаимоотношениях археологии и медиа Кэрол Кулик показывает, как медийное освещение археологии развивалось с начала XIX в. и влияло на состояние самой археологии. Концептуальность подхода исследователя позволяет видеть, что напряжение между собственно «выходом» археологии к широкой публике и «герметизмом» профессии всегда было довольно острым, даже тогда, когда собственно понятие «профессиональной археологии» было весьма спорным. Значимые события — открытия захоронений, древних поселений — оказались в центре внимания широкой публики еще в XIX в. (и, например, крупные газеты спонсировали экспедиции как свои собственные эксклюзивные проекты). В XX в. телевидение и радио отвоевывают у газет право считаться самыми востребованными платформами распространения информации. По мнению Кэрол Кулик, возникновение успешных шоу на археологическую тематику на британском телевидении лишь подтверждает стабильность общественного интереса к «тайнам прошлого», которые открывают археологи. В то же время для профессионалов-археологов такие шоу были именно примером «вульгаризации» знаний.

Неудивительно, что к концу XX в. (и к моменту широкого распространения интернет-коммуникаций) археологическая тематика, во-первых, оказывается такой же маргинальной, как и любая другая (множество различных рубрик

«делят» все более фрагментирующуюся аудиторию); во-вторых, «застарелые» проблемы связки «археология — общество» в некотором смысле «отвердевают»; в-третьих, возникает узел проблем: общие вопросы взаимоотношений науки и общества накладываются на усиливающееся недоверие к СМИ, что в конкретной теме «археология и общество» порождает определенный разрыв (см. подробное исследование вопроса в статье Е. В. Куприяновой [Куприянова, 2014]).

Конкретный пример реализации темы «археология и медиа» в случае Аркаима (которому посвящена упомянутая статья Е. В. Куприяновой) все же остается неизученным в плане собственно медиаосвещения археологической ценности памятника. Е. В. Куприянова предлагает значимую концепцию взаимосвязи устных легенд и собственно медийного слова (одно и другое тесно взаимодействуют, усиливая и конституируя легендарный план), однако вопрос о том, насколько действительно СМИ «многократно повторили» различные далекие от археологического знания домыслы, остается открытым. Е. В. Куприянова приводит отдельные примеры неудачных журналистских интерпретаций археологической информации, ограничиваясь приблизительным замечанием: «Есть, конечно, положительные примеры, хотя их во много раз меньше, чем отрицательных» [Куприянова, 2014, с. 148]. Но полноценное изучение медийного дискурса, формировавшего «эзотерические» интерпретации Аркаима, в задачи Е. В. Куприяновой не входило. В других трудах, посвященных изучению социального феномена Аркаима, мы тоже встречаем «общие замечания». Так, Ф. Н. Петров пишет: «...свыше 90 % информации, распространяемой по поводу Аркаима, является плодом необоснованных фантазий или откровенно антинаучных измышлений» — каким образом произведен подсчет этого процента, автор не указывает [Петров, с. 165]. Очевидно, что в таких заявлениях отражается предубеждение профессиональных археологов против массмедиа (разделяемое в общественном сознании недоверие к СМИ).

Таким образом, обзор литературы показывает, что существующее состояние проблемы «археология и медиа» (как части более широкого поля «археология и общество») требует определенных усилий по восполнению возникших лакун и приведению научных знаний этого направления в непротиворечивую системность, которая, в свою очередь, сможет стать основой для интеграции исследований темы «археология и общество» в практику социального управления, гармонизации информационной и социальной политики.

Ахмадулина С. З., Федоров М. А. Неоязычество в современной России: историко-философский анализ // Вестн. Бурят. гос. ун-та. 2020. № 1. С. 81–87.

ДеКорс К., Фаган Б. Археология. В начале. 11-е изд., испр. и доп. М., 2017.

Куприянова Е. В. Аркаим: популяризация или «попсовость» (к вопросу о проблемах взаимодействия науки и массового сознания) // Горизонты цивилизации. 2013. № 1. С. 73–88.

Куприянова Е. В. Поселение Аркаим и популяризация археологии на Южном Урале (к вопросу о проблемах взаимодействия науки и массового сознания) // Этнографическое обозрение. 2014. № 5. С. 146–161.

Петров Ф. Н. Поселение Аркаим в научной и научно-популярной литературе // Российская археология. 2015. № 2. С. 167–176.

Савельева Т. В. Медийный образ ученого – фольклориста, этнографа, антрополога, лингвиста (на примере российских зарубежных кинофильмов) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 2 (28). С. 216–221.

Шнирельман В. А. Аркаим: археология, эзотерический туризм и национальная идея // Антропологический форум. 2011. № 14. С. 133–167.

Card J. J. Archaeology and New Religious Movements // *Nova Religio: The Journal of Alternative and Emergent Religions*. 2019a. Vol. 22, № 4. P. 5–12.

Card J. J. Witches and Aliens: How an Archaeologist Inspired Two New Religious Movements // *Nova Religio: The Journal of Alternative and Emergent Religions*. 2019b. Vol. 22, № 4. P. 44–59.

Clack T., Brittain M., eds. *Archaeology and the media*. N. Y., 2016 (the 1st ed.: London Taylor & Francis, 2007).

Clarke D. *Archaeology: Loss of Innocence* // *Antiquity*. 1973. № 47. P. 7–18.

Connah G. *Writing About Archaeology*. Cambridge, 2010.

Downum C. E., Price L. J. Applied archaeology // *Human Organization*. 1999. № 58. P. 226–239.

Fagan B. *Writing Archaeology: Telling Stories About the Past*. L., 2016.

Giry J. Conspiracism: Archaeology and morphology of a political myth // *Diogenes*. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1177/0392192120924534>

Hodder I. *Reading the past: current approaches to interpretation in archaeology*. N. Y., 1986.

Little B., ed. *The public benefits of archaeology*. Gainesville, 2002.

Little B., Shackel P., eds. *Archaeology as a tool of civic engagement*. Lanham, MD, 2007.

McCarthy M., Padley T., Brooks C. Not Drowning but Waving: One Approach to the Problem of the Publication of Large Archaeological Assemblages // *Antiquity*. 1992. № 66 (251). P. 433–436. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0003598X00081588>

McGimsey C. R. *Public archaeology*. N. Y., 1972.

McGuire R. H. *Archaeology as political action*. Berkeley, 2008.

Mickel A. *Archaeologists as Authors and the Stories of Sites: Defending the Use of Fiction in Archaeological Writing*. Saarbrücken, 2012.

Mickel A. The Novelty of Responsible Archaeological Site Reporting: How Writing Fictive Narrative Contributes to Ethical Archaeological Practice // *Public Archaeology*. 2013. Vol. 11, iss. 3. P. 107–122. DOI: <https://doi.org/10.1179/1465518713Z.00000000011>.

Rotherham I. D. Issues and approaches in managing visitors to pagan sacred sites // *Managing Religious Tourism* / M. Griffiths, P. Wiltshier, eds. Wallingford, 2019. P. 92–111.

Sabloff J. A. *Archaeology matters: Action archaeology in the modern world*. Walnut Creek, CA, 2008.

Sabloff J. A. *Public Archaeology*. 2016. DOI: <https://doi.org/10.1093/OBO/9780199766567-0021>

Schmidt P. R., Patterson T. C., eds. *Making alternate histories: The practice of archaeology and history in non-western settings*. Santa Fe, NM, 1995.

Shackel P. A., Chambers E., eds. *Places in mind: Public archaeology as applied anthropology*. N. Y., 2004.

Tarrow S., Stutz L. N. Can an archaeologist be a public intellectual? // *Archaeological Dialogues*. 2013. № 20. P. 1–50. DOI: <https://doi.org/10.1017/S138020381300003>

Wills J. 21st-century Challenges for Archaeology. Workshop 6: Challenges for Archaeological Publication in a Digital age. Who are we Writing this Stuff for, Anyway? Draft proposed actions, summary of issues discussed, and notes. CIFA. 2017. 14th Nov. URL: <https://www.archaeologists.net/21st-century-challenges-archaeology>

Статья поступила в редакцию 17.01.2021 г.

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.006
УДК 070.1:004.032.6 + 004.4'27 + 070.44

Б. Н. Лозовский
Я. С. Нохрина

SMALL MEDIA КАК ОПЫТ ДИСКУРСИВНОГО МЕДИАСОПРОТИВЛЕНИЯ

В статье исследуется малоизученный феномен современного медиапространства России, получивший название *small media*. Дается определение понятия «*small media*», анализируются причины их появления, предлагается типология такого вида медиа, описывается его аудитория. Особое внимание обращается на особенности конструирования практик журналистского дискурса на примере десяти российских *small media*. С помощью контент-анализа, интент-анализа и экспертных интервью выявляются специфические характеристики такого типа медиа, которые заметно отличаются от традиционных средств массовой информации в формировании собственной повестки дня, выборе тем и жанров, трансляции собственных смыслов, взаимоотношений с аудиторией.

К л ю ч е в ы е с л о в а: *small media*; «крафтовые» медиа; традиционные СМИ; доминирующий журналистский медиадискурс; дискурсивное сопротивление; аудитория

Актуальность и проблема исследования

Понятие «*small media*» не относится к числу устоявшихся в индустрии. В России им стали оперировать в 2014 г. после событий, связанных с разгоном «дорогой редакции», когда 12 марта собственник компании «Афиша-Рамблер-SUP» Александр Мамут уволил главного редактора «Ленты.ру» Галину Тимченко. Тогда и появилась необходимость показать, что «в стране еще можно делать то, что тебе нравится», возник общественный запрос на небольшие, но самобытные, независимые медиапроекты. Индустрия в тот момент условно определила их как «*small media*», противопоставляя таким образом новые ресурсы большим и «старым» игрокам рынка. Исследователи отмечают, что это обстоятельство во многом определило дальнейшее развитие российской медиасферы: редакции СМИ либо становятся сервисными организациями и обслуживают заказы корпораций и/или правительств, либо выбирают для себя путь общественников на краудфандинговых платформах [Болдырева].

Поскольку ни в одну из существующих типологий СМИ *small media* не входят, то они рассматриваются как проект, создаваемый группой энтузиастов [Голубева], либо «СМИ без лицензии, характеризующие себя как самиздат». Институт развития интернета ввел термин «медиа без лицензии». Под этим термином понимаются

ЛОЗОВСКИЙ Борис Николаевич — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета (e-mail: Boris.Lozovsky@urfu.ru).

НОХРИНА Яна Сергеевна — бакалавр журналистики, выпускница департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета (e-mail: ya.yana332@yandex.ru).

© Лозовский Б. Н., Нохрина Я. С., 2021

проекты, которые публикуют новостной контент и имеют полноценные редакции, но не зарегистрированы в Роскомнадзоре. В России наиболее точно *small media* определил С. Карпов, создатель проекта «Последние 30»: это — независимые проекты энтузиастов, расположенные на собственной платформе [Горожанинова].

Поскольку *small media* пока мало изучены и их определение достаточно размыто, в статье использованы исследования о смежных медиаресурсах: «крафтовых» СМИ и фэнзинах.

Т. Болдырева, анализируя феномен «крафтовых» СМИ, выделяет особенности, совпадающие с характерными чертами *small media*: отсутствие регистрации в качестве СМИ; сознательное отмежевание от внешних форм журналистики; использование при формировании контента принципа глокализации; собственные концепты, мифологемы или целостная мифология; изобретение «собственного» языка, намеренное разрушение профессиональных штампов на всех уровнях вербального текста и визуально-графического оформления [Болдырева].

Все это позволяет определить «крафтовые» медиа как информационный продукт, целевая аудитория которого — поколение, сформированное «культурным софтом» [Манович, с. 5], усвоившее соответствующие социальные практики медиасреды и ориентированное на потребление продукта, обладающего уникальными свойствами, соотносимыми с самоидентификацией читателя/зрителя как члена локального сообщества [Болдырева].

В исследовании «фанатских журналов» В. Васильева подчеркивает, что, несмотря на очевидное сходство с фэнзинами, журналистские проекты *small media* имеют ряд отличительных признаков, позволяющих идентифицировать их как особый тип [Васильева]. С точки зрения автора ключевыми характеристиками *small media* являются: *редакционная система* (коллектив профессионалов и открытая горизонтальная редакция); *маршрутизация* (сосредоточение наибольшего количества читателей в соцсетях с последующим переходом на сайт); *монетизация* (отсутствие рекламы, использование краудфандинговых платформ); *аудитория* (городской образованный класс); *выход в офлайн-практики* (лекции, концерты, фестивали, презентации в «третьих местах») [Там же].

Появление *small media* обусловлено множеством факторов, как экономических, так и социокультурных. Соавтор проекта «Последние 30» С. Простаков выделяет три основные причины: доступность создания и содержания интернет-площадок, кризис больших СМИ и неустроенность гуманитарного рынка труда в России [Учебный проект...]. Среди экономических причин исследователи выделяют рост производства по индивидуальным заказам, снижение стоимости средств производства, вымывание среднего класса и рост малого бизнеса [Экономист Павел Дайнеко...].

М. Ливанова связывает появление *small media* с кризисом современного медиарынка: «В отсутствие конкуренции идей в публичном пространстве движения, группы, индивиды, не допущенные в массовые коммуникации, создают собственные медиаресурсы, основанные на принципах сетевого активизма, а не информирования и анализа, продвигают в аудиторию одностороннюю повестку, деформируя восприятие картины действительности не в меньшей степени, чем традиционные СМИ» [Ливанова, с. 51].

С точки зрения Т. Болдыревой, образование локальных журналистских проектов, в число которых входит и феномен *small media*, обусловлено распадом массового потребления в сфере медиаиндустрии, что создало почву для возникновения в интернет-пространстве «крафтовых» СМИ, ориентированных на локальные сообщества, которые выделяются уже не по институциональному принципу, а по какому-то другому, например, ментальному, соответствующему особому восприятию современного мира [Болдырева].

Мысль о необходимости самоидентификации посредством персонализированного информационного продукта развивает Андрей Уродов, создатель проекта «Россия без нас»: «Человек хочет найти единомышленников в городе в 200 тысяч человек, обращается к медиа, а их нет — в смысле, медиа. И тогда он создает паблик во “ВКонтакте” или свой сайт, на который приходят его ровесники из его же города. Это медиа становится местом, где люди начинают говорить на понятном им языке о волнующих их проблемах» [Простаков].

Появляются первые попытки создания типологии. Например, С. Карпов выделяет три уровня *small media* в России [Горожанинова]: *персонализированные* — когда статус медиа строится вокруг персоны авторитетного журналиста или блогера; *классические* и *проектные* — когда в рамках одного медиа объединяется цикл проектных работ, например, проект «Последние 30», исследующий постсоветскую культуру и завершившийся созданием в 2016 г. альманаха.

Эмпирическая база и методы

В силу ограниченности теоретических ресурсов в статье представлена авторская типология *small media*, основанная на выборке из десяти проектов.

Объектом исследования стали десять российский *small media*: «Батенька, да вы трансформер» (аудитория: более 77 тыс. человек), «Дискурс» (более 48 тыс.), «Moloko+» (более 40 тыс.), «Открытые» (около 8 тыс.), «Россия без нас» (более 55 тыс.), «Автоном» (около 19 тыс.), «Вторая ветка» (около 2 тыс.), «НЕТАБУ» (около 400 подписчиков), «Заповедник» (около 16 тыс.), «Уралнаш» (более 10 тыс.). В список включены издания с разной тематической направленностью — от политической субкультурной (анархистской, леворадикальной) повестки до локальных городских проблем. Некоторые проекты уже прекратили существование, однако их практика важна для понимания особенностей возникновения и развития российских *small media*.

Предметом исследования стали особенности конструирования практик журналистского дискурса, выступающих оппозицией доминирующему медиадискурсу (под ним понимается типичный контент и формы его презентации в традиционных СМИ), отличия профессиональных подходов *small media* в отборе и разработке тем, выборе источников, героев и ньюсмейкеров, в определении редакционной политики.

Материалом для исследования послужили публикации, вышедшие в период с 2016 по 2020 г., — 136 текстов. В качестве методов исследования использованы контент-анализ, интент-анализ, а также экспертные интервью.

Результаты исследования

Представленные журналистские проекты можно классифицировать, исходя из **тематической направленности** изданий. Например, интернет-журналы «НЕТАБУ» и «Открытые» специализируются на темах сексуального просвещения и телесности, однако «Открытые» рассматривают такие проблемы на примерах ЛГБТ и квір-оптики. На российском медиарынке мало изданий с аналогичной повесткой.

«*Вторая ветка*», «*Уралнаш*», «*Заповедник*» — эти медиапроекты следует отнести к *урбанистическим*, так как они сосредоточены на проблемах развития родного города. Как отмечают исследователи, этот тип изданий распространился в России в 2010-е гг. «Появление изданий этого типа является не только симптомом развивающегося процесса урбанизации. Городские интернет-газеты и журналы выступают как деятельные агенты, акторы этих процессов. Они видят свою миссию в развитии города как системы живых общественных коммуникаций, влияющих на формирование городской среды. Новые городские медиа становятся одной из площадок общественного сторителлинга и тем самым, по Анри Лефевру, участвуют в производстве городского пространства» [Абашев, Печишев, с. 209].

«*Автоном*», «*Молоко+*» — оба издания делают акцент на политической, *субкультурной повестке*. «Автоном» — анархистский журнал, транслирующий антикапиталистические идеи. «Молоко+» — контркультурный альманах, высказывающийся на такие острые темы, как наркотики, терроризм и т. д. По общей концепции «Молоко+» также можно отнести к анархо-панк движению. Оба издания весьма популярны среди представителей этой субкультуры.

«*Дискурс*» — культурно-образовательный проект. К этому типу следует отнести популярные медиаресурсы «Arzamas», «Sig.ma», «Теории и практики», научный студенческий журнал «Доха». Однако «Дискурс» нельзя в полной мере включить в этот ряд, так как издание имеет значительные отличия от традиционного образовательного медиа, в частности разрабатывает и социальные темы. Журнал позиционирует себя изданием с «открытой горизонтальной редакцией», что подразумевает отказ от тематического единства контента.

«*Батенька, да вы трансформер*» — относится к типу small media, специализирующихся на социальной журналистике с маргинальным уклоном. Такие СМИ отличаются развлекательной и нарочито эпатажной подачей материала, провокационными темами и стремлением шокировать читателя. «Как я разбирала людей на органы и училась жить», «Как я ехала в одном купе с полутрупом», «Как я работала секретаршей сибирского шамана в США», «Деревня дураков: сколько в России православных, пенсионеров и людей с кредитами» — примеры типичных кликабельных заголовков. Отличительная черта этого типа изданий — акцент на визуальное оформление: большое количество иллюстраций, верстка, претендующая скорее на веб-зин, чем на медиаресурс, коллажность, обилие интерактива (анимация, гифки, тесты и игры).

Социальной тематикой занимается и журнал «*Россия без нас*». Однако особенности его формата и жанровое наполнение не позволяют отнести издание

к конкретной категории. Его следует определить как литературно-художественный дневниковый блог. Здесь поднимаются вопросы миграции, бездомных или гастарбайтеров, но внимание в таких публикациях акцентируется, как правило, на их авторском художественном осмыслении.

По **формату** small media можно разделить на паблики (сообщество в социальной сети), журналы, альманахи и мультимедийные СМИ, использующие сразу несколько площадок. Проектов, базирующихся только на одной платформе, практически нет.

Одной из характерных особенностей small media выступает **способ монетизации** при отсутствии рекламы и традиционных систем финансирования.

Основатели проекта *«Батенька, да вы трансформер»* рассказывают, что для запуска проекта не искали инвесторов, не было также и стартового капитала, поэтому авторы издания не получали никаких денег за свою работу. Однако со временем был найден способ монетизации для минимального заработка: «В какой-то момент мы организовали на базе редакции контент-студию, и у нас стали появляться какие-то деньги. Пока их не хватает для того, чтобы каждому автору платить деньги. Поэтому пока не платим. Это исключительно голый энтузиазм. Но мы очень хотим это начать делать. Пока что мы пытаемся обеспечить хотя бы работу основной редакции, потому что люди тратят все свое рабочее время на этот проект. Энтузиазм — это здорово, но он конечен. Рано или поздно все-таки любимое дело должно приносить еще какие-то плоды и позволять тебе жить» [Соколова].

Отдельные small media обращаются к краудфандинговым платформам, параллельно задействуя такие способы монетизации, как прямые продажи (печатные журналы, альманахи) и реклама. «Обычно мы сотрудничаем с небольшими книжными магазинами, которые не требуют от нас документов и прочей бумажной волокиты. Хорошо, что такие места есть не только в России, но и в СНГ. Суммы, которые проходят через наши руки, настолько малы, что едва ли будут интересны налоговой. Они больше денег на бензин потратят, когда решат приехать туда с проверкой. При таком маленьком тираже заработать нереально. Мы принципиально не публикуем рекламу в журнале и социальных сетях, поэтому единственным решением для нас будет продажа рекламы на сайте. Обычно мы пытаемся просто “выйти в ноль”», — рассказывает основатель некогда существовавшего издания «Россия без нас». В своем интервью Андрей Уродов упоминал, что поскольку журнал не приносит никакого дохода, авторам приходится зарабатывать на сторонних проектах [Основатель «России без нас» о трудностях самиздата].

О том, что small media изначально не нацелены на хотя бы базовый заработок, рассказывают и создатели контркультурного альманаха «Moloko+»: «Максимум — отбить печать и заплатить авторам и прочим людям, которые работают. Мы не планируем открывать банковский счет, юрилицо, регистрироваться в Роскомнадзоре, какие-то еще подобные глупости делать... Мы не хотим никакой капитализации. Ни как СМИ (с регистрацией и прочее), ни в качестве какой-то структуры со штатным расписанием, зарплатами, рабочим графиком, иерархией и прочим. Мы не понимаем, в какую сторону двигаться. Либо решим, что больше нужно денег,

чтобы оплачивать труд людей, и тогда у нас появится смета. Либо, наоборот, будем уходить к модели, когда все вообще работают бесплатно. Обе возможности рабочие» [Ворович].

К. Ворович, основатель проекта «Дискурс», сообщает: «...зарплат у нас нет. Бюджет предельно скромнен — близко не сравнить с бюджетами крупных изданий. Но есть драйв, мы все верим в общественную необходимость того, что мы делаем» [Боровиков]. Портал финансировался за счет семейных вложений Воровича. «Дискурс» так же, как и другие издания, в качестве модели заработка рассматривает рекламу и общественную поддержку.

Аудитория. Участники семинара, посвященного исследованию явления small media, некоммерческого образовательного проекта «Антиуниверситет», так характеризуют свой читательский интерес к small media: «Мне страшно даже читать “Ведомости”, “РБК”, “Коммерсант” — боюсь там потеряться, есть ощущение, что они просто схлопнутся от потоков данных... У крупных медиахолдингов лицо уродливого левиафана, у small media — живого человека» [Small media — нарушители вашего спокойствия]. Примечательно, что интерес формируется «от противного» и связан с отказом small media от контента крупных изданий и размещением альтернативного медиапродукта.

Контркультурный альманах «Moloko+» достаточно конкретно представляет своего читателя: «Школьники старших классов, студенты, люди, которые любят хорошие тексты на русском языке. Вряд ли человек с консервативным сознанием и мейнстримовой повесткой в голове сможет читать наш журнал. У таких людей в голове уже давно все поделено на “правильное” и “неправильное”, и moloko plus будет восприниматься ими как что-то “неправильное”, конечно» [Moloko+].

Аудиторию урбанистических медиа исследователи описывают следующим образом: «Основная аудитория этих изданий — зарождающаяся идентичность “новых горожан” — средний класс, деятели культурных и креативных индустрий. Это относительно новый «класс» городских жителей, чьи вкусы формируются на основе европейского и постсоветского опыта, доступной массовой культуры, обрывков гуманитарных знаний. Это люди, привыкшие к условному “городу”, стремящиеся к комфортному потребительскому существованию, это во многом внутренние эмигранты, которые мало интересуются тем, что происходит в стране, заиклившись на круге друзей, работе и каких-то своих хобби и путешествиях» [Карпеко].

В целом о читательской аудитории малых медиа можно сказать, что это — молодые люди, примерно от 20 до 35 лет, с высшим образованием, активные пользователи интернета. Такие читатели обычно хорошо воспринимают длинные тексты, готовы к журналистским экспериментам и обсуждению табуированных и маргинальных тем.

Small media как оппозиция традиционным изданиям. Манифестация отказа от заданных стандартов журналистской индустрии — жесткой привязки к инфоповоду, соблюдения жанровых канонов, использования публицистической лексики, противопоставления себя традиционным изданиям даже на уровне верстки и визуального оформления заставляют исследователей рассматривать small media

как вариант альтернативного продукта на медиарынке, как опыт дискурсивного сопротивления доминирующему медиадискурсу. Оно может выражаться не только в выработке собственного стиля, как языкового, так и визуально-графического, в практике формирования контента с расчетом на «свою» аудиторию, в четкой формулировке миссии издания, но часто и в разработке собственной мифологии или отдельных мифологем [Болдырева, с. 80].

На основании анализа манифестаций, определяющих заход на медиарынок отобранных медиапроектов, а также интервью, данных их создателями и работающими в них журналистами, удалось выявить набор журналистских практик, посредством которых реализуется «оппозиция» и проявляется «сопротивление традиционному медиадискурсу»

Включение в дискурс «табуированных» тем. Э. Чепкина и Л. Енина в своем исследовании, посвященном анализу дискурсивных практик, утверждают, что любой дискурс, в том числе журналистский, дополнительно регулируется за счет практик внешнего и внутреннего контроля. К важнейшим из них относятся процедуры исключения, в том числе табу на включение в дискурс некоторых объектов, потенциально интересных для него [Чепкина, Енина]. Small media нарушают этот негласный запрет, сопротивление традиционному медиаустройству происходит уже в момент выбора маргинальных «запретных» тем (не случайны столь частые столкновения с правоохранительными органами и блокировки материалов), которых в традиционных СМИ принято избегать: секс, терроризм, насилие, наркотики, любая девиация оказываются поводом для исследования. К подобным темам обращаются такие издания, как «Батенька, да вы трансформер», «Вторая ветка», «Автоном», «Moloko+», «НЕТАБУ», «Открытые». «Малые медиа» первыми заговорили о проблемах ЛГБТ и квир-сообщества, первыми подняли вопросы феминизма, после чего и традиционные медиа осторожно начали включать такие темы в свой дискурс.

Однако не следует называть такого рода сопротивление радикальным: «Табу на информацию о некоторых объектах существует, но оно может преодолеваться в отдельных СМИ, и именно это преодоление позволяет данному СМИ привлечь дополнительное внимание аудитории» [Там же, с. 81].

Ориентация на исследовательский подход. В small media читатель редко встретит привычные новости, заметки, интервью, скорее это будут материалы не для быстрого чтения, в большинстве своем *лонгриды*, а также масштабные обзоры. Здесь претендуют на исследовательский подход, а не на информативный.

«Moloko+» посвящает каждый свой альманах конкретной теме, ставя перед собой задачу глобального анализа культурного явления (терроризм, наркотики, революция, патриархат), задачу создания некоей антологии, что объясняет выбор жанров: исторические статьи-обзоры, с обилием заимствованного материала и претензией на объективное осмысление; переводные статьи; публикация научных трудов; документов. В тематическом выпуске «Терроризм», например, опубликован перевод дневниковых записей Бобби Сэндса, члена Временной Ирландской республиканской армии, погибшего в заключении во время «ирландской голодовки». Такие выпуски, как правило, обязательно дополняются подборкой литературы по заявленной проблеме.

Каждый материал «*Заповедника*» — антропологическое исследование, издание специализируются на лонгридах, посвященных этническим, городским и региональным темам.

«*Батенька, да вы трансформер*» публикует объемные очерки, воспоминания, эссе, аналитические и публицистические материалы, в них можно обнаружить структурные элементы и научно-популярной статьи, и репортажа с включенным наблюдением.

«*Дискурс*» выражает исследовательскую интенцию посредством тематического охвата. Ресурс включает в себя образовательный контент, на сайте проекта размещаются разделы: «*Галерея*» (публикации фотоматериала, графики, анимации и digital art), «*Литература*» (публикации художественных произведений), «*Музыка*» (музыкальные подборки), «*Видео*» (художественное и документальное кино, видеоарт, клипы, лекции); на вкладке «*Статьи*» читатель обнаружит разделы: «*Культура*», «*Теории*» (научно-популярные публикации и обзоры), «*Главы*» (публикации фрагментов книг), «*Общество*» и «*Личный опыт*».

Екатеринбургский проект «*НЕТАБУ*», позиционирующий себя как просветительское издание в сфере сексуального образования, публикует материалы в жанре исторического обзора/экскурса/ликбеза, а также лонгриды.

Жанровое наполнение ресурсов было изучено с помощью контент-анализа. Сложность заключалась в том, что в основном small media — мультимедийные проекты (используют для публикации разные площадки: сайт, страница в социальной сети, печатная версия) и на разных платформах публикуется не одинаковый контент. Было выбрано 100 публикаций — последние 10 текстов каждого издания (на каждой из площадок, за исключением анонсов материалов сайтов в социальных сетях) — и определен жанр каждой.

«*Батенька, да вы трансформер*» — одна авторская колонка, девять статей-лонгридов (на сайте проекта).

«*Дискурс*» — два интервью, две обзорные статьи, шесть статей-лонгридов (на сайте проекта).

«*Moloko+*» — два интервью, одна колонка редактора, три обзорно-исторических статьи, четыре научные публикации (последний вышедший в 2020 г. номер печатного альманаха «*Патриархат*»); 10 новостей (на странице в социальной сети «*ВКонтакте*», новости заимствуются у различных новостных изданий).

«*Открытие*» — пять фотопроектов, четыре интервью, одна колонка редактора (на сайте проекта).

«*Россия без нас*» — 10 литературных очерков (печатный журнал, последний выпуск за 2016 г.), четыре фотопроекта, шесть литературных очерков (на сайте проекта).

«*Автоном*» — четыре аналитические статьи, три исторических обзора, два интервью, одна колонка редактора (печатный выпуск за 2020 г.), на сайте опубликованы 10 новостей.

«*Вторая ветка*» — пять статей-лонгридов, три интервью, два журналистских эксперимента (на странице проекта в социальной сети «*ВКонтакте*»).

«*НЕТАБУ*» — девять статей-лонгридов, один книжный обзор (на сайте проекта).

«Заповедник» — десять статей-лонгридов (на сайте проекта).

«Уралмаш» — 10 новостей (на странице проекта в социальной сети «ВКонтакте»).

В итоге из сотни публикаций две трети представляют собой объемные, обзорно-аналитические тексты.

Отказ от вертикальной иерархии. Small media вносят правки в концептуальную организацию журналистского дискурса и на уровне формата издания. Редакции останутся «горизонтальными», «открытыми», на место вертикальной иерархии приходит самоорганизация. Каждый может предложить свой материал, стать автором проекта. Например, «*Батенька*» создает специальную рубрику для материалов читателей — «*Та самая история*», одну из самых популярных в журнале.

Помимо этого редакции отказываются от функций главного редактора, прямого контроля и управления. «У нас нет главного редактора, инвестора и вообще никого, кто бы принимал единоличные решения. Вместо традиционных иерархий в команде работают на принципах прямой демократии, и все редакционные вопросы авторы решают прямым голосованием. Несмотря на то, что производственный процесс подразумевает иерархию (например, текст сдается редактору), сам способ управления полностью горизонтальный. Так вышло, что у нас редакция очень интернациональная: все ребята разбросаны по разным странам и основное взаимодействие происходит в интернете», — обозначают в своем манифесте авторы «*Дискурса*» [Ворович].

Против традиционного редакционного устройства СМИ «со штатным расписанием, зарплатами, рабочим графиком, иерархией и прочим» выступают и создатели альманаха «Moloko +» [Там же].

«Игра» с реальностью. Вновь обратимся к работе Э. Чепкиной и Л. Ениной: «Достоверность информации в известной мере создает журналистику как особый тип дискурса, будучи качеством текста, отграничивающим журналистские произведения от вымысла — от художественной литературы и других дискурсов, безразличных к соответствию реальности» [Чепкина, Енина, с. 79].

Отказ от достоверности нельзя назвать свойством small media, но запрос на такой подход высказывают журналисты разных проектов. Например, Милана Логунова, автор «*Батеньки*», в своем блоге соглашается с мнением одной из интервьюируемых о том, что игра с реальностью и фантазией более ценна, чем «сухая документальная проза», и что «дотошность» в фактах далеко не самое ценное, «порой, если что-то изменить в истории, в итоге она станет еще более правдивой, чем была».

Информационный повод не так важен. Одно из ключевых отличий small media от традиционных стандартов подготовки текстов — отказ от жесткой привязки к инфоповоду, что снижает значимость привычного объекта внимания журналистов — события как такового. В том же исследовании Чепкиной и Ениной находим: «Событие в журналистике обладает специфическими критериями отбора. К ним мы относим, прежде всего, релевантность и непредсказуемость» [Чепкина, Енина, с. 80]. Small media уходят от релевантности — хронологической привязки, делая акцент на непредсказуемости. Именно поэтому читатель реже встречает

на таком ресурсе новость как текст о событии актуальном. В основу публикации, как правило, будет положено исследование атемпоральное.

Проведенный контент-анализ материалов показал, что из ста публикаций только треть — 29 текстов — имеют отчетливо выраженный информационный повод. Остальные не имеют хронологической привязки к конкретной дате и актуальному событию.

Прямой дискурсивный протест. Некоторые small media заявляют о протестной позиции прямо в своих манифестах. Яркий пример — контркультурный альманах «Moloko+», провозглашающий своей миссией деконструирование классического подхода к освещению той или иной проблемы. «Если говорить о первых двух темах — что терроризм, что наркотики — это с точки зрения любой пропаганды самые удобные враги, проиграть им нельзя, победить невозможно, и общество можно держать в постоянном состоянии мобилизации, пугая тем, что либо дети сколются, либо завтра метро взорвет. При этом за этим постоянным стрессом теряются и причины, и многогранность явления. Когда мы говорим “терроризм”, мне важно, кто говорит и про кого. И иногда этот термин лучше характеризует говорящего, чем то явление, которое он описывает», — считает главный редактор издания Павел Никулин [Альманах, который читают офицеры ФСБ и панки]. По его словам, задачей, например, первого номера было поставить под вопрос легитимность использования терминов «терроризм» и «террорист» в том виде, в котором их используют СМИ: «Что такое терроризм? Все ли организации, которые считают террористическими, действительно таковыми являются? Кто это определяет?» [Павел Никулин]. По мнению Никулина (как и редакции альманаха), определение данного явления в законодательстве весьма манипулятивно и опираться на него нельзя, оно может выражать только ту или иную политическую позицию, и в публикациях альманаха эта мысль развивается. «В первом номере были тексты об Ирландской республиканской армии, курдах, греческом левом терроризме. Мы откопали дневники ирландского активиста Бобби Сэндса. С точки зрения Британии, он террорист, с точки зрения самого Сэндса — политик. В тюрьме он объявил голодовку, требуя статус военнопленного... Наша задача не привести людей к ответу, а вернуть к вопросу, зародить исследовательский зуд, который гложет, не дает спать спокойно. В любом случае лучше знать, чем не знать» [Там же]. От номера к номеру главной задачей альманаха оказывается предоставление не столько альтернативных оценок того или иного явления, сколько оценок, противоположных традиционному медиадискурсу.

Выводы

Small media — относительно недавнее культурное явление в медиaprостранстве России, которое повлияло на динамику развития современного медиарынка и вызвало существенные изменения в создании, распространении и потреблении информации. Подобные проекты энтузиастов появляются как альтернатива традиционному устройству средств массовой информации и их унифицированному продукту.

Проектов small media в России становится все больше, аудитория таких изданий растет, что влияет и на формирование «нового читателя», нацеленного скорее на исследовательский подход, чем на информативный, ориентированного на потребление персонифицированного продукта.

По итогам исследования мы не можем назвать дискурсивный протест small media радикальным явлением, однако те принципы, которых придерживаются такие проекты, пополняют новыми формами подачи, форматами и смыслами традиционное устройство медиасферы. Это позволяет дать читателям альтернативный и достаточно самобытный продукт, запрос на который только растет, что подтверждается увеличением аудитории этих изданий, возрастающей степенью вовлеченности читателей в деятельность подобных проектов, увеличивающимися объемами просмотров, лайков и репостов, что свидетельствует о растущей популярности «малых медиа». По прогнозам исследователей, число таких проектов будет увеличиваться.

Абашев В. В., Печищев И. М. Городские сетевые издания как агенты урбанизации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4 (30). С. 201–214. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskie-setevye-izdaniya-kak-agenty-urbanizatsii> (дата обращения: 10.04.2020).

Альманах, который читают офицеры ФСБ и панки // Радио «Свобода» : [офиц. сайт]. URL: <https://www.svoboda.org/a/29491552.html> (дата обращения: 25.04.2020).

Болдырева Т. В. Феномен «крафтовых» СМИ // Поволж. пед. вестн. 2018. № 1 (18). С. 76–81. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-kraftovyh-smi> (дата обращения: 05.04.2020).

Боровиков А. Константин Ворович: «У нас может выйти текст бездомного с двумя высшими образованиями». Кто, как и на какие средства создал новый культурный портал «Дискурс» // COLTA.RU. 2015. 21 дек. URL: <https://www.colta.ru/articles/media/9632-konstantin-vorovich-u-nas-mozhet-vyyti-tekst-bezdomnogo-s-dvumya-vysshimy-obrazovaniyami> (дата обращения: 12.03.2020).

Васильева В. В. «Фанатский журнал» как тип издания (на примере петербургских фэнзинов 2010-х годов) // Вестн. Омск. гос. пед. ун-та. Гуманитар. исслед. 2017. № 2 (15). С. 127–131. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fanatskiy-zhurnal-kak-tip-izdaniya-na-primere-peterburgskih-fenzinov-2010-h-godov> (дата обращения: 05.04.2020).

Ворович К. «Давайте поговорим о насилии» : интервью с создателями Moloko+ // Дискурс : [электрон. журн.] URL: <https://discours.io/articles/culture/davayte-pogovorim-o-nasilii-intervyu-s-sozdatelnyami-moloko> (дата обращения: 12.03.2020).

Голубева А. «Наши материалы уже привели к некоему беспокойству среди людей, о которых мы пишем». Журналисты-невидимки хотят конкурировать с Навальным и ФБК : интервью с главредом Russiangate.com // COLTA.RU. 2016. 28 окт. URL: <http://https://www.colta.ru/articles/media/12888-nashi-materialy-uzhe-priveli-k-nekoemu-bespokeystvu-sredi-lyudey-o-kotoryh-my-pishem> (дата обращения: 10.04.2020).

Горожанинова М. Как разгон «дорогой редакции» породил новую волну small media // Реальное время : [интернет-газета]. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/17123> (дата обращения: 10.04.2020).

Карпеко А. Новые малые городские медиа: куда исчез город? // Наше мнение : [офиц. сайт]. 2018. 21 авг. URL: <https://nmnby.eu/news/analytics/6684.html> (дата обращения: 25.04.2020).

Ливанова М. В. Журналистские проекты small media как альтернативная информационная среда // Век информации. 2019. Т. 7, № 1. С. 50–59. URL: <https://www.library.ru/item.asp?id=37212016> (дата обращения: 01.11.2019).

Манович Л. Теории софт-культуры. Н. Новгород, 2017. 208 с. URL: https://vk.com/doc-160561774_502429230?hash=dafb5a41676999d12c (дата обращения: 23.01.2021).

Основатель «России без нас» о трудностях самиздата // Ве-in.ru : [интернет-портал]. URL: <https://www.be-in.ru/people/35151-chego-zhdat-esli-vy-reshili-sdelat-samizdat/> (дата обращения: 02.03.2020).

Павел Никулин: «Они выращивают революционеров на пустом месте» // Новая газета : [официальный сайт]. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2018/08/14/77486-pavel-nikulin-oni-vyraschivayut-revolutsionerov-na-pustom-meste> (дата обращения: 24.04.2020).

Простаков С. Почему закрывается сайт про «нормальное восприятие страны» // Открытая Россия : [сайт]. 2016. 18 июля. URL: <https://openrussia.org/post/view/16452> (дата обращения: 25.04.2020).

Соколова А. «Когда нас запретят? После очередного бзика». Основатель «Батеньки, да вы трансформер» о новом русском самиздате // Телеканал «Настоящее время» : [официальный сайт]. URL: <https://www.currenttime.tv/a/28454303.html> (дата обращения: 12.03.2020).

Учебный проект факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова «Журналист». URL: <http://www.journ.msu.ru/upload/iblock/4b5/4b538af2418ab648a9088a6b8eb017c8.pdf> (дата обращения: 12.03.2020).

Чепкина Э. В., Енина Л. В. Журналистский дискурс: анализ практик // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2011. № 2 (89). С. 76–85.

Экономист Павел Данейко: эпоха масс-маркета подходит к концу, нас ждет крафтовая революция // Частный корреспондент : [официальный сайт]. 2017. 9 февр. URL: http://www.chaskor.ru/article/ekonomist_pavel_danejko_epoha_mass-marketa_podhodit_k_kontsu_nas_zhdet_kraftovaya_revolutsiya_41488 (дата обращения: 10.04.2020).

Moloko+ : [интернет-портал]. URL: <https://moloko.plus/faq> (дата обращения: 25.04.2020).

Small media — нарушители вашего спокойствия // Сигма : [интернет-платформа]. 2020. 7 мая. URL: <https://syg.ma/@antiuniversitet/small-media-narushiteli-vashieghe-spoikoistviia> (дата обращения: 25.04.2020).

Статья поступила в редакцию 17.01.2021 г.

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.007

УДК 070.22 + 82-4 + 82-92 + 070.11: 7.02

А. Н. Коваленко

М. Ф. Попова

«КОЖА ВРЕМЕНИ»: АВТОРСКИЙ ПРОЕКТ АЛЕКСАНДРА ГЕНИСА В «НОВОЙ ГАЗЕТЕ» (ТЕМЫ, ГЕРОИ, ТВОРЧЕСКИЙ МЕТОД)

Эссеизацию журналистики как явный тренд мировых и российских медиа исследователи отмечают давно и не без основания. Среди многих факторов, определяющих ускоренное развитие этого процесса, следует признать растущий интерес аудитории к авторской индивидуальности информационного послания, что является одним из основных жанровых признаков эссе. В статье рассматриваются особенности творческого метода русско-американского журналиста и писателя Александра Гениса на примере его авторского проекта в «Новой газете».

К л ю ч е в ы е с л о в а: публицистика; эссе; журналистика; авторский проект; творческий метод

Рубрика «Кожа времени» как авторский проект Александра Гениса появилась в «Новой газете» 13 января 2017 г. В роли анонса (скорее, декларации о намерениях) для более чем сотни материалов, вышедших за это время, послужило эссе «Стоя на углу». Как известно, «на углу» — очень удобная позиция для наблюдения за людьми и событиями настоящего времени:

О чем-то все это должно говорить. Вопрос в том, как услышать. Память подчиняет себе прошлое, выстраивая его в историю, которую мы рассказываем сами себе. С будущим не справляется никто. Но труднее всего — узнать, услышать, разглядеть, ощупать, заметить, поймать и приколоть к бумаге настоящее. У всех на виду и как раз поэтому не всегда заметное, оно превращает нас в современников и оставляет следы на коже. Как татуировка [Генис, 2020б, с. 47].

Заявленной концепции автор следует на протяжении трехлетнего газетного марафона. Жанр всех публикаций в рубрике «Кожа времени» — эссе — самый подходящий вариант для размышления о судьбах мира и человека. Сам Александр Генис, не давая конкретной дефиниции любимой жанровой формы, называет ее принципиальные особенности, определяя, по сути, собственный творческий метод:

Розанов говорил, что лучшее написал на полях чужих книг. Ими мне служила действительность. Но чтобы чужой день стал своим, его надо пропустить сквозь себя, приватизировать и освоить. Став эксклюзивной интеллектуальной собственностью,

КОВАЛЕНКО Анна Николаевна — студент департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета (e-mail: anya.kov.1991@gmail.com).

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

© Коваленко А. Н., Попова М. Ф., 2021

будни складываются в сугубо персональную хронику, принадлежащую именно и только автору [Генис, 2020б, с. 10].

Эссе, несмотря на его богатые исторические корни и традиции, а также растущую популярность в современных медиа, выходит за однозначные и общепринятые рамки теории и практики жанров. Наиболее убедительные взгляды на эссе в предметном поле журналистики излагают в ряде работ И. П. Магай, А. В. Лукина, Л. Е. Иванцова, Л. Г. Кайда. Расходясь в частности определения, названные исследователи делают акцент на сущностных жанровых признаках: усиление личностной позиции, саморефлексия автора, философичность, интертекстуальность, метафоричность.

Эссе — произведение, выражающее субъективные впечатления и соображения автора по конкретному поводу в непринужденной, часто парадоксальной форме [Магай, Лукина, с. 144].

Традиционно и справедливо эссе относят к жанрам публицистическим (художественно-публицистическим), как пограничный тип текста, бытующий между журналистикой и литературой.

И. П. Магай, в отличие от других названных ученых, не только выводит эссе за рамки публицистики, но и противопоставляет их. Так даже озаглавлена его известная статья «Эссеистика против публицистики: новая тенденция российской прессы». При этом выявленные особенности эссе названы как основной фактор нынешнего его превалирования в медиа:

У простых россиян появился аппетит к анализу, который публицистика как... литература по общественно-политическим вопросам современности, придерживающаяся принципов объективного исследования общественных проблем, удовлетворить не может. Нравственные проблемы недоступны социальному анализу, на котором основана публицистика (выделено нами. — Авт.). Они обсуждаются в рамках особой духовной деятельности, которую со времен античности принято называть философией. Только такое философское осмысление жизни может вскрыть нравственную подоплеку житейских событий и явлений, облегчая читателю поиск морально-этических ориентиров, подводя его к пониманию смысловых и ценностных оснований человеческой жизни... [Магай, с. 95].

Однозначно признавая озвученные особенности жанра эссе, не можем согласиться с этим противопоставлением. Публицистика как журналистика особого рода и качественного уровня во все времена успешно справлялась с анализом общественных проблем, в том числе и проблем нравственных, т. е. решала задачи, в которых уважаемый ученый ей отказывает. Можно даже не ссылаться на золотой век отечественной публицистики — 60–80-е гг. XX в. Современные авторы, активно работающие в разных публицистических жанрах — очерк, спецрепортаж, лонгрид, одновременно используют потенциал информационных, аналитических и образных способов отражения действительности, сочетая и объективность социального анализа, и подчеркнутую индивидуальность мнения, и приоритет

общечеловеческих ценностей, и яркий литературный стиль. «Публицистика, — утверждает профессор Б. Н. Лозовский, — один из видов журналистских текстов, основными характеристиками которого являются актуальность и масштабность разрабатываемой темы, эмоциональная насыщенность изложения, тенденциозность и пристрастность автора, полемичность, литературное мастерство» [Лозовский, с. 215].

Требует уточнения и вывод И. П. Магая:

Таким образом, эссеизация современных СМИ трансформирует их настолько, что можно говорить об очевидной смене парадигмы: вместо диктатуры публицистики — демократическое сосуществование ее со стремительно набирающей вес эссеистикой [Магай, с. 99].

Диктатура публицистики в СМИ не наблюдалась никогда. Даже в качественных изданиях она не была явлением повседневым и обыденным. А сегодня исследователи медиа все чаще задаются вопросом: «Сколько журналистики в контенте современных средств массовой информации?» К тому же значительный массив текстов, претендующих на номинацию «эссе», особенно бытующих в сетевых медиа и в блогах, однозначно к этому жанру отнести нельзя, так же, как мы не называем рецензией широко распространенные в интернете и даже в ряде бумажных СМИ тексты-отзывы в 10 строк с завершающей цифровой индексацией оцениваемого артефакта: «6 баллов из 10».

Несмотря на обилие блогеров, журналистика остается профессией, со своими обязательными правилами, законами и эстетикой. Рыночная или потребляемая за деньги журналистика отличается от произведений даже самых талантливых блогеров, как типичное современное селфи от фотографий Картье-Брессона или Роста [Лепский, с. 12].

Успех любого СМИ кроется в многообразии, в том числе жанровом. Современная медиапрактика дает массу примеров как совсем новых типов текста, так и синкретических, образовавшихся при диффузии традиционных жанров, об этом есть уже немало исследований, например, работы В. М. Амирова [Амиров, Щепеткина]. И уж, конечно, ничто не случайно в содержательной модели, в жанровой палитре качественного издания. Общественно-политическая «Новая газета», известная своей ярко выраженной оппозиционностью, правозащитной направленностью и расследовательскими материалами, всегда делала ставку на публицистические тексты: проблемные статьи, очерки, фельетоны, памфлеты, рецензии, обзоры Зои Ерошок, Эльвиры Горюхиной, Ольги Мариничевой, Бориса Бронштейна, Дмитрия Быкова. И всегда в «Новой газете» высоко ценилась эссеистика: тексты Алексея Поликовского, Екатерины Гликман, Елены Дьяковой, Юрия Роста, Александра Гениса.

«Эссе обычно поднимает вечные темы... самые острые актуальные и одновременно общечеловеческие проблемы, то есть публицистическая концепция эссе обладает высочайшей степенью обобщенности», — пишет профессор Л. М. Майданова [Майданова, с. 320]. Применяя разные методы отражения действительности,

публицистика и эссеистика, как повседневное и вечное, обыденное и философское, уравнивают и взаимодополняют друг друга. И ту и другую журналистику по определению отличает печать личности автора.

«Кожа времени» гармонично вписывается в концепцию «Новой газеты». Это один из самых долгосрочных ее проектов. В январе 2021 г., спустя три года после начала проекта, мы видим, что рубрика лишь слегка поменяла дизайн, но неизменными остались темы, герои и авторский метод Александра Гениса. Такой вывод был сделан по результатам анализа 70 текстов этого автора в жанре эссе, взятых для обстоятельного рассмотрения по случайной выборке из номеров «Новой газеты» за 2017–2021 гг. Основная часть материалов вышла в 2020 г. в одноименном собрании «Кожа времени. Книга перемен». Несколько текстов, не успевших попасть в книгу, рассматривались в газетном варианте.

Под творческим методом мы понимаем систему принципов, положенных автором в основу его творческой деятельности. А. Генис охотно говорит об этом в своих эссе:

Даже сидя у компьютера, я не обхожусь без бумаги. Дойдя до смутного места, оставшись без глагола, застряв на длинной мысли, потерявшись в лабиринте абзаца, я хватаюсь за карандаш, чтобы поженить руку с головой. Ритм этой всегда поспешной (чтобы не задуматься) процедуры выводит из затруднения и вводит в транс надежней мухомора, избавляющего от контроля чистого разума [Генис, 2020б, с. 40–41].

По М. С. Кагану, творческий метод определяется «как способ познания действительности; способ ценностной интерпретации жизни; способ преобразования жизненной данности в образную ткань искусства; способ построения системы образных знаков, в которых закрепляется и передается художественная информация» [Каган, с. 433].

По мнению самого Александра Гениса, к эссе можно отнести любой текст, который «располагается между статьей и романом». Разница заключается в том, что «...в романе есть сюжет, любовь и персонажи, которые, как язвительно писал Томас Манн, решают жизненно важный вопрос: достанется ли Грета Гансу... статья рассказывает, а эссе изображает — как поэт, художник или псалмопевец... Автора эссе отличает внимание к капризу, необязательности, прихотливости, непредсказуемости, другими словами, — любовь к свободе» [Генис, 2018, с. 17].

В материалах Гениса легко вычислить информационный повод и тему меседжа. Как правило, они — в первой фразе, которая представляет собой абсолютно конкретное, даже будничное сообщение: «Я с детства страстно любил НФ (научную фантастику. — *Авт.*)»; «Первого мая 1980 года я не пошел на службу»; «Зная, что дождь неизбежен, в Англии не выходят из дома без зонтика»; «Я ничего не умею делать руками, и в этом моя неизбежная печаль». Сам автор признается:

Все эти тексты написаны по самым разным поводам. Главное, что у каждого этот повод был. Заметка в газете, беглая мысль, модный слух, подслушанная реплика, важная цифра — все, что происходило вокруг меня, могло стать триггером для размышлений, воспоминаний, прогнозов и свободных ассоциаций... Объединенные общей темой, они

выстраивают собственный сюжет, отвечающий на заданный вопрос — или обостряющий его [Генис, 2020б, с. 9–10].

Рассмотренные публикации очень условно можно разделить на 6 тематических групп:

1. *Новые явления современности.* Автор ставит перед собой цель осмыслить явления, с которыми сталкивается человек в XXI в. Излюбленными темами эссеиста являются технический и технологический прогресс — то, что стало либо становится обыденностью: роботы, компьютеры, интернет, социальные сети, электронные и аудиокниги, виртуальные музеи, виртуальный секс.

2. *Искусство.* Это еще одна излюбленная тема А. Гениса, которой посвящено не менее четверти отобранных публикаций рубрики «Кожа времени». Сюда относятся тексты, прежде всего, о литературе, кино и живописи. Помимо многочисленных отсылок к любимым писателям и книгам, обнаруженных практически во всех материалах рубрики, автор отводит описанию отдельных произведений целые тексты, сопровождая их своими размышлениями и интерпретациями.

3. *О сути вещей и понятий.* К этой тематической группе отнесем эссе, в которых Александр Генис пытается осмыслить сущность абстрактных понятий и значение конкретных вещей в жизни современного человека. В этом случае предмет разговора обычно выносится в заголовок: «Искусство скучать. Что вы делаете, когда не делаете ничего»; «Время собирать камни. Фактор возраста»; «Стигма богатства. Деньги: дикие и домашние»; «Реванш чая. Инь и Ян мировой души»; «Два колеса. Моя жизнь на велосипеде от Хрущева до Трампа».

В размышления о значении вещей и сущности понятий Александр Генис обязательно вплетает собственный опыт, опыт разных стран (например, чем отличаются частные дома в США и России), историю предмета (например, рассказ о том, как чай, придя с Востока, стал популярным на Западе). В каждой вещи автор видит метафизическое значение («недвижимость стремится привязать, а лучше пригвоздить тебя к месту, чтобы ты смог его по-настоящему освоить») и философский смысл («чай неразлучен с буддизмом, так как оба требуют нераздельного внимания, исключаящего отличия главного от мелочей»).

4. *Страны и национальности.* Эта часть эссеистики Александра Гениса включает в себя разговор о национальных особенностях, своеобразии стран и городов, о туризме, поднимает проблемы эмигрантов и расовой дискриминации в Америке. Последняя тема сейчас наиболее актуальна в США (имеются в виду протесты после гибели Джорджа Флойда). И тем ценнее эти эссе, так как автор — житель Нью-Йорка — может донести суть конфликта до русскоязычного читателя.

5. *Пандемия.* Александр Генис не мог обойти тему пандемии коронавируса. Главной метафорой этой проблемы он считает «расколотый глобус»: «...нам остается только отсиживаться, спрятавшись от тех, кто несет угрозу. От себе подобных. В эти дни страшнее человека зверя нет».

В других эссе, посвященных этой теме, он описывает Нью-Йорк во время карантина, предлагает собственные рецепты «карантинного меню» — блюда из того, что осталось в холодильнике, делится своим опытом общения «по удаленке».

6. *Политика*. У Гениса не так много эссе, посвященных собственно политическим темам. К примеру, эссе «Опять Трамп. Политический реслинг» посвящено президентским выборам-2020 в США и политическим партиям, а также сторонникам Трампа. Прослеживается негативное отношение автора к президенту (президент предстает явным неврастеником):

Трампа не любит бóльшая и, в чем я уверен, лучшая часть Америки... Он купался в любви своих самых азартных поклонников, наслаждался игрой в поддавки, лучился от счастья и пылал от гнева. Трамп бил себя кулаком в грудь, размахивал руками и кромсал воздух [Генис, 2020б, с. 251–252].

Но чаще всего взгляд автора на те или иные политические вопросы выражен в форме реплик-вставок в текстах, которые не посвящены политике. При этом автор не использует открытые обвинения, его негативные оценки часто выражены в виде метафор, сравнений, что делает критику не вызывающей:

Поэтому, — указывают снимки в Сети, — мэр Нью-Йорка ездит в метро, Лондона — на велосипеде, а Москвы — с мигалками [Генис, 2020б, с. 311].

Главный герой в публикациях Александра Гениса — он сам, что соответствует канонам жанра эссе. Он может присутствовать в тексте как репортер, изображая события нынешние или случившиеся в прошлом; он может рассказывать о своем опыте, излагать собственную позицию или мнение по частному поводу; он дает происходящему точную характеристику или убедительную яркую интерпретацию:

В операционной было, как в рубке военного корабля, где я, впрочем, тоже раньше не был. Отрядом командовал старый еврей со славянской фамилией и сильным акцентом.

— Не с Украины ли? — подозревая своего, спросил я хирурга.

— Конечно, — согласился он...

Когда меня обступили помощники, анестезиолог спросил, знаю ли, что они делают.

— Татуировки?

— Шутник, — успокоил себя доктор и пустил наркоз в вену [Там же, с. 247].

Героями эссе Александра Гениса также могут являться другие лица: знакомые автора, не знакомые лично, но известные личности (политические деятели, писатели, художники и т. д.), эксперты (чаще всего ученые), группы людей (например, русские эмигранты в Америке, афроамериканцы) и даже литературные персонажи. В тексте такие герои призваны продемонстрировать показательные истории и значимые для темы мнения. Полноценными героями эссе «Кожі времени» могут быть даже животные и вещи. Например, материал «Айлурофилия. Как коты захватили интернет» посвящен кошкам («...коты не делают того, чего от них ждут. Они вообще редко что-нибудь делают и никогда для нас»).

Следует также упомянуть вымышленных собеседников автора. Это конкретные лица или общности людей, которые в тексте призваны продемонстрировать определенную точку зрения. Часто (но не всегда) они выступают в виде антагонистов автора, т. е. имеют отличные от него взгляды.

- Коронавирус, — утверждают трампысты, — реакция природы на глобализм.
 - Вирус, — отвечают демократы, — расплата за Трампа.
 - Это бич божий, — надеются оптимисты, — который избавит нас от такого президента.
 - Болезнь, — считают экономисты, — урок, который нам дорого обойдется.
 - Особенно Путину, — радуются его враги, подсчитывая цены на нефть.
- Только дети беззаботно радуются каникулам, и они по-своему правы [Генис, 2020б, с. 370].

Авторский стиль Александра Гениса отличают интертекстуальность, литературоцентричность, энциклопедизм, образный язык. Публикации в «Коже времени» изобилуют примерами из самых разных сфер жизни: литература, живопись, кино, наука, политика, военное дело... Такая насыщенность текстов отсылками говорит о широком кругозоре автора, стремлении дать целостную культурологическую оценку описываемым явлениям. Так, в 70 рассмотренных эссе обнаружено 325 отсылок (от простого упоминания фамилий до весьма развернутых цитат). Из упомянутых персон 138 — писатели, поэты, публицисты; 39 — политики и военные деятели; 30 — режиссеры, продюсеры, актеры; 28 — ученые; 24 — философы; 22 — художники, скульпторы; 16 — музыканты, певцы; 28 — другое.

К примеру, в последнем по времени его материале «Канон Миядзаки» обнаружено 32 отсылки и невероятное количество ассоциаций — от Лотмана до Бидструпа, от Толстого до камикадзе:

Всю эту сложную, еле устоявшую на ногах конструкцию прошивают две метафоры: поезд и самолет, уж и сокол, земное притяжение рельсов и крылатая свобода от него. Третья — замыкающая канон метафора — все тот же ветер, поднявшийся в первой картине и окрепший в последней. Теперь он символизирует уже не сказочные перемены, а парадоксальное движение судьбы, неподвластной расчетам [Генис, 2020а, с. 29].

Еще одна характерная особенность текстов Александра Гениса — ирония. Она позволяет сгладить острые темы, благодаря чему мы понимаем позицию автора, но не чувствуем его агрессии или раздражения. Самоирония и яркая метафора придают текстам художественную легкость и утонченность:

На заре своей жизни мобильный телефон был символом знати, вроде шпаги, или признаком власти, вроде ключа от служебного сортира [Генис, 2020б, с. 50].

Одни говорят, что фейсбук — как семечки, другие — как водка, третьи сравнивают его с замочной скважиной: что ни покажут, все интересно [Там же, с. 80].

Отучив считать в уме и писать рукой, компьютер напрашивается в рабы, но становится хозяином. Инвалиды письма, мы забываем о его потаенном смысле: сделать видимым союз души и тела. Почерк умеет не только говорить, но и проговариваться... Лишиться почерка — все равно что остаться без подсознания [Там же, с. 41–42].

Как бы ни настаивал И. П. Магай на нынешней демократизации эссе, на том, что с него «снят налет элитарности», жанр этот остается произведением камерным, для избранных или для избравших того или иного автора эссе своим собеседником,

и который в угоду вкусам публики не станет переводить «Шекспира на одесский». Даже если аудитория не в теме, не имеет понятия, что такое катарсис и чем отличается марксизм от протестантской этики.

Стремясь обрести собственный, а не заимствованный у других муз словарь, кино обходилось картинками, как Параджанов, или пейзажами, как Антониони. Сюжет вернулся на большой экран, когда появились новые мастера большой, ветвистой, катарсической драматургии: Кесьлевский, фон Триер, Тарантино [Генис, 2020б, с. 209].

В концептуальных рамках современной культуры работа — будь то протестантская этика или марксистская мистерия труда — высшая ценность. Мы — то, что мы делаем, и ценны, пока мы это делаем. Но это — лишь один из возможных подходов. Сократ точно бы не согласился с тем, что призвание человека исчерпывает его профессия [Там же, с. 147].

Как в свое время основоположник жанра Мишель Монтень не адресовал свои «Опыты» «простым французам» [Монтень], так и публицисты «Новой газеты», в частности Александр Генис, доверяя интеллекту своего читателя, не упрощают мысль и не снижают философскую планку меседжа. Персональная рубрика в газете — это право на особое мнение, яркую авторскую индивидуальность самопрезентации и на особый тип общения с читателем.

Амиров В. М., Шепеткина Ю. М. Конструирование образа героя в синтетическом жанре портретного репортажа // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2018. Т. 24, № 3 (177). С. 39–46.

Генис А. А. Канон Миядзаки // Новая газета. 2020а. 25 дек. С. 28–29.

Генис А. А. Кожа времени. Книга перемен. М., 2020б. 508 с.

Генис А. А. Пепельница. Как писать эссе // Новая газета. 2018. 22 июня. С. 17.

Каган М. С. Эстетика как философская наука. СПб., 1997. 544 с.

Лепский Ю. Медленное чтение в эпоху быстрой жизни // Российская газета. 2020. 29 янв. С. 12.

Лозовский Б. Н. Журналистика и средства массовой информации : краткий словарь. Екатеринбург, 2007. 288 с.

Магай И. П., Лукина А. В. Эссе в журналистике // Современная пресса: теория и опыт исследования. М., 2007. С. 140–152.

Магай И. П. Эссеистика против публицистики: новая тенденция российской прессы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2013. № 6. С. 89–106. URL: <https://rucont.ru/efd/378897> (дата обращения: 24.12.2020).

Майданова Л. М., Калганова С. О. Практическая стилистика жанров СМИ. Екатеринбург, 2006. 336 с.

Монтень М. Об искусстве жить достойно : филос. очерки / сост. и автор предисл. А. В. Гулыга, Л. Н. Пажитнов. М., 1973. 206 с.

Статья поступила в редакцию 12.01.2021 г.

ТРАНСВЕРСАЛЬНОСТЬ КАНАЛОВ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ В ЦИФРОВОМ ИСКУССТВЕ (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА *PETSCOP*)*

В статье рассматривается расширение классических форматов искусства в контексте развития цифрового искусства. На примере YouTube-канала *Petscop* анализируется проблема трансверсальности (термин Ф. Гваттари и Ж. Делеза) информации в современной коммуникации. Условие трансверсальности позволяет маркировать возможные сдвиги в понимании, восприятии и интерпретации информации в современном дискурсе.

К л ю ч е в ы е с л о в а: медиаэстетика; цифровое искусство; трансверсальность; ризома; *Petscop*; летсплей; мультимодальность

В условиях изменившейся архитектуры сознания, связанной с переходом в информационную эпоху и повсеместным развитием интернета, появилась потребность в поиске новых форматов репрезентации информации, отражающей нелинейность нового мышления. В рамках философского подхода истоки идеи о нелинейности современного мышления можно найти в теории динамических систем И. Пригожина и И. Стенгерс: «Динамические системы подразделяются на устойчивые и неустойчивые. Маятник без трения устойчив: слабые возмущения оказывают малое воздействие на его движение, но для очень широкого класса (в действительности — для подавляющего большинства) динамических систем слабые возмущения усиливаются. В некотором смысле крайним случаем неустойчивых систем являются “хаотические системы”, для которых описание в терминах траекторий становится недостаточным, поскольку траектории, первоначально сколь угодно близкие, со временем экспоненциально расходятся» [Пригожин, Стенгерс, с. 8]. Введение в оборот мысли понятия динамических или хаотических систем приводит к отказу или, по крайней мере, редуцированию привычной вертикальной иерархии сознания, восприятия информации по уже интегрированным в коммуникационные практики каналам передачи информации.

На уровне культуры подготовкой к смене парадигмы каналов восприятия могло послужить развитие гик-культуры как сообщества обладателей узкоспециализированного знания [Ito, Baumer, Bittanti et al.]. Растущая популярность аналитических каналов на YouTube, которые в основном и порождены гиками из различных сфер, показывает, что аудитория больше интересуется процессом отражения классических форматов арт-продуктов, нежели погружением в них. Подобный процесс близок к тому, что Бертольд Брехт определял как «эффект отчуждения» [Брехт], но не копирует его в точности. Возникает ситуация, когда классические форматы

* Исследование выполнено за счет гранта РНФ, проект № 18-18-00007 «Медиаэстетический компонент современной коммуникации».

МЕДВЕДЕВА Арина Ринатовна — ассистент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета (e-mail: arinamka@gmail.com).

© Медведева А. Р., 2021

искусства — кино, литература, музыка — стали слишком интегрированы в массовое сознание как формулы самого формата искусства. Искусство из сакральной сферы (а значит, недоступной повседневному пониманию) уходит в сферу опосредованную, доступную, повседневную. Гипотетически такая ситуация может выглядеть как «смерть искусства», хоть нам представляется, что подобная обстановка скорее связана с изменением самого формата коммуникации, а значит, и рецепции. Способы познания и репрезентации информации изменились.

Сами произведения искусства стали «кодом» (что соотносится с оцифровкой информации). Аудитория пытается расшифровать произведения искусства, а не быть частью воображаемого мира. Но то, что было частью мышления элитарной культуры в XX в., в настоящее время является частью массовой культуры. Можно предположить, что от проблемы «смерть искусства» мы переходим к проблеме «смерти эмоций» (или, по крайней мере, их угасания), однако технически мы можем обозначить лишь переход от эмоций телесных к эмоциям интеллектуальным. Такое понимание эмоций было предложено в работе кибернетика М. Минского: «Эмоциональные состояния не особенно отличаются от процессов, которые мы называем “мышлением”; эмоции — это определенный образ мысли, который мы используем, чтобы увеличить наш творческий потенциал» [Minsky, p. 13]. То есть само понимание эмоций невозможно ограничивать крупными массивами злости, грусти, радости, страха. Есть и более сложные комплексные эмоции, не связанные с телесными реакциями. Например, к таковым можно отнести радость нахождения истины (схожую эмоцию можно обнаружить при развязке детектива).

Как отмечает М. В. Загидуллина, «...усталость от языка как раз во многом есть следствие “медленности” (вызов брошен со стороны растущих скоростей и вообще перемещения скорости из физических категорий в категории ценностные). Логика коммуникации должна предписывать медиуму ускорение. И в этом проблема языка — он крайне медленная форма фиксирования мыслей, желаний и чувств» [Загидуллина, с. 113]. Мы можем дополнить эту мысль: потребность в замедлении любого процесса возникает при непонимании этого процесса (тогда создаются условия для внутренней грамматики, структуризации). Как только процесс освоен человеческой культурой, потребность в его замедлении отпадает ввиду отсутствия перспективы поиска новых данных, факторов.

Однако повседневное эстетизирование коммуникации может сигнализировать о поиске новых форматов искусства, а значит, новых «упаковок» для передачи сообщения. Важность формата (упаковки смыслов) отмечалась, в частности, Л. Мановичем: «Кино, печатное слово, интерфейс типа “человек-компьютер” — каждая из этих традиций сформировала уникальные способы организации и репрезентации информации, соотнесения времени и пространства в опыте создания и манипуляции объектами, а также структурирования практик взаимодействия человека с ними» [Манович, с. 109]. Таким образом, современная коммуникация ищет новые форматы в повседневном, а вместе с новыми форматами — новые «формулы» впечатлений, переживаний и чувств.

Один из главных теоретиков медиаэстетики Г. Цеттл отмечал, что «кодирование (производство), а также декодирование (рецепция) сообщения в значительной

степени зависят от технических и эстетических возможностей и требований среды» [Zettle, p. 12]. Цифровое искусство, функционирующее не в стабильном материальном пространстве, а в бесперебойном потоке информации, отличается от аналогового искусства именно способом «кодирования» информации [Пол; Bolter, Gromala; Manovich; Paul]. Основной особенностью становится мульти-модальность информации: «В цифровую эпоху понятие “бестелесности” применимо не только к нашему физическому телу, но и к представлениям об объекте и материальности в более общем смысле. Похоже, что и сама информация в значительной степени утратила “тело”, превратившись в абстрактное “качество”, которое с легкостью переходит из одной формы материальности в другую. Хотя представление о “вещественности” информации остается спорным, можно с уверенностью сказать, что данные больше не связаны с одной определенной формой их представления» [Пол]. Переход из одной формы материальности в другую тесно связан с концепцией трансверсальности [Делёз, Гваттари, 2007] и ризомы Ж. Делеза и Ф. Гваттари [Делёз, Гваттари, 2005] именно в аспекте текучести информации, обнажения одного и того же набора данных, который путешествует по разным каналам, внешне меняясь, но внутренне оставаясь одним и тем же. Идея текучести ризомы также является одним из основополагающих принципов эстетики современной коммуникации. Трансверсальность как пересечение различных форм знания и различных полей становления субъективности является основным конструирующим принципом современной коммуникации — умножаются не смыслы, а каналы передачи информации.

Одним из ярких сигналов к трансформации эстетики стало первое художественное произведение на платформе YouTube — *Petscop* (игра для PS1, которая существует только в формате летсплея на YouTube). Сюжет самой игры спроектирован абстрактно (символизм игры кроется в деталях игрового геймплея, зеркальных уровнях и загадках для прохождения дальше по сюжету). Большая часть сюжета находится за пределами самой игры, подается через короткие комментарии Пола (летсплеера, т. е. человека, который снимает видеозаписи в жанре летсплея, проходит игру на камеру). Формально проект попадает под определение жанра крипипасты (страшной истории, выложенной в интернете, как правило, имитирующей эффект реальности произошедшего).

Именно формат играет главную роль при подаче информации в *Petscop*. Формально, это летсплей, т. е. запись прохождения игры. Компьютерные игры сами по себе могут являться арт-объектом, хотя вопрос об отнесении данного формата к искусству остается открытым [Бычков, Маньковская; Деникин; Потапова; Сухов; Pearce; Sharp]. Некоторыми аргументами в пользу признания игр искусством считаются, например, четкая тематическая преемственность с историей западной литературы; игры разделяют эстетические цели выражения с другими признанными формами искусства; музеи и художественные программы начали включать видеоигры в свои выставки и учебные программы, поскольку игры начинают получать признание в мире искусства; подобно великим фигурам, которые, как мы ожидаем, занимают ключевые места в художественном каноне, есть дизайнеры игр, достигшие статуса авторов; как и в случае с другими

быстрорастущими формами искусства, в видеоиграх быстро растет число признанных крупных работ [Smuts].

Летсплей в отличие от игры не обладает интерактивностью. Однако благодаря уникальному сочетанию устных комментариев и визуального игрового процесса раскрываются сложные, мультимодальные, ситуативные способы создания смысла в играх; при этом если летсплей организован в формате стриминга (трансляции игры в онлайн-формате), то он может стать площадкой для обсуждения игры между зрителями и игроком, что способствует совместному принятию решений относительно прохождения игры [Потапова]. Однако в случае Petscop видео записаны заранее и выложены на канал, что является показателем определенной изоляции опыта. Условие совместного прохождения (проживания игрового опыта) сохранилось, только не через привычный канал «прохождения игры», а через трансформировавшийся канал «расшифровки и просмотра записи игры». Формат получения информации изменился.

В связи с изменением формата меняются и составляющие части нарратива. Летсплеер (игрок, выкладывающий свое прохождение игры; в рамках проекта Petscop его зовут Пол) становится повествователем, а не интерпретатором событий. Соответственно игра — это уже не отдельно существующее художественное произведение, а лишь один из уровней восприятия феномена Petscop. Происходит расщепление стандартных нарративных структур по разным модусам и уровням функционирования (крипипаста — летсплей — игра для PS1). Такое расщепление необходимо для иллюстрации идеи текучести информации, ее многогранности, способности к перекодировке. Эта идея транслируется не столько сюжетом, сколько кодом самого произведения. Сюжет большей частью выстроен теориями-догадками фанатов.

Вокруг летсплея формируется сообщество дешифровщиков (теоретиков на YouTube и Reddit). На примере данной крипипасты можно наблюдать рационализацию художественного произведения с целью создания *эстетического кода*, который требует от реципиентов его расшифровки, а не иммерсивного погружения в художественное пространство. Таким образом, поиск эмоций уходит в сферу когнитивных способностей.

Такую эстетику можно назвать кодовой, и она символизирует сам сдвиг в понимании того, как теперь может быть организовано произведение. Возможные причины появления такой эстетики связаны с развитием искусственного интеллекта. На данный момент для искусственного интеллекта создание произведения искусства подобно компиляции. Он не способен концепировать смыслы в привычном для нас понимании. Скорее, он собирает все те отрезки, что ему предоставили, и организовывает их вместе (путем случайного выбора или выбора на основе частотности, релевантности и т. п.). Данный подход не лишен своей внутренней (механистической) логики, и именно на ее поиск направлено современное цифровое искусство. Важен не конечный продукт производства, а сам процесс производства и канал его транслирования. Формат важнее смысла в современной коммуникации именно потому, что смыслов стало слишком много.

- Брехт Б.* Теория эпического театра // Брехт Б. Театр: Пьесы. Статьи. Высказывания : в 5 т. М., 1965. Т. 5/2. URL: http://lib.ru/INPROZ/BREHT/breht5_2_1.txt (дата обращения: 25.12.2020).
- Бычков В. В., Маньковская Н. Б.* Виртуальная реальность как феномен современного искусства // Эстетика: Вчера. Сегодня. Всегда. 2006. № 2. С. 32–60.
- Делёз Ж., Гваттари Ф.* Анти-Эдип. Ч. 4 : Введение в шизоанализ (фрагмент) / пер. Д. Краlechкина // Русский журнал. 2007. 20 июля. URL: <http://www.russ.ru/pole/Vvedenie-v-shizoanaliz> (дата обращения: 28.12.2020).
- Делёз Ж., Гваттари Ф.* Ризома // Делёз Ж., Гваттари Ф. Тысяча плато : [онлайн-альманах «Восток»]. 2005. URL: https://web.archive.org/web/20180929012423/http://www.situation.ru/app/j_art_1023.htm (дата обращения: 30.12.2020).
- Деникин А. А.* Могут ли видеоигры быть искусством? // Международный журнал исследований культуры. 2013. № 2 (11). С. 90–96.
- Загидуллина М. В.* Панмедиатизация: закат вербальной коммуникации. Челябинск, 2019. 225 с.
- Манович Л.* Язык новых медиа. М., 2018. 400 с.
- Пол К.* Цифровое искусство. М., 2017. 210 с.
- Потапова О. С.* Компьютерная игра в пространстве культуры // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2010. № 4. С. 349–353.
- Пригожин И., Стенгерс И.* Время. Хаос. Квант. М., 1994. 266 с.
- Сухов А. А.* Компьютерные игры и искусство (к постановке проблемы) // Границы искусства и территории культуры. Екатеринбург, 2013. С. 247–260.
- Bolter J. D., Gromala D.* Windows and mirrors. Interaction Design, Digital Art, and the Myth of Transparency. Cambridge, 2003. 194 p.
- Burwell C., Miller T.* Let's Play: Exploring literacy practices in an emerging videogame paratext // E-Learning and Digital Media, 2016. Vol. 13, № 3–4. P. 109–125.
- Ito M., Baumer S., Bittanti M. et al.* Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media. Cambridge, 2019. 441 p.
- Manovich L.* Data science and digital art history // International Journal for Digital Art History. 2015. № 1. P. 13–35.
- Minsky M.* The emotion machine: Commonsense thinking, artificial intelligence, and the future of the human mind. N. Y., 2007. 400 p.
- Paul C.* New media in the white cube and beyond: Curatorial models for digital art // Leonardo Reviews Quarterly. 2008. Vol. 1, № 2010.
- Pearce C.* Games as art: The aesthetics of play // Visible Language. 2006. Vol. 40, № 1.
- Sharp J.* Works of game: On the aesthetics of games and art. Mit Press, 2015. 160 p.
- Smuts A.* Are Video Games Art? // Contemporary Aesthetics. 2005. Vol. 3, № 1. URL: https://digitalcommons.risd.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1043&context=liberalarts_contempaesthetics (accessed: 30.12.2020).
- Zettle H.* Applied Media Aesthetics: Sight Sound Motion. 6th ed. Wadsworth Cengage Learning, 2011. 461 p.

Статья поступила в редакцию 06.01.2021 г.

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.009

УДК 004.032.6 : 070.15 + 316.752-053.81 + 316.356.2-053.81

М. М. Друкер**Г. В. Яновская**

МЕДИАМЕМЫ КАК СПОСОБ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

В статье исследуются статичные изображения с лаконичным текстом (медиаемы) как наиболее продуктивная форма для трансляции ценностных ориентиров молодежной аудитории в социальных медиа. Формулируется определение понятия «медиаем» и выявляется его внутреннее устройство (смысловый аттрактор, ценностно-смысловое ядро и др.). На примере серии медиаемов, посвященных теме брака, семьи и семейных отношений, определяются механизмы деструкции традиционных ценностей в социальных медиа.

Ключевые слова: медиаем; социальные медиа; ценностные ориентиры; антиценности

Изменению поведения человека всегда предшествует растянутая во времени и первоначально незаметная трансформация системы ценностей, первой фазой которой является смена ценностных ориентиров. В отличие от доцифровой эпохи сегодня этот процесс происходит в социальных медиа, являющихся активными площадками как для передачи информации, так и для формирования ценностных моделей и ориентиров. Как отмечают исследователи, «...социальные сети позволяют влиять на человека через текстовую информацию, иллюстративные и фотоматериалы, видеоконтент и аудиодорожки. Полный охват потоков информации может дать, например, социальная сеть “ВКонтакте”» [Амзин]. По данным мониторинга социальных медиа, ежемесячный охват аудитории «ВКонтакте» в 2020 г. составил в среднем 73–74 млн человек, число пользователей увеличилось на 5–8 % по сравнению с 2019 г. Из них около 42–43 млн посещали платформу ежедневно [Аудитория шести крупнейших соцсетей...; Mediascope Web-Index].

Вместе с тем, согласно выводам участников форума «Цифровая гигиена. Молодежь в сети», социальные медиа не только загрязнены информационным мусором, но и заражены деструктивным контентом, опасным для жизни и психического здоровья детей и подростков. В социальном пространстве рунета в деструктивные течения вовлечено 7 млн подростков, «каждый третий подросток находится в обработке у профессиональных манипуляторов, которые разрушают базовые ценности и раскачивают его на деструктивные действия в реальной жизни» [Касперская].

ДРУКЕР Мальвина Михайловна — старший преподаватель Института гуманитарных наук Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта, г. Калининград (e-mail: malvinavinete@mail.ru).

ЯНОВСКАЯ Галина Владимировна — кандидат филологических наук, внештатный аналитик Центра коммуникационных и мультимедийных технологий «Медиапарк», г. Калининград (e-mail: yanovskaya68@mail.ru).

© Друкер М. М., Яновская Г. В., 2021

Учитывая общемировую социокультурную тенденцию к визуальному повороту [Визуальный поворот...; Симакова, Топчий, с. 197–205] и привычку молодого поколения производить и потреблять гранулированный визуальный контент, полагаем, что наиболее продуктивной формой для трансляции ценностных ориентиров молодежной аудитории являются креолизованные произведения — статичные изображения с лаконичным текстом (медиаемы). Статичные визуальные образы и сопровождающий их короткий текст, акцентирующий смысловое ядро креолизованного высказывания, обладают свойством сохраняться в памяти достаточно долго, а значит, способны оказывать длительное эмоционально-интеллектуальное воздействие на реципиента.

Интернет-мем как феномен современной культуры исследован достаточно хорошо: разработан ряд дефиниций [Докинз; Менегетти; Рашкофф], определены виды и функции [Марченко Н. Г.; Марченко Т. В.], выявлены положительные и отрицательные эффекты воздействия на аудиторию [Дементьева; Зиновьева; Кронгауз], предприняты и попытки произвести деконструкцию интернет-мема [Кронгауз, Тихомирова]. Однако при кажущейся изученности данного феномена наукой еще не выработано общепринятое определение медиаема, не выявлено его внутреннее устройство и не определены механизмы воздействия смысловой структуры медиаема на трансформацию ценностных ориентиров реципиентов. Мы суммировали научные изыскания и определили значение основного понятия. *Медиаем — вирусный медийный продукт, предназначенный для распространения в социальных медиа, состоящий из одного или нескольких изображений и лаконичного текста, в комплексе образующих самодостраивающееся смысловое ядро социокультурной информации.* К свойствам медиаема относятся:

- узнаваемость (прецедентность),
- ситуативность (локализованность),
- лаконичность,
- драматичность или карнавальность,
- коллажность (фрагментарность),
- контекстуальность (ассоциативность),
- архетипичность,
- эмоциональность,
- вирусность.

Такие особенности мемов, как упрощенная интерпретация проблемы, разговорный стиль речи, лаконизм, ироничность способствуют тому, что их потребление происходит автоматически, без надлежащей критики. В силу этих качеств медиаем является источником стереотипной реакции, поскольку в нем уже содержится конкретная идея или эмоция. Необходимый автору эффект восприятия достигается с помощью вирусных свойств ценностно-смыслового ядра: смыслового аттрактора («крючка») в виде комического несоответствия; распределения смыслопорождающих фрагментов по разным семиотическим системам (изображение, текст); смещения смыслового центра в сторону акцентированных деталей изображения и/или текста; самодостраивания смыслов уже в сознании реципиента. Аттрактор эксплуатирует свойство сознания обращать внимание на какое-либо несоответствие, поэтому

конструируется по принципу «необычное в обычном»: как правило, раздражителем служит неожиданность, нелепость, глупость, парадокс или пародия. В качестве смыслового «крючка» может выступать как изображение, так и текст. Смысловая нагрузка обычно распределяется между ними в неравной пропорции: слабость одного компонента компенсируется силой другого и формирует единое высказывание со встроенным вектором интерпретации реципиентом целостного смысла.

Многими учеными подчеркивается ценностно-формирующая функция медиамема: 1) мем, создающий четкий образ в сознании человека, способен управлять и его ценностными ориентациями, подсказывая в жизненных ситуациях готовые модели поведения и стереотипы [Дементьева, с. 264]; 2) интернет-мем служит ярким индикатором как надындивидуальных, так и индивидуальных мировоззренческих ценностей, регулирующих деятельность индивида [Марченко Т. В., с. 217]; 3) мемы – это легкий способ ассоциировать себя с какой-либо системой ценностей [«Мемы – это легкий способ...»]. Опираясь на работы исследователей [Баева, 2018 а,б; Ситаров], выведем рабочее определение понятия «ценности». *Ценности – сложившиеся в процессе культурно-исторического развития общества устойчивые вневременные категории и преходящие понятия, обладающие высшей значимостью при регулировании всех сфер жизнедеятельности общества и личности и определяющие высшие цели развития как стремление к благу, идеалу и совершенству, а также средства достижения этих целей. Ценности отражаются в сознании человека в форме ценностных ориентиров.*

Воздействие медиамема основано на механизме убеждения, первым этапом которого является вытеснение из сознания реципиента традиционной ценности путем ее дискредитации и обесценивания, а вторым – замещение образовавшейся пустоты встроенной в смысловое ядро антиценностью. Ироничный подтекст медиамема, отключая механизмы критического мышления реципиента, позволяет быстро выразить скептическое отношение к традиционным ценностям, подвергнуть их коррозии и последующей замене. Обязательным условием усвоения антиценности является ее повторение в других медиамемах, распространяемых с разными временными интервалами и образующих в совокупности тематическую группу на похожей образно-смысловой основе. Схематично этот процесс представлен на рис. 1.

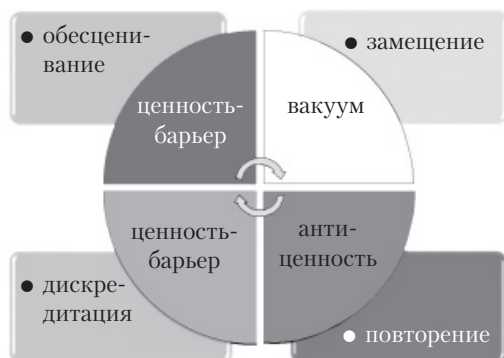


Рис. 1. Механизм трансформации ценностей в антиценности

Эмпирическим материалом исследования стали 4950 статичных медиаемов, размещенных в социальной сети «ВКонтакте» с 2018 по 2020 г. В результате анализа визуального контента удалось установить, что основными целями создания и распространения медиаемов являются разрушение, формирование или закрепление стереотипов; создание установок; переоценка ценностных ориентиров и моделей поведения; оценка актуальной информационной повестки и формирование трендов.

Для достижения цели автором разрабатывается основной компонент медиаема (аттрактор), в качестве которого выступают *узнаваемые* информационные события, типичные бытовые ситуации и артефакты:

- сюжеты популярных фильмов, мультфильмов, игр;
- литературные произведения;
- произведения искусства (музыка и живопись);
- исторические сюжеты и образы;
- образы героев и персонажей;
- символы;
- устоявшиеся стереотипы (социальные, культурные, национальные, этнические);
- рекламные продукты.

В исследованной нами выборке деструкции подвергаются следующие ценности: здоровый образ жизни; брак, семья, дети; добрые поступки; город как малая родина и среда обитания; служение Отечеству; справедливость и равенство; мечты о будущем; ценность собственной и чужой жизни; вера. В рамках настоящей статьи остановимся на группе медиаемов, направленных на деструкцию ценности брака, семьи и семейных отношений (270 единиц за 2020 г.), размещенных в самом многочисленном сообществе социальной сети «ВКонтакте» — МДК, насчитывающем 11 645 588 подписчиков и позиционирующем себя в качестве юмористической площадки.

Целевая аудитория медиаемов этой серии — молодые люди обоих полов, еще не состоящие в браке или уже имевшие негативный опыт семейной жизни. Мишенью являются традиционные ценности — любовь, верность, долг, ответственность, защита, забота и взаимопомощь. Типичными аттракторами выступают узнаваемые персонажи, исторические образы, рекламные продукты, стереотипы, ориентированные на достижение комического эффекта и направленные на высмеивание и разрушение традиционных ценностей. Медиаемы этой серии имеют двухчастную вертикальную структуру в жанре семейной фотографии или коллажа с текстом реплик, наложенных на фигуры персонажей. В проанализированной нами выборке прослеживается единый сюжет, в котором каждый медиаем стигматизирует тот или иной этап семейной истории: от романтических взаимоотношений до рутинных домашних обязанностей. Сцены семейной жизни закрепляют стереотипные представления «типичного» мужчины и «типичной» женщины о ролевой организации семьи. Ценностно-смысловое ядро медиаема сфокусировано преимущественно на одной позиции — либо мужчины, либо женщины — и интенционально по-разному декодируется мужской и женской

аудиторией, но в итоге позволяет реципиентам обоих полов прийти к тождественному выводу и усвоить встроенную идею-антиценность.

Рассмотрим типичные примеры семейной медиаистории, опираясь на абдуктивный подход Ч. С. Пирса [Пирс], пятикодовую систему анализа Р. Барта [Барт] и модель медиаэстетического анализа визуального сообщения [Антропова, Загидуллина, Симакова]. Медиамем «Брак — порабащующее зло» (рис. 2) построен на прецедентных образах героев романа Д. Р. Р. Толкина и фильма-фэнтези «Властелин колец» — Гэндальфа и Фродо. Как отмечают исследователи, «мир сверхъестественных существ в произведениях Д. Р. Р. Толкина отличается приверженностью германо-скандинавской и отчасти кельтской мифологии» [Питина, с. 35]. Так, по этимологии имени Гэндальф — архетип мудрого и доброго волшебника, образ дарителя надежды с чертами верховного бога Одина. Фродо — персонаж, прошедший путь духовного преображения и ставший мудрым благодаря приобретенному опыту [Карпенгер; Ларрингтон; J. R. R. Tolkien's The Lord of the Rings]. В медиамеме эти герои используются как инструмент привлечения внимания. По сути, медиамем эксплуатирует доверие зрителя к архетипичным образам, выступающим и в мифах, и в фэнтези на стороне добра, для подмены аксиологических категорий добра и зла.

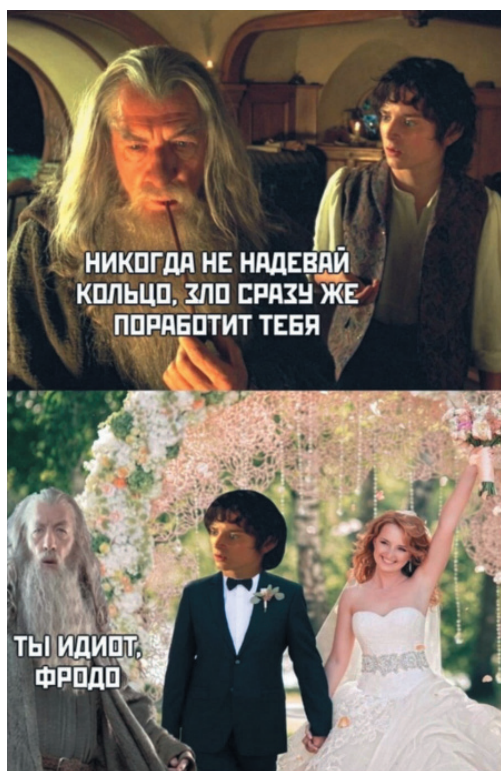


Рис. 2. Брак, семья, семейные отношения:
«Брак — порабащующее зло»

Смысловым «крючком» является несоответствие текста и контекста первой части диптиха тексту и контексту второй части: сцена разговора Гэндальфа и Фродо после передачи Кольца Всевластия на первом стоп-кадре противоречит сцене свадебной церемонии Фродо в присутствии Гэндальфа на втором коллаже. В обеих частях медиамема смысловое ядро сфокусировано на словах мудрого волшебника: «*Никогда не надевай кольцо, зло сразу же поработит тебя*» и «*Ты идиот, Фродо*». По смысловому контексту трилогии Д. Р. Р. Толкина для добрых дел Кольцом Всевластия пользоваться нельзя, так как в основе любого действия будет лежать зло, поэтому в оригинале фэнтези Гэндальф советует Фродо спрятать кольцо. В медиамеме Кольцо Всевластия подменяется свадебным кольцом при сохранении атрибутики зла, и устами доброго и мудрого волшебника с помощью просторечной, грубой лексики дается прямая оценка браку: «брак — порабащующее зло».

Внедряемая таким образом антиценность — безбрачие как условие самосохранения личности мужчины.

Медиамем «Твой мужчина все устроит» (рис. 3), содержащий актуальный инфоповод «самоизоляция», построен на несоответствии текста и контекста первого фотоизображения визуальному содержанию второго фотоколлажа. Романтическое желание героини «окунуться в атмосферу лавандовых полей Франции» и готовность героя осуществить его на первом фото вступают в противоречие с бытовой реальностью на втором фотоколлаже — «атмосферой» кухни с грязной посудой и бутылкой моющего средства «Фейри» (пер. с англ. — фея), выступающей смысловой доминантой. По сути, это противоречие — между желаемым и действительным, мечтой и реальностью в семейной жизни — носит онтологический характер. В культурном контексте прочитывается история «Золушки» наоборот.

Кроме того, в смысловое ядро встроены два явных рекламных сообщения и имплицитный антирекламный посыл: помимо прямой рекламы моющего средства, возвышенно-поэтический образ лавандовых полей локализуется как достопримечательность Франции. В качестве альтернативы отдыху предлагается домашняя работа, символом которой выступает бутылка «Фейри». Рекламная закладка с тройным назначением в комплексе формирует моду не только на конкретный продукт и туристический маршрут, но и на определенный образ жизни, повышая их ценность за счет поэтического вербального образа женской мечты. Путем самодистраивания смыслов в сознании реципиента медиамема формируются несколько стереотипов: образ жизни молодых людей — свободные отношения, путешествия за границу, наслаждение красотой природы на модных курортах Франции; удел женщины в браке — рутина домашних обязанностей; функция мужчины в семье — создание условий для выполнения женщиной домашней работы.

В ценностно-смысловое ядро медиамема «Помоги мне, не будь скотом!» (рис. 4) встроена идея противопоставления семейных ролей мужчины и женщины. Образ девушки на первом фото, моющей пол на кухне, контрастирует с образом лежащего на диване с котом мужчины на втором фото. Визуальный ряд построен на стереотипной ролевой оппозиции «женское — мужское» в семейной жизни: домашняя работа — обязанность женщины; отдых, беззаботность и гедонизм — потребности



Рис. 3. Брак, семья, семейные отношения: «Твой мужчина все устроит»

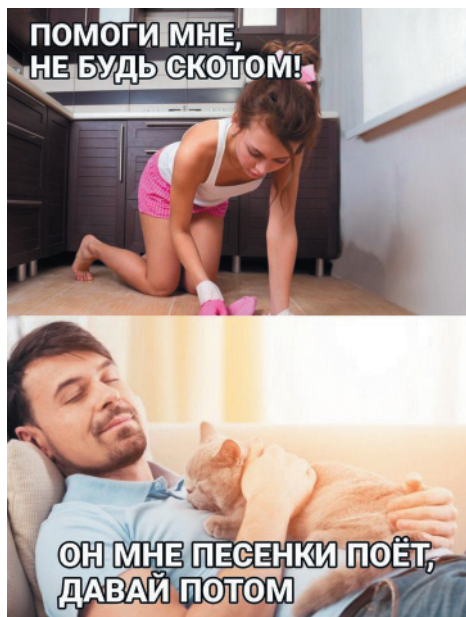


Рис. 4. Брак, семья, семейные отношения: «Помоги мне, не будь скотом!»

мужчины. Смысловой «крючок» находится в тексте усеченного диалога персонажей: «Помоги мне, не будь скотом!» — «Он мне песенки поет, давай потом». Внимание реципиента приковывает алогизм реплик персонажей — в сознании образуется смысловая лакуна, которую необходимо заполнить с помощью визуального ряда для понимания смысла медиамема.

Текст диалога основан на языковой игре и представляет собой каламбур, созданный с помощью имплицитной фонетической омонимии «*скотом* — *с котом*». Вербальное отсутствие грамматической формы «*с котом*» компенсируется изображением кота и стихотворным метром — ямбом с мужской рифмой: *скотом (с котом) — потом*. В репликах персонажей отсутствуют апеллятивы (обращение по имени) и формулы вежливости (пожалуйста, извини), естественные в коммуникативной ситуации просьбы о помощи и отказа в ней. Путем самодоистраивания смыслов

в сознании реципиента медиамема формируются негативные семейно-ролевые стереотипы:

1. Удел женщины в браке — домработница: серо-коричневые будни на кухне, беспросветная домашняя работа без надежды на помощь со стороны мужчины.

2. Жизнь мужчины в браке — отдых, гедонизм без обязанностей и ответственности.

3. Отношения в семье основаны на равнодушии и черствости со стороны мужчины и на грубости, брани, понуждении — со стороны женщины.

Особую подгруппу составляют медиамемы, изображающие взаимоотношения в семье с детьми. Семейные сцены представлены с позиции мужчины. Негативные коннотации, порождаемые в первую очередь текстом и частично визуальным рядом, распространяются и на мать семейства, и на детей. В смысловом ядре наряду с антиценностью безбрачия содержится вписанная в исторический и культурный контекст антиценность бездетности.

Так, например, медиамем «Я лучше пойду с мамонтами жить» (рис. 5), изображающий быт неандертальцев, сфокусирован на сцене семейной ссоры в присутствии ребенка.

Визуальный объектно-предметный ряд обеих частей диптиха идентичен: мужчина на корточках у погасшего костра, женщина с ребенком на руках у входа в пещеру и мальчик с охапкой хвороста в руках напротив кострища. Однако смена планов съемки позволяет автору медиамема расставить необходимые смысловые

акценты. Доминантой обоих изображений выступает текст, соотнесенный с планом съемки. В первой части это фрагмент претенциозной фразы матери семейства: *«Вообще-то я женщина и требую к себе внимания, да и добычи ты как-то мало стал приносить»*. Во второй части — мысленный ответ мужа на стереотипные претензии жены: *«Зачем мы только связались с этими самками? Я лучше пойду с мамонтами жить»*. Смысловым «крючком» является двойное противоречие — между историческими знаниями зрителя о жизни неандертальцев и визуальным рядом, с одной стороны, и между изображенной реальностью и текстом — с другой. Женщина не позаботилась о костре, мужчина не добыл еду и вместо хранительницы очага пытается разжечь костер, на котором нечего жарить, вследствие чего семья останется голодной. Вместо заботы о выживании семьи женщина требует внимания к себе и упрекает мужчину в безразличии и недостаточном обеспечении семьи.

Поскольку начало диалога отсутствует, о чем сигнализирует наречие с постфиксом (*вообще-то*), в сознании реципиента образуется смысловая лакуна, подлежащая восстановлению с учетом предметно-визуального ряда (погасший костер и отсутствие пищи). В мысленном монологе неандертальца с помощью местоимения 1 л. мн. ч. *мы* риторический вопрос распространяется на всех мужчин-самцов и женщин-самок. Индивидуальный выбор персонажа (*я лучше пойду с мамонтами жить*), по принципу транзитивности распространяемый на мужской пол, приводит реципиента к выводу: дикие животные предпочтительнее женщин, так как не предъявляют претензий и ничего не требуют.

Заголовок «Суперкомпьютер нашел причину вымирания неандертальцев» создает аллюзивный образ пикника на обочине цивилизации (неандертальцы — тупиковая ветвь антропогенеза). Синкретизм современной бытовой и специальной лексики и разговорный стиль текстовой части в целом позволяют провести аналогию с современностью. Так, формируются следующие стереотипы: с древних времен мужчины и женщины взаимно недовольны друг другом и совместной жизнью (семейная жизнь — постоянные ссоры и взаимные претензии); женщины с древних времен не хранили домашний очаг, но требовали к себе внимания и хорошего материального обеспечения со стороны мужчины; мужчины с древних времен сожалели о необходимости создавать семьи из-за возлагаемого на них бремени содержать самок и детенышей. Таким образом, формируемый ориентир

Суперкомпьютер нашел причину вымирания неандертальцев



Рис. 5. Отношения в семье с детьми

для современного мужчины — отказ от вступления в брак и продолжения рода, а для состоящего в браке — развод и уход в более комфортную среду.

Проведенное исследование позволило прийти к следующим выводам:

1. Медиамем является эффективной оболочкой для переформатирования системы ценностей. Этой цели служит внутреннее устройство медиамема (смысловой аттрактор, распределенное ценностно-смысловое ядро, комический эффект и встроенный механизм самодотраивания смыслов).

2. Основными целями создания и распространения медиамемов являются разрушение, формирование или закрепление стереотипов; создание установок; переоценка ценностных ориентиров и моделей поведения; оценка актуальной информационной повестки и формирование трендов.

3. Воздействие медиамема основано на механизме убеждения, первым этапом которого является вытеснение из сознания реципиента традиционной ценности-мишени путем ее дискредитации и обесценивания, а вторым — замещение образовавшейся пустоты встроенной в смысловое ядро антиценностью.

4. В качестве аттрактора выступают узнаваемые информационные события, типичные бытовые ситуации и артефакты (сюжеты популярных фильмов, мультфильмов, игр, произведений литературы и искусства; исторические сюжеты и образы; образы популярных героев и персонажей; символы; устоявшиеся стереотипы; рекламные продукты).

5. Необходимые автору смыслы внедряются с помощью приемов, среди которых выделяются:

- сравнение и противопоставление (казалось — оказалось, мечта и реальность);
- прецедентный текст со смещенным смысловым ядром и ассоциативным потенциалом;
- комплетивные отношения между текстом и изображением (дополненная реальность);
- языковые средства (разностилевая лексика, фонетическая омонимия, каламбур, языковая игра, рифмовка);
- логические уловки (алогизм, смысловая лакуна и др.);
- экстраполяция и ретроспекция (введение современных проблем в исторический контекст).

6. В серии медиамемов, посвященных теме брака, семьи и семейных отношений, деструкции подвергаются традиционные семейные ценности: любовь, верность, долг, ответственность, защита, забота и взаимопомощь. Их место занимают антиценности безбрачия и бездетности как условия гедонистического образа жизни.

Амзин А. А. Особенности медиапотребления. URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/osobennosti-mediapotrebleniya/> (дата обращения: 11.01.2021).

Антропова В. В., Загидуллина М. В., Симакова С. И. Визуализация в арт-коммуникациях и журналистике : учеб. пособие / под ред. С. И. Симаковой. Челябинск, 2019.

Аудитория шести крупнейших соцсетей в России в 2020 году: изучаем инсайты // ppc.world : [портал]. 2020. 31 авг. URL: <https://ppc.world/articles/auditoriya-shesti-krupneyshih-socsetey-v-rossii-v-2020-godu-izuchaem-insayty/> (дата обращения: 11.01.2021).

Баева Л. В. Социальные медиа как форма трансценденции // Вестн. Сев. (Аркт.) федер. ун-та. Сер. : Гуманитарные и социальные науки. 2018а. № 4. С. 102–110.

Баева Л. В. Экзистенциальные ценности и риски в электронной культуре // Модернизация культуры: судьба ценностей в современном мире : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. Самара, 2018б. С. 5–10.

Барт Р. S/Z. М., 2001.

Визуальный поворот в массовых коммуникациях : монография / под ред. С. И. Симаковой. Челябинск, 2017. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_34932107_10785195.pdf (дата обращения: 25.12.2020).

Дементьева К. В. Медиаем и его роль в формировании полиэтничного общества // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2018. № 53. С. 257–278.

Докинз Р. Эгоистичный ген. М., 2013.

Зиновьева Н. А. Воздействие мемов на интернет-пользователей: типология интернет-мемов // Вестн. экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 195–201.

Карпентер Х. Джон Рональд Руэл Толкин. Письма. М., 2004.

Касперская Н. И. Проблема деструктивных движений в Рунете // Цифровая гигиена. Молодежь в сети : форум. Пленарная сессия. 2019. 28 марта : [онлайн-версия]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6v87ZM7oHO8> (дата обращения: 26.12.2020).

Кронгауз М. А. Мем в русскоязычном интернете: опыт деконструкции // Русский язык и новые технологии. Школа актуальных гуманитарных исследований. М., 2014. С. 87–95.

Ларрингтон К. Скандинавские мифы: от Тора и Локи до Толкина и «Игры престолов». М., 2019.

Марченко Н. Г. Интернет-мем как хранилище культурных кодов сетевого сообщества // Казанская наука. 2013. № 1. С. 113–115.

Марченко Т. В. Интернет-мем как феномен медиакоммуникации: типологические характеристики и потенциал прецедентности // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : сб. науч. тр. Орел, 2019. С. 209–220.

«Мемы — это легкий способ ассоциировать себя с какой-либо системой ценностей». Антрополог Дэниел Миллер и социолог Полина Колозариди — о том, как в разных городах и странах по-разному пользуются интернетом // Meduza. 2018. 20 янв. URL: <https://meduza.io/feature/2018/01/20/memy-eto-legkiy-sposob-assotsiirovat-sebya-s-kakoy-libo-sistemoy-tsennostey> (дата обращения: 26.12.2020).

Менегетти А. Онтопсихология и меметика. М., 2005.

Пирс Ч. С. Избранные философские произведения. М., 2000.

Питина С. А. Концепты мифологического мышления как составляющая концептосферы национальной картины мира. Челябинск, 2002.

Рашикофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на наше сознание. М., 2003.

Симакова С. И., Топчий И. В. Визуализация медиапространства в контексте сохранения гуманистических ценностей // Вопросы литературы и журналистики в контексте сохранения гуманистических ценностей : монография / под ред. М. В. Загидуллиной, С. И. Симаковой. Челябинск, 2019. С. 197–205.

Ситаров В. А. Ценностные ориентиры в воспитании современной молодежи // Знание. Понимание. Умение. 2018. № 1. С. 47–57.

Тихомирова М. С. Переключения кодов в интернет-мемах как проявление лингвокреативности // Вестн. Череповец. гос. ун-та. 2017. № 5. С. 148–153.

J. R. R. Tolkien's The Lord of the Rings / edited and with an introduction by Harold Bloom. An imprint of Infobase Publishing, 2008.

Mediascope Web-Index. URL: <https://webindex.mediascope.net/report?byGeo=2&byDevice=3&byDevice=1&byDevice=2&byMonth=202005&id=16571> (accessed: 11.01.2021).

Статья поступила в редакцию 05.01.2021 г.

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.010
УДК 070.1:004.032.6 + 070.431.5:004.032.6 +
+ 82-92 + 321(73) + 32.019.5

Д. Э. Коноплев

«ТРАМП НАШ» В МЕДИАДИСКУРСЕ РОССИЙСКИХ СМИ: ОПЫТ ЛЕКСИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

В статье на массиве из 10 128 публикаций прослеживается процесс трансформации в СМИ лексической конструкции «Трамп наш» от формы самовнушения до способа выражения языковой агрессии. Рассматриваются три этапа присутствия темы Трампа в публикациях российских СМИ с 2016 по 2020 г. Влияние лексической конструкции «Трамп наш» на общественное мнение показано в связи с изменением частотности ее употребления и контекста, в рамках которого она присутствует.

К л ю ч е в ы е с л о в а: Трамп; массовая коммуникация; журналистский текст; экономический дискурс

Постановка проблемы

«Избрание Дональда Трампа 45-м президентом США было чем-то вроде полного сюрприза, а для многих — колоссальным шоком», — отмечает Кен Уилбер, указывая, что «отклики на это изумление, исходившие фактически от всех цветов политического спектра, в большинстве своем были крайними, громогласными и интенсивными» [Уилбер, с. 8].

Столь же ярко образ Трампа проявляется и в экономической повестке российских средств массовой информации, где закрепляется в том числе в виде лексической конструкции «Трамп наш». Активное применение данной конструкции, ее использование в качестве экономического аргумента в журналистских текстах и последующее закрепление в экономическом мышлении ставят нас перед необходимостью определить как ее функциональное назначение, так и степень влияния на экономические процессы.

В данной статье мы предлагаем рассматривать конструкцию «Трамп наш» как окказионализм, не столько реализующий практический сценарий с явным экономическим подтекстом, сколько формулирующий контекст веры и ожидания, в основном иррационального свойства.

Такого рода окказионализмы Сталь [Staal, p. 191–197] описывает как структурированные мыслительные конструкции, отличающиеся, во-первых, строгим порядком элементов, который не может быть изменен, во-вторых, воспроизводимостью этих элементов в неизменной форме и, в-третьих, использованием в контексте ритуальных духовных практик в качестве инструмента воздействия на сознание.

КОНОПЛЕВ Дмитрий Эдуардович — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета (e-mail: dmitrijkonoplev@yandex.ru).

© Коноплев Д. Э., 2021

Другими словами, подобные лексические конструкции выступают «вербальным инструментом» внушения [Zimmer, p. 72–73] в том или ином дискурсе.

Лексическая конструкция «Трамп наш» формально удовлетворяет всем указанным требованиям: воспроизводится в российском медиадискурсе в неизменной форме, отличается регулярной повторяемостью, логика включения ее в текст указывает на присутствие фактора ожидаемого эффекта — изменения состояния сознания читателя. В то же время лексическая конструкция «Трамп наш» отличается смысловой подвижностью: ход дискурсивных практик оказывает на нее заметное влияние. Сохраняя свою форму, лексическое наполнение конструкции меняется сообразно с тем, какие этапы проходит восприятие Трампа в российских средствах массовой информации. Их можно условно обозначить как этап любви, этап надежды и этап агрессии.

В данной статье мы ставим перед собой задачу проследить вышеобозначенные этапы трансформации конструкции «Трамп наш» в медиадискурсе российских СМИ и выявить причины, вызвавшие эту трансформацию.

Выборка и методология

Для выявления особенностей лексической конструкции «Трамп наш» в российских средствах массовой информации мы рассмотрели массив публикаций в российских периодических изданиях с 9 ноября 2016 г. по 14 декабря 2020 г. В выборку вошли следующие СМИ и информагентства: «Аргументы и факты», «Аргументы недели», «Ведомости», «Звезда», «Известия», «Интерфакс», «Коммерсант», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Новая газета», НТВ, «Огонек», РБК, «Собеседник», ТАСС, «Труд», «Эксперт», «Gazeta.ru», «Lenta.ru», «Life.ru», «Vesti.ru».

В указанных изданиях были выбраны 10 128 публикаций, посвященных экономической тематике, в которых присутствует образ Трампа, в том числе в виде лексической конструкции «Трамп наш».

Замеры проводились по базам электронных библиотек СМИ: East View Information Services Online Database (<http://online.eastview.com>) и Polpred (<https://polpred.com>).

Для каждого текста с помощью методики контент-анализа (осуществлялась средствами Wordstat и QDA Miner) определялась группа биграмм, триграмм и 4-грамм, ключевым словом в которых является фамилия американского президента.

В перечень замеряемых единиц контент-анализа вошли: биграммы «Трамп + наш», «Трамп + надежда», «Трамп + Путин», «Трамп + русский»; триграммы «Трамп + наш + взаимопонимание», «Трамп + наш + надежда», «Трамп + Путин + надежда», «Трамп + наш + русский», «Трамп + отмена + санкций», 4-грамма «Трамп + наш + отмена + санкций».

После получения результатов контент-анализа с помощью программной среды Vaal проводился фоносемантический анализ текстов. На данном этапе критериями категоризации публикаций являлись: 1) положительный/отрицательный

эмоциональный посыл; 2) психоаналитическая символика (мотивы развития, преодоления трудностей, умирания, угасания, потери надежды и т. д.).

Трамп как любовь

Одной из первых публикаций, внесших в российский медиадискурс лексическую конструкцию «Трамп наш», стал одноименный материал Романа Голованова для «Комсомольской правды», опубликованный сразу после избрания Трампа — 9 ноября 2016 г. В статье автор размышляет о перспективах позитивного влияния американского президента на Россию, вынося в подзаголовок слова уверенности в том, что «новый президент США — хороший бизнесмен, он не будет тратить деньги на революцию в России».

Воспроизведение конструкции «Трамп наш» при этом становится частью дискурсивной практики через позитивные отклики российских политиков и общественных деятелей на избрание нового американского президента, активно освещаемые в СМИ. При этом часть публикаций выходят с прослеживаемым ироничным подтекстом, например, с такими заголовками, как «Жириновский отметил победу Трампа 132 бутылками шампанского» (материал Андрея Григорьева для издания Life от 9 ноября 2016 г.) или «Симоньян пообещала повесить флаг США в окне машины в честь победы Трампа» (редакционный материал издания Gazeta.ru от 9 ноября 2016 г.). Как отмечают А. Арбатов и Н. Арбатова [Арбатов, Арбатова, с. 160], появление Трампа в разных дискурсах не случайно и связано с тем, что Трамп «отражает глубокие перемены в жизни многих стран», несмотря на то, что, по словам М. Волфа, «администрация Трампа сделала враждебное отношение к прессе практически своей установкой» [Волф, с. 10]. Как отдельный фактор выступает и «коммуникативный профиль» [Ahmadian, Azarshahi, Paulhus, p. 49–50] Трампа: та или иная трактовка его слов позволяет вписать нужные цитаты в требуемый дискурс.

Примечательно, что лексическая конструкция «Трамп наш», повторение которой должно привести произносящего ее к желанному эффекту, разворачивается в текстах, посвященных экономической тематике, с нарастающей скоростью. Если в первую неделю после избрания американского президента в российских СМИ выходит 39 публикаций с заверениями, что «Трамп наш», то в первую декаду декабря 2016 г. таких материалов уже в 5,8 раз больше — 227. Лексическая конструкция употребляется в публикациях СМИ как простая двухкомпонентная биграмма — «Трамп + наш». К декабрю 2016 г. совместно с ней в периодической прессе появляется триграмма «Трамп + наш + взаимопонимание» и 4-грамма «Трамп + наш + отмена + санкций».

Если судить по частотности употребления обозначенных *n*-грамм, менее чем за два месяца в российском медиадискурсе формируется ассоциация между образом нового американского президента и экономическими перспективами России, которая преодолеет трудности и завершит затянувшийся конфликт с Западом.

Первая эмоциональная реакция, с которой конструкция «Трамп наш» входит в медиадискурс, на лингвистическом уровне приобретает вполне осязаемые

черты — множество эпитетов, перифразов, сравнений нового американского президента (в том числе с предыдущим и не в пользу предшественника). Авторы текстов, где присутствует указанная конструкция, называют Трампа «нашим парнем», «хозяином Белого дома», «надежным партнером» и «союзником в борьбе с терроризмом».

При этом, согласно опросу Левада-центра в ноябре 2016 г., о симпатии к Трампу заявляли около 60 % россиян, отмечая, что он «более дружелюбно относится к России». В позитивное влияние Трампа на российскую экономику в ноябре 2016 г. верили 54 % респондентов. Их число несколько сократилось к январю 2017 г., составив 46 % от общего числа опрошенных (1600 совершеннолетних россиян в 137 населенных пунктах в 48 регионах России). В то же время, например, в исследовании Дж. Комаи фиксируется всплеск упоминаемости Трампа в российских СМИ [Comai].

Формирование в рамках медиадискурса в значительной степени абсурдного образа Трампа как «избавителя» России от ее экономических проблем отчасти связано и с внесением в повестку медиа многочисленных экспертных оценок, подаваемых или как комментарии к информационным поводам с участием Трампа, или как самостоятельные интервью.

Примечательно, что корпус экспертных оценок в целом дублирует содержание публикаций, вовсе обходящихся без мнений экспертов. Таким образом, смысловой потребности в подобных оценках нет — одного произнесения лексической конструкции «Трамп наш» на данном этапе пока достаточно.

Между тем контент-анализ подобных публикаций показывает, что сама конструкция «Трамп наш» никогда не присутствует в прямой речи экспертов, фигурируя в вопросах, задаваемых журналистами, либо в их формулировках, но в неявной, опосредованной форме («Приведет ли избрание Трампа к укреплению рубля?», «Остановит ли Трамп санкционную войну?» и т. д.).

Большей свободой высказываний в данном случае отличаются российские политики и общественные деятели, не выступающие в качестве экспертов для медиа, но присутствующие в дискурсе информационного пространства как триггеры экономической новостной повестки. В определенной степени они и задают ракурс восприятия лексической конструкции «Трамп наш», меняя свое отношение к нему. Если на начальном этапе появления конструкции в экономических материалах (ноябрь 2016 г.) их отношение ярко эмоциональное, восторженное и отличается оптимизмом, то в дальнейшем оно проходит заметную трансформацию, отражающуюся на дискурсивной практике в целом.

Во многом репрезентация лексической конструкции «Трамп наш» в СМИ — это зеркальная реакция на произнесение этой же конструкции публичными персонами. Между первоисточником и дискурсивным отражением присутствует хорошо заметный временной лаг — период, за который медиа еще не успевают подхватить новое настроение публичных спикеров. Это не представляет никакой проблемы, если настроение спикеров стабильно на протяжении длительного времени, однако в том случае, если оно меняется (например, в связи с ухудшением экономических условий), происходит смещение реакции. Другими словами, когда

отношение к Трампу в экономическом дискурсе изменилось, а медиадискурс все еще следует прежнему курсу (лексическая конструкция воспроизводится), происходит наложение нескольких подходов, которое можно воспринимать и как отделение медийной повестки от экономической, и как последовательный процесс накопления дискурсивных практик. В момент, когда накапливается массив публичных высказываний с определенной эмоциональной и лексической заданностью по поводу роли Трампа в российской экономике (например, в виде реакции на вновь вводимые пакеты санкций), происходит соответствующий смысловой переход.

В российском медиадискурсе первым переходом такого рода стало смещение акцентов от восторга (этап любви к Трампу) к ожиданию (этап надежды на Трампа).

Трамп как надежда

Фоносемантический анализ материалов выборки, в которых присутствует лексическая конструкция «Трамп наш», показывает, что с февраля 2017 г. в медиадискурсе происходят заметные перемены — ярко окрашенных эмоциональных высказываний с мотивами развития, возрождения и преодоления экономических проблем становится меньше, совместно с фамилией американского президента почти перестают употребляться эпитеты и сравнения. Связанным с Трампом понятием становится термин «надежда», употребляемый как совместно с фамилией президента (биграмма Трамп + надежда), так и в конструкциях, где надежду выражает кто-то другой (конструкции в виде: «выразил надежду на»).

Впервые надежды на Трампа появляются в публикациях на экономическую тематику в связи с апелляцией изданий к авторитетам — цитируемым публичным персонам. Так, например, в сюжете канала НТВ от 9 ноября 2016 г. автор отмечает: «Спикер нижней палаты парламента Вячеслав Володин выразил надежду на то, что после прихода Трампа в Белый дом диалог РФ и США станет более конструктивным». Элемент надежды в рамках биграммы «Трамп наш» получает активное развитие и воплощение в медиадискурсе в период с февраля по апрель 2017 г. — как только из повестки российских периодических изданий уходят лингво-стилистические формы выражения любви к американскому политику (прослеживаются после 15 февраля 2017 г.).

Для сравнения: если с 9 ноября 2016 г. по 31 декабря 2016 г. употребление в одном контексте фамилии Трамп и слова «надежда» встречается 701 раз, то за аналогичный период времени в 2017 г. (февраль и март) Трамп в контексте надежды возникает уже 1212 раз, а за весь указанный период (февраль 2017 г. — апрель 2017 г.) таких публикаций насчитывается 2501.

В целом период надежды на Трампа в экономических публикациях характеризуется достаточной сдержанностью и фактологичностью. Большинство публикаций, в которых выражаются надежды на Трампа, обладают схожей композиционной и стилистической структурой и выстроены по принципу новости или расширенного комментария.

Стиль изложения сухой, намеренно неэмоциональный, описание события лишено деталей и символического контекста, который присутствовал в медиадискурсе на предыдущем этапе.

Почти все публикации на этом этапе выходят единообразными, вне зависимости от издания, где они появились, похожи даже их заголовки: «Владимир Путин в телеграмме выразил надежду на конструктивный диалог с Трампом» (Интерфакс), «Путин выразил надежду на совместную работу по выведению российско-американских отношений из кризисного состояния» («Известия») и т. д. В то же время больших материалов, в которых многочисленные эксперты указывали бы на положительные стороны американского президента и его позитивную роль для российской экономики, больше нет. Лексическая конструкция «Трамп наш» продолжает повторяться, но интенсивность ее использования в медиадискурсе снижается.

При этом российские средства массовой информации оказываются более склонными к инерционному восприятию позитивного влияния Трампа на российскую экономику, в то время как в общественном сознании пересмотр отношения к американскому президенту происходит быстрее. Пока СМИ в течение определенного времени остаются в рамках «этапа надежды», подкрепляя свои ожидания аргументами к авторитетам (цитируя публичных деятелей, воспроизводящих мантру «Трамп наш»), обыватель с появлением сомнений, вызванных, в частности, ухудшением экономических условий, склонен чаще менять свое мнение.

В рассмотренных материалах выборки мы не выявили резкого перехода от положительного к отрицательному эмоциональному посылу в связи с лексической конструкцией «Трамп наш», несмотря на то, что количество негативных публикаций с упоминанием американского президента с начала 2017 г. начало расти. «Государственные и общественные СМИ в России не заинтересованы в принятии негативной или позитивной точки зрения по отношению к Трампу», — резюмируют С. Пчегатлук и С. Миклина [Пчегатлук, Миклина, с. 289].

Трамп как агрессия

Как отмечают Анастасия Казун и Антон Казун, «...политика Трампа не оправдала ожиданий россиян, и уже с начала 2017 года о нем стало выходить больше негативных, чем позитивных публикаций. Окончательно позитивный образ Трампа разрушился после начала американских военных действий в Сирии и введения новых санкций против России» [Казун А. Д., Казун А. П., с. 90].

В публикациях, посвященных экономической тематике, инерция надежды на Трампа тем не менее сохранялась практически до момента оглашения результатов президентских выборов 2020 г., завершившихся победой Джозефа Байдена. Если в период активного использования биграммы «Трамп + надежда» в тексте публикаций расстояние между этими словами никогда не превышало 2–3 предложений, то с апреля 2017 г. их совместное употребление прекратилось, за исключением косвенных цитат, например: «Путин отметил, что встреча с Трампом “давно

назрела”, и выразил надежду на то, что она состоится, когда американская сторона будет к этому готова» (РБК, 2 декабря 2018 г.).

По словам С. Юрловой, само встраивание Трампа в повестку российских СМИ в значительной степени было связано с мифологизацией американского президента, которая, на наш взгляд, распространялась в российских средствах массовой информации как информационный каскад [Юрлова, с. 59]. Как отмечает В. Перцева, значительную роль в формировании такого мифа сыграл речевой портрет Трампа [Перцева, с. 200–208].

Как только частотность употребления фамилии Трампа в контексте надежды сокращается (май 2017 г. и далее), лексическая конструкция «Трамп наш» меняет свой эмоциональный окрас в экономическом дискурсе, фиксируясь в неожиданной содержательной форме — в виде отсылок к теперь осмеиваемым представлениям об американском президенте как друге.

Перемены в восприятии Трампа привели к лексическому опустошению данной конструкции, которая больше не обеспечивала необходимый логический базис в тех текстах, где решение российских экономических проблем возлагалось на американского президента. На уровне стиля текста это выразилось в формировании двух групп публикаций — появлении корпуса текстов, которые можно условно назвать «плачем о Трампе», и возникновении серии материалов с резко негативной эмоциональной окрашенностью, мрачной иронией и обилием пейоративной лексики.

«Плач о Трампе» как новый эрзац-жанр фактически подводил итог несбывшимся надеждам и, по контрасту с предыдущим этапом, уходил от формата сухой сжатой новости с минимумом описательности и отсутствием авторской оценки. Композиционно подобные тексты представляют собой авторские колонки, выстроенные в форме рассуждений, сопровождаемых фактурным каркасом, на который опирается материал (информационный повод, статистические данные и т. д.). В этих колонках авторы сожалеют об утрате Трампа как друга и союзника, вспоминают об упущенных экономических возможностях и пытаются переписать прошлое, предлагая свой сценарий: как все могло бы быть.

Так, например, в материале Вячеслава Костикова «“А ты меня уважаешь?” О чем бы могли поговорить Путин с Трампом» (АиФ, № 46 от 14 ноября 2018 г.) автор сокрушается о несбывшихся надеждах на американского президента и возмущается его непоследовательностью.

Материал отличает меланхолический тон, обилие метафор и риторических вопросов в духе: «А Трамп даже говорил, что Путин ему понравился. И что же?», «А о чем, собственно, могут сегодня говорить Москва и Вашингтон?» и т. д.

На уровне логики текста «плач о Трампе» может не только выражать собственно авторскую позицию, но и включать в нее элементы стереотипного обывательского мышления и даже теории заговора, а также содержать призывы и воззвания. В некоторых случаях все это укладывается в рамки одного текста.

Например, в материале Дмитрия Дризе для «Коммерсанта» (9 июля 2018 г.) формулировка теории заговора вынесена уже в заголовок: «Очевидно, кто-то очень хочет испортить встречу Владимира Путина и Дональда Трампа».

С весны 2018 г. публикации с обилием пейоративной лексики (главным образом с различными лексическими формами порицания, презрения и иронии) начинают довлеть в экономических текстах над условным плачем. Их язык более образный, он включает в себя активное использование метафор, аллюзий, гипербол и перифразов. Структурно это те же авторские колонки, в некоторых случаях расширяемые до формата аналитической статьи. Материалы отличает эмоционально-экспрессивная окраска и «рваный» стиль изложения: отсутствие строгой композиционной и повествовательной логики, быстрое перескакивание мыслей — от одного предмета (темы) к другому. Лексическая конструкция «Трамп наш» здесь в большей степени используется для глумления над противником и привнесения в текст карнавально-шутовских элементов. Там, где карнавальным контекст исчезает, через конструкцию «Трамп наш» формулируется агрессия.

«Трамп тяжелым камнем висит на шее России, при нем никакое улучшение невозможно», — пишет в «Аргументах и фактах» Владимир Кожемякин, отмечая, что американский президент «является ставленником наиболее агрессивных милитаристских и финансовых кругов» (30 ноября 2018 г., материал «На США можно поставить крест»).

«На пути к стабильности нефтяных цен у России два врага — Трамп и собственная нерешительность», — добавляет Михаил Тимофеев (5 декабря 2018 г., Gazeta.ru, материал «Нейтралитет РФ по отношению к Трампу лишь подстрекает его к новым выходкам»).

Материалы такого рода оказывают заметное влияние на медиадискурс — начинают меняться смысловое поле, создаваемое вокруг Трампа в публикациях средств массовой информации. Американского президента называют «шутком», «клоуном» или, в лучшем случае, «непредсказуемым политиком». В журналистских текстах Трамп упоминается в контексте таких слов, как «скандал» и «предательство» (2077 и 305 упоминаний соответственно за период с апреля 2018 г. по декабрь 2020 г.).

При этом публичные персоны, чьи высказывания рассматривались на начальном этапе как аргументы к авторитету, теперь произносят противоположное сказанному ранее и вновь оказываются лидерами мнений. Например, в публикации «Жириновский выпьет шампанское за импичмент Трампа» (портал «Звезда», 12 апреля 2017 г.) автор уверяет, что «Трамп нарушает свои обещания», но не вспоминает, что Жириновский ранее уже пил шампанское в связи с Трампом — за его избрание.

Начиная с середины 2017 г. мотив разочарования в Трампе соседствует в российском медиадискурсе с мотивом его осмеяния. Последний фиксируется главным образом в новостях. Так, появляется Трамп, который всего боится («Трамп испугался дождя и не почтил американцев, павших в Первой мировой», портал «Депю», 11 сентября 2018 г.), и Трамп, который все путает и забывает («Трамп перепутал цвета флага США в детской раскраске», ТАСС, 26 августа 2018 г.; «Трамп забыл слова песни “Боже, храни Америку!”», НТВ, 6 июня 2018 г. и т. д.).

Осмеяние как форма языковой агрессии при этом не исключает дальнейшего воспроизведения лексической конструкции «Трамп наш» — просто она помещается в пейоративный контекст. Такой контекст предполагает уничижительный

тон как в отношении самого Трампа, так и в отношении тех, кто произносит соответствующую лексическую конструкцию.

Выводы

Как показало наше исследование, трансформация лексического компонента в конструкции «Трамп наш» в значительной мере определяется изменениями внутри медиадискурса, когда эйфория от избрания Дональда Трампа в 2016 г. сначала сменяется сдержанным оптимизмом, а затем и агрессивным разочарованием. Другими словами, смещение смыслов, вкладываемых в конструкцию «Трамп наш», носит внешний, в значительной мере экономический характер и, пусть с некоторым запозданием, меняет восприятие Трампа в контексте российских реалий.

Примечателен сопутствующий эффект, который активное использование лексической конструкции «Трамп наш» оказало на общественное мнение. Например, с 2017 по 2019 г. индекс отношения к США, рассчитываемый Левада-центром, частично улучшил свои позиции: число респондентов, заявивших в основном о негативном отношении к Соединенным Штатам, сократилось с 32 до 29 %, число респондентов, выбравших вариант «в основном хорошо», выросло с 23 до 30 %.

Кроме того, значительно снизилось число респондентов, высказывающих беспокойство экономическими антироссийскими санкциями. Если в августе 2014 г. таких было 35 % от общего числа опрошенных, то к ноябрю 2018 г. их число сократилось до 23 % [Левада-центр, 2019].

Косвенным свидетельством важности образа Трампа в общественном сознании можно считать и регулярное присутствие в числе наиболее запомнившихся россиянам событий тех из них, которые связаны с американским президентом, а также регулярное попадание Трампа в десятку персон года (например, в 2020 г. Трамп занял седьмое место, по мнению респондентов Левада-центра) [Левада-центр, 2020].

При этом за период с 2016 по 2020 г. конструкция «Трамп наш» не только утратила свое символическое значение в российском медиадискурсе в качестве элемента надежды на американского президента, но и повлияла на специфику текстов, в которых она использовалась. Если в 2016 — первой половине 2017 г. это были объемные публикации с разнообразием средств языковой выразительности, то начиная со второй половины 2017 г. их сменили краткие сдержанные новостные материалы без эмоциональных оценок. На третьем этапе разочарование в Трампе (2018–2020) вновь внесло в медиадискурс эмоции, на этот раз с явным негативным окрасом.

Между тем даже фиксируемое в журналистских текстах с весны 2018 г. разочарование в политике Дональда Трампа не исключило присутствие инерционного сценария с возвращением в ряде публикаций веры в возможность позитивные изменения в российско-американских отношениях. Только связывались они теперь с вероятностью переизбрания Трампа на второй президентский срок. Когда переизбрание не состоялось, мотив надежды почти полностью исчез из медиадискурса

(47 упоминаний в биграмме «Трамп + надежда» в ноябре 2020 г. и всего 5 таких упоминаний за период с 1 по 14 декабря 2020 г.).

В итоге за четыре года активного использования лексическая конструкция «Трамп наш» утратила свое символическое значение. Сначала ее нежизнеспособность признало общественное мнение, затем и российские медиа. Медийная подача окказионализма «Трамп наш» оказалась слишком далека от повседневной жизни, чтобы в итоге не дискредитировать себя.

Арбатова А., Арбатова Н. Фактор Трампа в российско-американских отношениях // Полис. Политические исследования. 2017. № 3. С. 160–178.

Волф М. Огонь и ярость. В Белом доме Трампа. М., 2018.

Казун А. Д., Казун А. П. И не друг, и не враг: Дональд Трамп в российских СМИ // Полис. Политические исследования. 2019. № 1. С. 90–104.

Левада-центр. Запомнившиеся события : пресс-выпуск // Левада-центр. 2019. URL: <https://www.levada.ru/2019/07/09/zapomnivshiesya-sobytiya-30/> (дата обращения: 05.01.2021).

Левада-центр. Событие года и человек года : пресс-выпуск // Левада-центр. 2020. URL: <https://www.levada.ru/2020/12/30/sobytie-goda-i-chelovek-goda/> (дата обращения: 05.01.2021).

Перцева В. Дональд Трамп: Лексиграфическое описание словоупотребления политика // Теория и практика иностранного языка в высшей школе. 2018. № 14. С. 200–208.

Пчегатлук С., Миклина С. Образ Трампа в российских и зарубежных СМИ: сравнительный анализ // Науч. тр. Кубан. гос. технол. ун-та. 2016. № 6. С. 285–291.

Уилбер К. Трамп и эпоха постправды. М., 2018.

Юрлова С. Противоречия в медиаобразе современного политика: случай Д. Трампа // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 3 : Общественные науки. 2018. № 4. С. 59–65.

Ahmadian S., Azarshahi S., Paulhus D. Explaining Donald Trump via communication style: Grandiosity, informality, and dynamism // Personality and Individual Differences. 2017. № 107. P. 49–53.

Comai G. Russian media: more Trump than Putin // Giorgio Comai. 2017. URL: <https://giorgiocomai.eu/2017/03/03/russian-media-more-trump-than-putin/> (accessed: 05.01.2021).

Staal F. Rules Without Meaning. Ritual, Mantras and the Human Sciences. N. Y., 1989.

Zimmer H. Myths and symbols in Indian art and civilization. New Jersey, 2017.

Статья поступила в редакцию 28.12.2020 г.

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.011

В. И. Овсейко

УДК 070.3:655(470.56) + 070.4(09) + 070.23

**НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РЕДАКТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
И. И. ЕВФИМОВСКОГО-МИРОВИЦКОГО
В ГОСУДАРСТВЕННЫХ И ЧАСТНОМ ИЗДАНИЯХ ОРЕНБУРГА
КОНЦА XIX — НАЧАЛА XX в.**

В статье исследуется деятельность И. И. Евфимовского-Мировицкого — редактора-издателя, журналиста, владельца частной типографии, общественного деятеля Оренбурга конца XIX — начала XX в. Редактор трех изданий — «Оренбургские епархиальные ведомости», «Циркуляр по Оренбургскому учебному округу», «Оренбургский листок» — Иван Иванович более 30 лет издавал частную газету и многое сделал для развития частного типографского дела в Оренбурге и губернии.

К л ю ч е в ы е с л о в а: подвижник; редактор-издатель; частная газета; частная типография; читатель

При исследовании феномена оренбургских частных газет конца XIX — начала XX в., нельзя не заметить уникальное явление в оренбургской журналистике того времени — творческую и общественную деятельность И. И. Евфимовского-Мировицкого.

Выдающийся фельетонист, публицист, редактор-издатель, краевед, историк, общественный деятель г. Оренбурга конца XIX — начала XX в., Иван Иванович Евфимовский-Мировицкий жил в соответствии со словами апостола Павла: «Горе мне, аще не благовестую!» [Иванов, 1907, с. 209]. Именно Евфимовский-Мировицкий создал в Оренбурге, да и «во всем заволжском крае» [Евфимовский-Мировицкий, 1899, с. 1], первую частную газету, которая более шестнадцати лет была единственной в Оренбургской губернии и исправно выходила в свет три десятилетия. Сколько за это время было талантливых публикаций, обращений к читателям, публицистических материалов, метких и острых на язык фельетонов, статей, заметок, сколько раздумий о непростой судьбе частного издания и радости за успехи коллег, сколько колкостей в адрес чванливых чиновников и зарвавшихся, по мнению Ивана Ивановича, редакций газет, сколько усталости от непонимания своих же и зависти недоброжелателей, сколько надежд, часто не оправдывавшихся!

В своих публикациях Евфимовский-Мировицкий обличал пороки, косность, невежество местных обывателей, пытаясь изменить мировоззрение думающей части горожан, взбудоражить «сонное» оренбургское общество. Редактор трех изданий — «Оренбургские епархиальные ведомости», «Циркуляр по Оренбургскому учебному округу», «Оренбургский листок», активный и почетный

ОВСЕЙКО Валентина Ивановна — соискатель степени кандидата филологических наук, Оренбургский государственный университет (e-mail: vio5922@mail.ru).

© Овсейко В. И., 2021

член различных комитетов, комиссий, обществ, деятельный депутат городской думы, И. И. Евфимовский-Мировицкий словом и всем образом своей жизни стремился сделать окружающую действительность более справедливой, просвещенной, динамичной, культурной, развить гражданственность общества, защитить интересы простых людей.

В конце XIX — начале XX в. влияние Ивана Ивановича на оренбургское общество, формирование местной школы журналистики, информационную насыщенность, социальную ответственность, содержательность, актуальность оренбургской периодики, на развитие в городе полиграфической промышленности было огромное. И это нашло свое отражение в трудах Оренбургской ученой архивной комиссии, где опубликованы статьи А. В. Попова [Попов], Н. М. Чернавского [Чернавский], П. Н. Столпянского [Столпянский, 1903], Н. Г. Иванова [Иванов, 1907]. Про И. И. Евфимовского-Мировицкого и его «Оренбургский листок» нередко писали коллеги-журналисты из других газет.

Однако в современной научной литературе имя И. И. Евфимовского-Мировицкого, его подвижническая деятельность изучены недостаточно. Так, в 2006 г. была опубликована работа Е. Г. Вертоусовой об И. И. Евфимовском-Мировицком [Вертоусова]. А. В. Старых свою диссертацию «Становление фельетона в русской провинциальной частной газете» посвятил газете «Оренбургский листок» (1876–1879) [Старых, 2010]. Ему же принадлежит статья «“Оренбургский листок” — первая частная газета Оренбургского края: темы, жанры, авторы, аудитория» [Старых, 2009]. В этих работах редакторская деятельность И. И. Евфимовского-Мировицкого исследуется в историко-краеведческом аспекте, к тому же только в течение первых трех лет существования «Оренбургского листка».

Цель данной работы — исследовать редакторскую деятельность И. И. Евфимовского-Мировицкого в изданиях «Оренбургские епархиальные ведомости», «Циркуляр по Оренбургскому учебному округу», «Оренбургский листок».

Уроженец Малороссии, потомственный дворянин Черниговской губернии, выпускник Черниговской духовной семинарии, И. И. Евфимовский-Мировицкий закончил Санкт-Петербургский университет с ученой степенью кандидата права. В 1869 г. министр народного просвещения и обер-прокурор Святейшего синода граф Д. А. Толстой обратился к образованной молодежи с предложением помочь ему «проветрить епархиальные болота» [Городская хроника, с. 2]. Он надеялся, что это случится, если молодые энергичные люди с высшим образованием займут должности секретарей в консисториях. На обращение Толстого откликнулось 15–20 выпускников столичного университета, в числе которых был и 30-летний Евфимовский-Мировицкий.

В Оренбурге этот целеустремленный, хорошо образованный, активный молодой человек появился в 1870 г. Поскольку Иван Иванович был приглашен министром образования «проветрить епархиальные болота», с них он и начал. В 1871 г. Евфимовский-Мировицкий был назначен секретарем Оренбургской духовной консистории. Заняв эту должность, он энергично приступил к работе.

В фондах областного архива хранится «Дело о беспорядках, открытых секретарем консистории в делопроизводстве 1-го стола консисторской канцелярии» [Дело

о беспорядках], из которого следует, что летом 1871 г. Иван Иванович получил задание рассмотреть дела и бумаги за десять последних лет, выполняя которое, он обнаружил 240 непристроенных документов. Годом позже Евфимовский-Мировицкий «раскопал» еще 1519 дел, хранившихся ненадлежащим образом, из которых 259 были с неисполненными резолюциями, а 479 — даже не рассмотрены.

Параллельно Иван Иванович хлопотал о создании «Епархиальных ведомостей». Этот факт указывает на то, что главную цель своей жизни — выпуск газеты — Евфимовский-Мировицкий обдумывал еще до приезда в Оренбург.

В наше время, писал он, нельзя не видеть, что власть стремится войти в сближение с обществом — средой, в которой и ради которой она призвана действовать. «Одним из средств к такому сближению справедливо признана печать. Печатный орган помогает обществу знать намерения и действия... власти, а власти — достигать своих целей и предназначений» [Евфимовский-Мировицкий, 1873, с. 1].

По мнению И. И. Евфимовского-Мировицкого, из-за разбросанности населения и большой территории епархии печатный орган для Оренбургского епархиального управления был необходим давно, ведь различные распоряжения и действия общей церковной и епархиальной администрации, епархиальных училищных съездов и благочиннических советов местного духовенства «могут получить известность... только при помощи местного печатного органа» [Там же].

Предполагаемая газета была названа по примеру других губерний — «Оренбургские епархиальные ведомости». «Инициатива И. И. Мировицкого — тогда молодого, в высшей степени живого и отзывчивого человека, необычайно талантливого, университетски образованного и пламенно горевшего желанием служить обществу на почве просвещения и возвышенных идей, — была сочувственно принята...» [Чернавский, с. 153–154], встретила общее одобрение и поддержку. Три года Евфимовский-Мировицкий работал над ее осуществлением. В том числе по его инициативе велась переписка с правительствующим синодом до получения разрешения на открытие издания. Своим указом от 1 сентября 1872 г. Священный синод разрешил выпуск газеты.

Одновременно Иван Иванович искал типографию для издания «Ведомостей», так как собственной типографии епархия не имела. Редактору пришлось долго добиваться снижения типографских расходов, иначе газета рисковала не выполнить обязательства перед читателями. Так, по просьбе И. И. Евфимовского-Мировицкого консистория обращалась через преосвященного за содействием к губернатору по поводу понижения цен в типографии губернского правления, взявшейся печатать «Ведомости». И когда цены были снижены с 22 до 10 руб. за печатный лист, газета стала выходить. Прецедент заставил консисторию решать вопрос об открытии собственной типографии. Однако сделано это было только в 1893 г. — через 20 лет.

Издание стало выходить с 1 января 1873 г. До 1875 г. официальную и неофициальную его части редактировал И. И. Евфимовский-Мировицкий, хотя в документах еще фигурировали фамилии протоиерея В. Ольшанского и кафедрального протоиерея С. И. Семенова. Сделано это было номинально, чтобы исключить

различного рода жалобы [Чернавский, с. 155]. Историк Н. М. Чернавский, посвятивший газете статью в Трудах ученой архивной комиссии, назвал Ивана Ивановича «главным действующим лицом по изданию “Ведомостей”» [Там же] и душой их в течение первых двух лет. Николай Михайлович считал, что именно при Евфимовском-Мировицком «Оренбургские епархиальные ведомости» писали о многом, издание было содержательным, живым, полезным, интересным, даже официальная часть газеты, обычно сухая, составлялась умело и старательно. «Ведомости» стремились к доведению до читателей «намерений и распоряжений епархиальной власти, с одной стороны, и к уяснению нужд и потребностей как духовенства, так и паствы в церковно-приходской сфере» [Там же, с. 154], с другой, были призваны объединить церковно-пастырскую деятельность в епархии для лучшего достижения целей управления. Таковую газету местное духовенство встретило «с единодушным сочувствием и живейшим интересом» [Там же, с. 157].

В это же время И. И. Евфимовский-Мировицкий читал курс лекций по русскому языку, теории словесности, истории русской литературы в Николаевском институте (и даже получил награду за блестящие знания и успехи своих учениц).

Вскоре борьба с «епархиальными болотами» стала тяготить его. Деятельной натуре просветителя хотелось воспитывать, улучшать общество, формировать его самосознание. Предложения секретарю Оренбургской духовной консистории и первому редактору «Оренбургских епархиальных ведомостей» посыпались одно за другим. Ивану Ивановичу пригодилась поддержка Д. А. Толстого, который обещал выпускникам университета всякую помощь, если они захотят вернуться к светской жизни. В 1875 г, при поддержке графа, Евфимовский-Мировицкий получил должность первого правителя канцелярии попечителя Оренбургского учебного округа.

Напомним, Оренбургский учебный округ был образован в 1874 г. В него входили Уфимская, Оренбургская, Пермская губернии, Уральская и Тургайская области. Во главе учебного округа стоял попечитель, которому были подчинены все образовательные заведения округа. При попечителе находилась канцелярия, которая являлась одновременно и канцелярией совета попечителя [Об отчислении...].

На первого правителя канцелярии в числе других были возложены и редакторские обязанности. Теперь И. И. Евфимовский-Мировицкий готовил к печати официальный ежемесячный «Циркуляр по Оренбургскому учебному округу», который начал выходить в Оренбурге с 1875 г. В издании публиковались высочайшие повеления и законоположения, распоряжения министерства народного просвещения, касающиеся формирования сети школ, училищ, образовательного процесса и кадров. Одним из важных в программе был раздел распоряжений попечителя учебного округа, а завершал ее раздел объявлений.

В «Циркуляре...» помещались различная информация и статистический материал по истории народного образования Оренбуржья, сведения о преподавательских кадрах, городских учебных заведениях, именных стипендиях, устройстве школ в других регионах, а также работы по методике преподавания различных дисциплин, рецензии на педагогическую литературу, хроника школьной жизни в различных регионах и Оренбургском учебном округе. Благодаря этим

публикациям «Циркуляр...» стал ценным краеведческим изданием конца XIX — начала XX в.

В свою очередь, окружающая действительность все больше наталкивала И. И. Евфимовского-Мировицкого на мысль о необходимости создания в Оренбурге газеты, на страницах которой можно будет поднять любую животрепещущую тему, дать оценку происходящим событиям, поведению публичных людей, тех, кто не соответствовал духу и велению времени, вести просветительскую деятельность: печатать статьи по истории, религии, географии, этнографии края. Иван Иванович мечтал о многожанровой живой газете с комментариями, собственной оценкой происходящего, тем более что время реформ вселяло надежды. Постепенно идея создания «хотя малюсенькой частной газетки» [Евфимовский-Мировицкий, 1899, с. 1] стала главной для И. И. Евфимовского-Мировицкого, и он приступил к поэтапному ее осуществлению.

Пройдя через тяготы организации издания «Епархиальных ведомостей» и «Цирюляра по Оренбургскому учебному округу», он понимал, что без типографии не может быть частной газеты, ведь печатать любое издание, тем более частное, на стороне — накладно. Значит, надо приобрести свою типографию. Случай не заставил себя ждать. В 1874 г. Иван Иванович купил все необходимое для открытия частной печатни у Пасынкова — заезжего типографщика из Вятки [Там же].

Через год стала реальностью и мечта Евфимовского-Мировицкого обзавестись частной газетой. Первый номер еженедельника «Оренбургский листок» вышел в свет 1 января 1876 г. и был на редкость удачным: на сером фоне государственной прессы он стал «взрывом» новых тем, идей, образов. Его можно было не раз с интересом перечитывать от корки до корки. Современников привлекали живые, грамотно подготовленные материалы, яркий, острый язык публикаций, информационная, тематическая, географическая насыщенность.

Создавая «Листок», Евфимовский-Мировицкий был уверен, что тем самым отвечает назревшей потребности общества иметь свой «орган печатного слова» [Столпянский, 1903, с. 70]. Коль у редакции газеты есть желание писать на злобу дня, читатели обязательно ее поддержат. Ивану Ивановичу была важна обратная связь. Поэтому в передовице первого номера редактор заметил, что если ожидания не оправдаются, то и поставленная задача не выполнится в тех очертаниях, какие намечены, и «...виновато в том будет, конечно, само общество. — Как аукнется, так и откликнется!» [Евфимовский-Мировицкий, 1876а, с. 1].

Для Евфимовского-Мировицкого было важно объяснить читателям долгосрочные цели и задачи издания, его стратегию и тактику. С начала работы в «Епархиальных ведомостях» и до своей безвременной кончины на посту редактора-издателя «Оренбургского листка» в 1905 г., Иван Иванович стремился информировать читателей об идеях и проблемах редакции. В «Листке» он держал перед ними и творческий, и финансовый отчеты.

В каждом номере издатель публиковал письма читателей к редактору. Сам поднимал проблемы создания местной газеты. Сам искал пути большей эффективности, читабельности «Оренбургского листка». По сути, Евфимовский-Мировицкий

подробно описал в «Листке» этапы становления и развития первой оренбургской частной газеты.

Надо признать, «Листок» создавался в трудных условиях: возникло немало проблем, особенно технических и финансовых. Поначалу в типографии не хватало шрифтов, титульных букв, необходимого оборудования — первые номера газеты печатались на деревянном станке. Клише для логотипа газеты редактор-издатель сам вырезал из дерева. Деньги, вырученные от подписки и продажи газетных полос под рекламу, — 1702 руб. [Столпянский, 1903, с. 77] — едва окупали бумагу, типографские и почтовые расходы. А из каких средств оплачивать налоги, зарплату сотрудникам, гонорар внештатникам?

Приходилось выкручиваться, ведь редактор с первого номера своего детища настраивал читателей на уникальность «Оренбургского листка». По стилю, общему для большинства публикаций издания, глубине поднятых вопросов, смелости изложения, шутливому тону, живому, образному языку, многочисленным корреспонденциям без подписи и использованию самых неожиданных, «веселых» псевдонимов, таких как «Немо», «Х», «Z», «N», «NN», «S», «Муха», «Шмель», «Жук», «Давнишний знакомый», «Очевидец», «Временный», «Проезжий», «Уфимец», «Проезжий уфимец», «Ташлинец», «Иногородний», «Наблюдатель», «Старый знакомый», «Ив. гласный», «Зритель», «Сакмарский корреспондент», «Обыватель», «Переселенец», — можно догадаться, что автором большинства заметок «Листка» был Евфимовский-Мировицкий (друзья недаром называли его «Гусь-Веселовский»).

Сам Иван Иванович оставил нам две разгадки: в одной из передовиц он сетовал, что его детище поддержали всего 2–3 человека «и несколько совершенно случайных корреспондентов» [Евфимовский-Мировицкий, 1876б, с. 1]. А к 25-летию «Оренбургского листка» сообщил, что всю четверть века был «...и редактором, и издателем, и типографом, и корректором, и автором, и экспедитором, и... секретарем, и дежурным редакции своей газеты» [Городская хроника..., с. 2]. И хотя она выходила еженедельно — это был огромный труд: приходилось писать более двух тысяч строк в каждый номер, потому что материалы «Оренбургского листка» набирались очень мелким шрифтом. Некоторые номера газеты вмещали до 20 публикаций. Вести корректуру такого издания сложно. Неудивительно, что на газетных полосах и даже в заголовках встречаются орфографические ошибки.

Заметим, для современных исследователей газета Евфимовского-Мировицкого — одно из самых авторитетных изданий конца XIX — начала XX в.: Иван Иванович успевал реагировать в «Листке» на большинство событий того времени. В своих фельетонах, картинках с натуры, аналитических статьях, заметках и даже 20–30-строчных информациях он давал исчерпывающую характеристику, метко оценивал события, факты, поступки людей, описывал их жизнь. Это получалось, на наш взгляд, потому, что у Евфимовского-Мировицкого была целая сеть осведомителей, Иван Иванович умел их разговорить, выпытать суть произошедшего. К тому же в течение 35 лет жизни в Оренбурге Евфимовский-Мировицкий выполнял, как минимум, 19 ответственных служебных обязанностей в различных

организациях, учреждениях города, что позволило ему лучше изучить все стороны жизни общества. Свои наблюдения, почерпнутые в результате многообразной деятельности журналиста и гражданина, Иван Иванович выносил на обсуждение читателей «Оренбургского листка».

Газета защищала городское самоуправление, обличала неграмотность и нерадивость депутатов городской думы, их равнодушие к выборным обязанностям. Много внимания уделяла вопросам, имеющим значение для всего края. Так, одна из постоянных тем первые три года существования «Листка» — строительство на территории губернии железных дорог.

Издание публиковало корреспонденции, письма, путевые заметки из Оренбурга, Орска, Уфы, Белебея, Стерлитамака, Самары, Верхнеуральска, Челябинска, Златоуста, Троицка, Казалинска, Гурьева, Ташкента, станиц Сакмарской, Городищенской, Верхнеозерной, сел Табынское, Никольское, Оренбургского и Верхнеуральского уездов, других мест губернии. В том числе это были публикации обличительного характера, касающиеся обустройства огромных территорий края, плохих дорог, непродуманного сервиса для путешественников, проблем здравоохранения, развития национальных меньшинств, культуры, нравов, поведения отдельных представителей оренбургского казачества. И, конечно, в них поднимались городские проблемы: аренда земель, общее неблагоустройство губернского центра, плохое состояние его улиц и водопровода, быстрая езда на лошадях по Оренбургу, тоска и скука провинциальной жизни.

Однако Евфимовский-Мировицкий был излишне оптимистичен, думая, что издание ждет несомненный успех. И дело тут совсем не в редакторском таланте, ведь, по мнению историка П. Н. Столпянского, в первые годы существования редакция «выполняла данные читателям обещания даже в большей степени, чем обещала» [Столпянский, 1903, с. 70]. Скорее, к появлению самостоятельной газеты, пытавшейся решать наболевшие вопросы, выражавшей стремления и потребности общества, был не готов сам «сонный» провинциальный Оренбург, жители которого еще не привыкли узнавать новости из «Листка».

Задумав общественно-политическое издание на злобу дня, И. И. Евфимовский-Мировицкий критиковал то плохое, что он видел в политике, экономике, просвещении, в отношениях между властью и гражданами, между людьми. Он считал, что именно такая газета нужна оренбуржцам: увидев себя в зеркале прессы, они захотят измениться в лучшую сторону. Но отражение в зеркале газетной публицистики понравилось не всем. Общество было воспитано по-другому и вполне довольно собой. Если фельетонист писал о неблагоприятных поступках конкретного должностного лица, в его адрес поступали упреки, оскорбительные письма, что обидел уважаемого человека, а сын одного из «героев» публикаций «Листка» в местном театре публично оскорбил пощечиной талантливого журналиста и смелого редактора.

И все-таки Евфимовский-Мировицкий на многое отваживался в своей газете: остро критиковал формализм половинчатых земской и судебной реформ, косность военно-бюрократической машины, бедственное положение крестьян и казачьей голытьбы, недостатки школьного образования, не боялся испортить

отношения с представителями власти. Неудивительно, что в годы расцвета — с 1876-го по 1879-й — у «Листка» появились враги среди думцев, чиновников, полицейских, адвокатов, купцов, казаков. Их недружелюбное отношение и бесконечные жалобы заставили редакцию расширить программу издания. Год за годом И. И. Евфимовский-Мировицкий добивался большего: помещал в газете телеграммы Санкт-Петербургского телеграфного агентства, затем открыл подписку на выдачу публике печатных телеграмм раньше помещения их в «Оренбургском листке». Со временем газета стала ежедневной без изменения подписной цены (5 руб. с доставкой и пересылкой).

Взяв на себя ответственность за создание и выпуск социально значимого, злободневного издания, Иван Иванович надеялся, что общество поддержит и оценит его труд, будет ему сочувствовать и содействовать, выскажет в газете свои потребности, стремления, желания. Именно это должно было вселить в него уверенность в том, что деятельность «Листка» нужна, что голос его — не глас вопиющего в пустыне, придать редакции сил и энергии служить краю, руководствуясь заветами лучших борцов прогресса. Но дождался Евфимовский-Мировицкий... судов и штрафов, истерии и хамства своих «героев», в большинстве своем власть имущих. Его преследовали обиженные, а управление по делам печати не прощало даже малейших оплошностей и смелости мысли. В результате к концу третьего года существования «Листка» его публикации вместо того, чтобы помочь городскому обществу бороться против тупости, косности и невежества чиновников, жульничества лавочников и купцов, ввергли саму газету в различные судебные преследования, тяжбы, поставил ее на грань разорения. Не раз поднимался вопрос о закрытии «Листка».

Явная неприязнь «героев», раскритикованных в газете, заставила Евфимовского-Мировицкого задуматься, а после общегородского пожара 16 апреля 1879 г., в котором сгорели оставшиеся по какой-то причине незастрахованными его типография со всем оборудованием, здание редакции, дом, — и вовсе пересмотреть содержание издания. С 1885 г. «Листок» начал выходить ежедневно, он стал спокойнее, научнее, потерял остроту и актуальность, но продолжал отображать жизнь Оренбурга во всей ее калейдоскопичности. По-видимому, редактор считал, что слово «Листка», пусть не столь критическое, как на первых порах, — важное и нужное для оренбургского общества. Однако нападки на газету не прекращались.

Из статей и отчетов Евфимовского-Мировицкого перед читателями следует, что от разорения и закрытия «Листок» спасало то, что Иван Иванович был достаточно известным в губернии чиновником на высоких должностях, активной неординарной личностью, наделенной многими талантами, и что газета имела свою типографию, т. е. не зависела от капризов полиграфистов.

Как-то после очередного разочарования Евфимовский-Мировицкий писал в передовой: «Поступая по-современному... следовало бы вовсе бросить “игру”, не стоящую свечей. Но годы усилий разожгли энергию, усилили задор. Бросить задушевное дело для нас теперь также трудно, как расстаться с давно излюбленной мечтой. Да и совестно... Пусть загубит наше дело тот, кто хочет, а мы опустим

руки, только уступая “давлению неотразимых условий”» [Евфимовский-Мировицкий, 1878, с. 1].

И такие времена для газеты настали. В 1903 г. Н. Г. Иванов писал, что к этому времени «Оренбургский листок» превратился в обыкновенное справочное издание и не пользовался особым интересом у читателей [Иванов, 1903, с. 1]. Его поддерживали П. Н. Столпянский: «... цензурные условия, постыдное равнодушие местной интеллигенции сделали свое дело. “Листок” с середины 80-х гг. захирел и вплоть до 1906 года издавался по инерции» [Столпянский, 1906, с. 121].

Действительно, в 1900 г. Евфимовский-Мировицкий из номера в номер знакомил читателей с историей, традициями, культурой, проблемами и успехами... Китая, вообще много писал о Востоке, перепечатывал материалы по просьбам читателей. Хотя в статьях, касающихся развития собственной газеты и в целом прессы, требовал от других изданий, чтобы они строили свое содержание на местном материале, поднимали местные темы, принимали участие в решении местных проблем, служили местным интересам. На это Евфимовский-Мировицкий неоднократно указывал и в программах «Оренбургского листка», подчеркивая не без гордости: «Мы — единственная местная газета» [Евфимовский-Мировицкий, 1878, с. 1].

В течение почти трех десятилетий Евфимовский-Мировицкий, как и все провинциальные редакторы, вынужден был подчиняться красному карандашу цензора, терпеть то раздражающее равнодушие общества, то злобное восприятие критики, незаслуженные оскорбления «героев» публикаций и не сломался только потому, что обладал необыкновенной духовной силой. Иногда, читая «Листок», просто физически ощущаешь усталость редактора-издателя. На страницах — сплошь хроника, исторические очерки. И вдруг — стихотворение, заметка, фельетон, лейтмотив которых — борьба с «затхлыми провинциальными болотами», равнодушием к происходящему, духовной сытостью, нежеланием улучшать жизнь. Это, безусловно, его кредо до последнего дня: борьба и с Божьей помощью — вперед!

И. И. Евфимовский-Мировицкий был одержим желанием научить своих коллег, да и всех оренбуржцев «жить по Божьей правде и по человеческой справедливости» [Евфимовский-Мировицкий, 1899, с. 2]. Пожалуй, именно эта гражданская позиция выделяла Ивана Ивановича из плеяды других видных журналистов Оренбуржья конца XIX — начала XX в., которые больше заботились об изяществе стиля и слога публикаций или работали над научными статьями по истории края, религий, этнографии, географии, статистике, ветеринарии, садоводству. Евфимовский-Мировицкий вошел в историю оренбургской журналистики как талантливый публицист, непримиримый к косности, лености, показухе, как человек принципов, которым он следовал всю свою яркую жизнь и к которым приучал коллег и читателей.

Выводы

1. 35 лет Евфимовский-Мировицкий прожил в Оренбурге, будучи убежденным просветителем, подвижником, патриотом. Одним из средств развития общества

Иван Иванович считал прессу. Поэтому в Оренбурге он создал и редактировал три разноплановых издания: государственные «Оренбургские епархиальные ведомости» и «Циркуляр по Оренбургскому учебному округу», а также частное — «Оренбургский листок».

2. Главнейшей заслугой Евфимовского-Мировицкого перед обществом, делом его жизни стало создание первой во всем заволжском крае частной газеты. В то время как другие частные издания выходили в течение нескольких месяцев или нескольких лет, Иван Иванович руководил газетой почти три десятилетия, не уронив знамени общественного, социально значимого издания. Наделавший много шума за 30 лет своего существования, «Листок» стал своеобразным «камертоном», к голосу которого прислушивались все издания губернии, и «стержнем» школы оренбургской журналистики, вокруг которой со временем объединилось немало различных газет, журналов. Их руководители и сотрудники были воспитаны создателем и бессменным редактором «Листка», его смелостью, новаторством, желанием просвещать, улучшать общество, защищать интересы простых людей.

3. Чтобы издавать частную газету, И. И. Евфимовский-Мировицкий приобрел типографию, которая со временем стала кузницей кадров для других полиграфических предприятий, способствовала развитию в губернии печатного дела. Бывшие типографщики Евфимовского-Мировицкого успешно работали в Оренбурге, Москве, Петербурге, других городах страны.

4. За годы редакторской деятельности И. И. Евфимовский-Мировицкий методом проб и ошибок выстраивал школу оренбургской журналистики, работал над созданием обратной связи с читателями, что в дальнейшем продолжили и развили другие выдающиеся журналисты губернии.

Вертоусова Е. Г. И. И. Евфимовский-Мировицкий // Оренбургский край: Архивные документы. Материалы. Исследования : сб. краевед. работ науч.-исслед. краевед. лаборатории ОГПУ / отв. редактор А. Г. Прокофьева. Оренбург, 2006. № 3. С. 92–97.

Городская хроника. 25-летие «Оренбургского листка» // Оренбург. газ. 1900. № 1100. С. 2. Дело о беспорядках, открытых секретарем консистории в делопроизводстве 1-го стола консисторской канцелярии. Ф. 173. Оп. 3. Д. 4250. Оренбург, 1871. С. 1–178.

Евфимовский-Мировицкий И. И. От редакции // Оренбург. епарх. ведомости. 1873. № 1. С. 1.

Евфимовский-Мировицкий И. И. // Оренбург. листок. 1876а. № 1. С. 1.

Евфимовский-Мировицкий И. И. // Оренбург. листок. 1876б. № 52. С. 1.

Евфимовский-Мировицкий И. И. // Оренбург. листок. 1878. № 1. С. 1.

Евфимовский-Мировицкий И. И. Продолжается подписка на общественную и литературную газету «Оренбургский листок» // Оренбург. листок. 1900. № 52. С. 1.

Евфимовский-Мировицкий И. И. // Оренбург. листок. 1899. № 17. С. 1–2.

Иванов Н. Г. К юбилею печати // Тургайская газета. 1903. № 5. С. 1.

Иванов Н. Г. Памяти И. И. Евфимовского-Мировицкого (мой венок на могилу почившего) // Тр. учен. арх. комиссии. Оренбург, 1907. Т. 19. С. 206–209.

Об отчислении от Казанского учебного округа некоторых губерний и образовании Оренбургского учебного округа // Циркуляр по Оренбург. учеб. округу. 1875–1894. № 1–3.

Попов А. В. Иван Иванович Евфимовский-Мировицкий, почетный член архивной комиссии // Тр. учен. арх. комиссии. Оренбург, 1907. Т. 19. С. 199–205.

Старых А. В. «Оренбургский листок» — первая частная газета Оренбургского края: темы, жанры, авторы, аудитория // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Воронеж, 2009. № 1. С. 184–189.

Старых А. В. Становление фельетона в русской провинциальной частной газете : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2010. 168 с.

Столъянский П. Н. История открытия и первые годы первой частной газеты в городе Оренбург // Тр. учен. арх. комиссии. Оренбург, 1903. Т. 12. С. 65–94.

Столъянский П. Н. Город Оренбург : материалы к истории и топографии города. Оренбург, 1906. С. 120–121.

Чернавский Н. М. Оренбургские епархиальные ведомости // Тр. учен. арх. комиссии. Оренбург, 1903. Т. 12. С. 153–190.

Шукишнцев И. С. Другие периодические издания в Оренбурге // Тр. учен. арх. комиссии. Оренбург, 1903. Т. 12. С. 121.

Статья поступила в редакцию 16.10.2020 г.

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.012

Ю. А. Русина

УДК 821.161.1-6 + 808.1 + 929 + 378.4(470.54-25)

«Я БЫ РАД И БЕЗЫМЯННО РАБОТАТЬ»: СТРАНИЦЫ ЖИЗНИ ПОЭТА-ПЕРЕВОДЧИКА ИЗ «ОСТАНОВЛЕННОГО ПОКОЛЕНИЯ»*

Документальной основой статьи является переписка двух друзей, поэтов-переводчиков Ю. И. Абызова (1921–2006) и В. С. Рутминского (1926–2001), которую они вели в 1960–1980-е гг. Выйдя из одной альма-матер, будучи носителями одних и тех же идей и литературных пристрастий, разделяя в целом судьбу одного «остановленного писательского поколения», эти два талантливых человека реализовали различные поведенческие модели функциональной социализации. Внимание акцентировано на страницах биографии уральского литературоведа В. С. Рутминского.

К л ю ч е в ы е с л о в а : литературные поколения; «остановленное поколение»; советская литература; В. С. Рутминский; Ю. И. Абызов; переводы; Уральский государственный университет им. А. М. Горького

«Дорогой Юрий Иванович! В свое время мы были с тобой хорошими друзьями и измарали вместе немало бумаги, трудясь на нивах поэзии. <...> Годы прошли, многое кануло в Лету, осталась память о хороших стихах и переводах, о творческом огне, освещавшем и согревавшим нашу жизнь <...>», — это строки первого после возвращения из ГУЛАГА письма литературоведа и поэта-переводчика Виктора Рутминского, отправленного университетскому другу Юрию Абызову из Свердловска в Ригу 10 ноября 1959 г. Сегодня переписка студентов-филологов Уральского государственного университета им. А. М. Горького (УрГУ) 1940-х гг.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, грант № 19-512-23003 «Самосознание и диалог поколений в русской и венгерской литературной практике XX–XXI веков».

РУСИНА Юлия Анатольевна — кандидат исторических наук, доцент кафедры истории России Уральского федерального университета. ORCID: 0000-0002-8286-4878. Scopus ID: 57194765538 (e-mail: iulia.rusina@urfu.ru).

© Русина Ю. А., 2021

хранится в фонде Ю. И. Абызова в Историческом архиве Исследовательского центра Восточной Европы (Forschungsstelle Osteuropa, Бремен, Германия)¹.

Принадлежа, казалось бы, одному поколению (Абызов родился в 1921 г., а Рутминский — в 1926 г.), они прожили совершенно непохожие жизни, попав в свой водоворот событий, который разнес их в разные «поколенческие подгруппы». Будучи носителями одних и тех же взглядов, понятий, идей, разделяя в целом одну судьбу, они совершенно «по-разному на эту судьбу реагировали» [Мангейм, с. 32].

В поколенческом срезе судьба Виктора Сергеевича Рутминского видится как совершенно уникальная, автономная биография. Примыкая к поколению литераторов-фронтовиков (в силу возраста он не попал на фронт), будучи на исходе войны «готовым к творчеству», он испытал «насильственное его прерывание» [Чудакова, 1998б, с. 84], попав в ГУЛАГ. А в оттепельный период, оставаясь честным и верным по отношению к своим научным и литературным пристрастиям, опять же лишь соприкоснулся с поколенческой общностью «шестидесятников», погруженный в свою «внутреннюю историю» [Лотман, с. 372].

Но «право на биографию» [Там же, с. 365] В. Рутминский, несомненно, заслужил не только выпавшими на его долю гонениями, но и верностью своему таланту и своему предназначению в литературе так, как он его чувствовал и понимал². Думается, что не попади он в жернова последних сталинских репрессий, его творческая жизнь также не была бы простой в силу его личностной особенности, углубленности в противоречивший идеологическим нормам советской культуры литературный дискурс и чрезвычайно требовательного отношения к собственному творчеству.

Ю. Абызов успел бывать на фронте и, скорее, олицетворяет когорту литераторов-фронтовиков, с университетской скамьи ушедших защищать Родину. Подтверждение тому, например, его 30-летняя дружба с Давидом Самойловым [Самойлов, с. 327; Юрий Абызов — Давид Самойлов...]. В то же время, следуя заключениям М. Чудаковой, и Самойлов, и Абызов — это «остановленная или задержанная часть третьего поколения советских писателей», вернувшихся с войны «готовыми к творчеству», чье вхождение в литературный процесс было отодвинуто во времени витком послевоенных репрессий, но все же оно состоялось [Чудакова, 1998а, с. 83]. Профессионально Юрий Иванович Абызов сумел реализовать свои таланты и способности. Поступив на филологическое отделение Свердловского (с 1946 г. — Уральского) госуниверситета в 1940 г., он вернулся на учебу после ранения в 1943 г., а в 1946-м навсегда покинул Свердловск, переведясь в Латвийский университет, который и закончил в 1949 г. По окончании вуза преподавал в Даугавпилсском педагогическом институте, занимался литературными переводами, работал редактором в Латвийском государственном издательстве. С 1989 г. — организатор и председатель Латвийского общества

¹ Исследовательский центр Восточной Европы при Бременском университете : [сайт]. URL: https://www.forschungsstelle.uni-bremen.de/ru/2/20110606110855/%25D0%259E_%25D0%25BD%25D0%25B0%25D1%2581.html (дата обращения: 29.11.20). Здесь и далее все цитаты из переписки Рутминского — Абызова относятся к документам, находящимся на хранении в фонде Ю. И. Абызова [Фонд Ю. И. Абызова].

² См. о судьбе В. С. Рутминского статьи Ю. А. Русиной [Русина, 2011, 2013].

русской культуры, где под его руководством была собрана уникальная библиотека [Абызов Ю. И.]. Ю. И. Абызов уже в 1960-е гг. был принят в члены Союза писателей СССР, стал востребованным переводчиком (с польского, латышского, английского), печатался в журналах «Дружба народов», «Даугава» и др., издательствах «Иностранная литература», «Художественная литература», «Молодая гвардия»³, участвовал в подготовке 10-го тома серии «Библиотека современной фантастики»⁴ и т. д.

Первому послевоенному поколению студенчества уральского вуза Ю. Абызов был известен переводами с польского, английского языков и собственными поэтическими опытами, опубликованными в рубрике «Литературные страницы» университетской многотиражки «Сталинец»⁵, а также дружбой с однокашником Виктором Рутминским, осужденным в 1947 г. «за клеветнические стихи» по статье 58.10 «Антисоветская агитация и пропаганда» на шесть лет и отбывавшем заключение в ГУЛАГе. Абызова и Рутминского сближали не только человеческие качества, но и общие увлечения: они оба любили поэзию эпохи символизма и авангарда, пробовали себя как поэты-переводчики, экспериментировали с жанром пародии и другими поэтическими формами. Их имена как участников «нелегального литературного кружка под названием “Рыцари круглого стола”» и распространителей среди учащихся стихов «враждебных советской поэзии поэтов Гумилева, Гиппиус, Ахматовой, Мандельштама и др.» отмечены в докладной записке Свердловского областного управления госбезопасности, датированной августом 1947 г. [Докладная записка...].

Линия судьбы поэта и переводчика Виктора Рутминского попала в ту «особую конфигурацию литературного процесса, когда в условиях массового террора массово прерывались творческие биографии», но для него в «причудливом рисунке литературного процесса России XX в.» [Чудакова, 1998б, с. 83] места не оказалось. Абызов был старше всего на 6 лет, но в переломную эпоху эта разница оказывается важной, так как у Рутминского, в отличие от его друга, не было военного опыта, не сформировалось, видимо, той духовной опоры, которая в оттепельные времена помогла фронтовому писательскому поколению поднять свои знамена.

Отбыв шесть лет лагерей, профессионально Рутминский в литературу не вернулся, хотя и закончил в 1956 г. филологический факультет Уральского университета. Его вхождение в ролевую структуру общества не соответствовало функциональной социализации, предполагаемой образовательным уровнем выпускника университета, врожденными талантами и осознанным желанием. Напротив, он «выпал из социализационного процесса в поведенческую категорию», которая некоторыми, если не большинством, могла оцениваться как

³ См., например: *Колберс А.* Вдова в январе. М. : Мол. гвардия, 1984. 400 с.; *Унит А.* Новеллы. М. : Худож. лит., 1970. 50 с.; Юрий Абызов // Русские Латвии. Ин-т рус. культур. наследия Латвии : [сайт]. URL: Юрий Абызов – Публикации – (russkije.lv) (дата обращения: 29.11.2020) и др.

⁴ Антология фантастических рассказов английских и американских писателей. М. : Мол. гвардия, 1967. 560 с. (рассказ Альфреда Бестера «Феномен исчезновения» (С. 196–216) дан в переводе Ю. И. Абызова).

⁵ *Тувим Ю.* Лодзь / пер. Ю. Абызова // Сталинец (Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького). 1945. 7 нояб.; *Сервис Р.* Мой паренек / пер. с англ. Ю. Абызов // Там же. 1946. 29 июня; *Ю. А.* Четвертая комната // Там же. 1944. 24 нояб.

«странная» или «ненормальная» [Шанин, с. 22–23]. Виктор Сергеевич в течение 30 лет преподавал бухгалтерский учет в учебном комбинате при Свердловском областном статистическом управлении. «<...> *А буду посвободнее, так можно... по старой памяти изобразить эдакий турнир в стихах. Это ведь было забавно, правда? И доставляло нам обоим в свое время массу удовольствия.* <...> *С приветом, бывший пиит, а ныне бухгалтер, сиречь книгодержатель*» — пишет он Абызову в 1960 г. Однако стихосложением после освобождения он заниматься перестал: «*Но лиру я давно сменял на счета / И звонких строк не в силах создавать*» (из письма 1960 г.).

Таков был неординарный выбор этого талантливого человека. В. Рутминский «реализовал не рутинную, среднюю норму поведения, обычную для данного времени и социума, а некоторую трудную и необычную, “странную” для других и требующую от него величайших усилий». Следуя этой мысли, «там, где для человека рутинной нормы нет выбора и... нет поступка, для “человека с биографией” возникает выбор, требующий действия, поступка» [Лотман, с. 366]. Среда, к которой принадлежал Рутминский, его дворянские корни («белая офицерская кость» — по отцовской линии и связь с оперным искусством — по материнской), собственные природные задатки — абсолютный поэтический слух и феноменальная память с раннего возраста формировали его интерес к художественному слову и поэтической форме. В силу унаследованных им культурных кодов Виктор Рутминский не вписывался в соцреалистическую модель литератора, его творческие интересы и потребности выходили за рамки новой системы культурной кодировки, и поэтому его поведение воспринимается как отступление от некоей социально фиксированной нормы. Наблюдая подобную поведенческую модель, хотелось бы связать ее со свободой выбора человека, смелым отторжением той профессиональной среды, где господствовали чуждые ему ценностные доминанты, однако, к сожалению, у талантливого литератора не получилось найти для себя адекватную социальную роль из предложенных ему обществом.

Но своих литературных изысканий Рутминский, конечно, не оставил. Занимался переводами с немецкого, польского, финского, которые изредка принимали к печати литературные журналы, в основном периферийные. Однокурсники и соратники по университетскому литературно-творческому кружку 1940-х гг., окрепшие профессионально в 1960–1970-е гг., занимавшие редакторские должности в уральской литературно-художественной периодике, советовали Рутминскому, дабы быть опубликованным, «писать о рабочих». Кроме переводов, он все свое свободное время посвящал изучению того, что увлекло его еще в школьные годы и не отпускало всю жизнь, — творчеству и судьбам поэтов Серебряного века.

В эпистолярных материалах, хранящихся в Бременском архиве, уральскому литературоведу принадлежит 39 писем и 6 открыток, адресованных другу в Ригу и датированных 1960–1980-ми гг. [Фонд Ю. И. Абызова].

Обращение к эго-документам позволяет проникнуть за кулисы внешней жизни человека, к событиям потаенной ее части, ее «внутренней истории», коей обычно богат «человек с биографией» [Лотман, с. 372]. Так, преподаватель бухучета Виктор Рутминский в другой своей ипостаси, более органичной его

характеру, желаниям, способностям и осознанному предназначению, являлся поэтом-переводчиком и литературоведом. Содержание переписки с университетским другом говорит не только о постоянном душевном дискомфорте человека, вынужденного заниматься «не своим делом», но и о тех путях, которые ему приходилось проходить в поисках нужных книг, авторов, журнальных публикаций и знакомств с издательствами.

В письмах 1960-х — начала 1970-х гг. доминирует тема переводческой деятельности. Главное стремление В. Рутминского в это время — утвердиться в качестве поэта-переводчика, и он рассчитывал на помощь более успешного в этом деле товарища. Уральский поэт-переводчик надеялся, что друг, занимающийся профессиональной редакторской работой, а также имеющий опыт переводческого сотрудничества с разными издательствами и, что немаловажно, живущий «поближе к Европе», поможет ему получить доступ к текстам зарубежных авторов. Особенно интересовали Рутминского, судя по письмам, переводы с польского языка. Эпистолярные материалы показывают будни переводческой работы, ее «кухню», трудности его «внутренней истории», подчас непреодолимые, но и увлеченность, погруженность в дело переводчика, его стремление к глубокому проникновению, прочувствованию чужих текстов.

Кстати, какой из польских журналов ты бы посоветовал мне выписать? Какой-нибудь один я бы, пожалуй, выписал на 1961 г. Чтобы там и проза, и стихи, и критика, в общем вроде наших толстых журналов. «Twórczość» — такой или нет? (из письма 1960 г.).

Не можешь ли ты помочь мне выписать из Польши стихи Камиля Циприана Норвида. Я его очень хочу переводить, он на русский никогда не переводился. <...> Еще меня интересуют рассказы Славомира Мрожека и — особенно — большие и малые пьесы (из письма 1963 г.).

Дела у меня вообще дрянь. В смысле текстов — полная недоступность: все-таки провинция. <...> Мы, переводчики, проклятая каста неприкасаемых в искусстве. Нам хуже, чем просто поэтам и прозаикам, даже заведомо плохим. <...> Я бы и в негры пошел, да кому в Свердловске негры нужны. Это тебе не столица. Перевожу (немного) Асныка и Норвида, которого все-таки достал <...> (из письма 1963 г.).

Ездил в Москву, договаривался о публикациях своих переводов Сл. Мрожека в журнале «Вокруг света». Познакомился с семьей переводчика Живова. Обнаружил у них множество книг на польском языке и пять изданий Норвида. Вот, где польских книг! Худо одно — в Свердловске не достать каких-нибудь польских новелл. <...> Хотел повидать Эрку Неизвестного⁶, но его, видимо, не было в Москве (из письма 1963 г.).

В Свердловске можно достать только каталоги польской литературы (изредка приходят в книжные магазины), на просьбы по московским адресам, указанным в каталогах, выслать книги, отвечают, что с частными лицами не торгуют. Через книжный магазин также заказать не удастся, т. к. там сообщают, что еще ни одной подобной

⁶ Семья Рутминского была знакома с жившей в Свердловске писательницей Беллой Дижур, матерью Эрнста Неизвестного, и самим скульптором.

заявки не удовлетворили. В «Белинке»⁷ — всего 100 книг польских авторов в переводах (из письма 1964 г.).

Я выписываю сведения из всех московских библиотек (о поступающих польских книгах), но их, во-первых, ничтожно мало... а, во-вторых, выписка по МБА (межбиблиотечный абонемент. — Ю. Р.) меня не устраивает. Пришлют недели на две и работой только в читалке. А я ишащу с 8 утра и часто до 10.15 вечера. <...> Такие-то, брат, дела (из письма 1964 г.).

Иногда Рутминский пишет в слегка ироничном стиле, о той же потребности в польских текстах и особенном своем интересе к личности и произведениям выдающегося польского поэта-романтика с драматичной судьбой, не получившего признания при жизни:

В остзейском городе Риге, где Вы изволите проживать, ляхи устраивают книжную ярмарку. Нельзя ли приобрести там вирши ляшского сочинителя Циприана Норвида, а также иных ляшских виршеписцев, изданных в серии «Poety polskie». <...> Интересуюсь книгами о Норвиде (из письма 1966 г.).

В Свердловск почему-то не завозят сборники «Мастерство перевода», а я их очень люблю и читаю с большим интересом, чем детективы Дж. Х. Чейза. Последний у меня — 1970 г., с тех пор так и не удаётся. Если будет возможность где-нибудь там, на западе, купить — осчастливь меня, ладно? (из письма 1974 г.).

В 60-е гг. XX в. ширится увлечение научной фантастикой, особенно популярны у советского читателя произведения Станислава Лема, которые охотно публикует литературно-художественная периодика, в том числе снискавший славу на этом поприще журнал «Уральский следопыт». Ю. Абызов довольно много переводил польского фантаста, Рутминский также испытывал интерес к его текстам, в связи с чем в их переписке довольно часто встречается имя писателя.

С радостью увидел отрывок из Лема в «Литгазете» в твоём переводе. Поздравляю. Будь другом, ответь мне на такие вопросы: 1) Имеешь ли ты контакт с Лемом? 2) Имеешь ли ты возможность достать польские тексты его новых вещей, в частности, роман «Солярис»? <...> Мы писали Лему с Румянцевым⁸ (он — по-русски, я — по-польски), но почти «на деревню дедушке» за незнанием адреса.... Ответа не было (из письма начала 1970-х гг.).

Советуется Рутминский со своим университетским товарищем и по вопросам техники переводческих приемов:

Сколько раз ты перепечатываешь перевод? <...> Начерно переводишь пером или сразу на машинке? <...> Мне кажется, я бы не смог сразу переводить на машинке. Я тогда не чувствую какого-то стилистического аромата (из письма 1963 г.).

⁷ Свердловская областная библиотека им. В. Г. Белинского.

⁸ Лев Румянцев (1924–1995) учился вместе с В. Рутминским в университете в 1940-е гг. В рассматриваемый период — заведующий отделом прозы и поэзии журнала «Уральский следопыт».

Часто встречается в эпистолярных текстах профессиональный сленг:

Перепер я, интереса ради, две теле-пьески Лема из сборника «Nas Ksiezycowa» («Верный робот» и еще одну). Пьески хороши! <...> По-моему, писал тебе, что открыл для себя Яна Парандовского. Писатель — во! (из письма 1964 г.).

Я сейчас перепер полкниги стихов Аснька (больше ради практики), на подступах к Норвиду (он трудный поэт, труднее Тувима, потому-то современники его и не приняли). <...> Сейчас здесь, в Березниках, работаю над «Zegarem stoniecznym» Яна Парандовского. <...> Мир там наблюдается глазами ребенка, они очень тонко и изящно написаны (из письма, написанного в командировке, 1964 г.).

Знаешь ли ты что-нибудь о Джо Алексе, он же Мацей Сломчиньский (кроме того, что он отлично перевел «Улисса»). Я перепер его роман «Смерть говорит от моего имени», но пока он еще не напечатан, боюсь взглянуть (открытка от 26 декабря 1971 г.).

Время — второй по значимости, после оригинальных текстов западных авторов, дефицит для переводчика Рутминского:

Я ведь совслужащий и со временем у меня чистый гроб. Я имею ежевечерне час, максимум два. Моя производительность в это время страниц пять начерно. <...> Конечно, если б забюллетенить дней на 10–11, я бы за это время горы своротил... (письмо не датировано).

В 1962 г. В. Рутминский взялся переводить внушительный по объему (600 страниц) фантастический роман К. Боруна и А Трепки «Проксима» [Неоконченное письмо..., с. 185]. Опыт был неудачным, причем не получилось и реализовать изначальный план совместного перевода с Ю. Абызовым:

Касательно «Проксимы» мы яро трудимся над нею. Не продам? Чорт (так в тексте. — Ю. Р.) с ним! Хоть польский вспомню как следует! Я уже на 80-й странице. <...> За вечер — страниц 7–8. Хоть времени часа 2–3, не боле, за вечер-то (письмо не датировано).

В ответных письмах (их сохранилось лишь несколько, в машинописных копиях) Ю. Абызов рассказывал о своей переводческой работе, делился планами напечатать произведения С. Лема в журналах «Урал» или «Уральский следопыт», предлагал (а затем высылал в Свердловск, судя по свидетельствам переписки) тексты латышских поэтов с подстрочником, подшивки польских журналов «Литературный мир» за 1970-е гг. др.

В одном из посланий встречаем дружеские советы Абызова, как более осведомленного в издательских правилах и порядках работы журнальных редакций:

Вот ты спрашиваешь, что делать, чтобы протолкнуть или пристроить что-либо. И Бреза хорошо и Мружек того лучше. А и Норвид прелесть. Так что с того? Твои действия — это так наз. «самотек». А он учитывается только там, где речь идет об оригинальной литературе. Переводная же вся планируется заранее, за 3–4 года. И значит надо быть вблизи от людей, планирующих или рецензирующих, или редактирующих, или руку на пульсе держащих. А как это делать живучи в провинции? Таки трудно. <...>

Сделай штуки две-три. <...> Пусть имя твое примелькается... <...> И отпиши мне, есть ли у тебя стихозы Оси Бродского (из письма 1964 г.).

Обменивались друзья результатами разыскания ранних публикаций и самиздата поэтов Серебряного века:

Ходасевич — это очень здорово! Заранее большое спасибо! Что я могу в свою очередь предложить? Николай Олейников нужен? Только кивните — сей момент пришло. Имеются «Воронежские тетради». Экземпляр малость с враньем (перепечатывал человек не шибко грамотный), но в общем ничего (из письма Абызова 1963 г.).

На что Рутминский ответил:

Огромное спасибо за вирши Н. Олейникова. Прелесть!;

«Воронежские тетради» Осипа Эмилевича... имею в довольно хорошем виде, с вариантами в копии с подлинной рукописи, сделанной понимающим человеком. Еще ты мне когда-то сулил «Столбцы». Помнишь? (письма не датированы).

В письмах Рутминского 1970-х гг. чувствуется угасание энтузиазма и разочарование, потеря надежды добиться признания на переводческом поприще: «Переводить я почти начисто бросил... гиблое дело» (из письма 27 декабря 1974 г.).

Слышатся в этих письмах и отголоски творческих кризисов:

Я все больше прихожу к выводу, что перевод вообще мало возможная вещь. Каждый раз это необъяснимое чудо. <...> А когда это сплошь брак по принуждению, исключаящий любовь — откуда будут красивые дети? Проклятье Вавилона тяготеет над нами (из письма 1981 г.).

Совсем в другое время, в интервью 1990-х гг., Виктор Сергеевич поделился своим ощущением уникальности труда переводчика:

Поэт-переводчик — это самая, можно сказать, неблагодарная работа. Она требует максимальной квалификации, невероятной работоспособности, еще какой-то интуиции особой. <...> Поэт-переводчик должен владеть всеми формами, потому что при переводе могут встретиться самые разнообразные формы, знать теорию и технику стиха. Просто поэт может этого не знать, он сам себя выражает. А я должен выразить Данте, Рильке, Норвида [Рутминский, 2008].

Ироничная подпись, встречающаяся во многих его письмах: «С КомПлам-Пролетприветом бывший пиит, а ныне трудящийся Востока» — это не фигура речи. Редкие публикации стихотворных переводов Рутминского появлялись в 1960–1970-е гг. в журналах «Ашхабад», «Звезда Востока», «Простор». Из того же интервью 1990-х гг.:

Меня почему-то Средняя Азия в основном печатала. Журнал «Памир». Там Марианна Владимировна Фофанова была редактором отдела поэзии, она, видимо, понимала, что к чему. Она у меня и Рильке печатала и Норвида. К сожалению, в Свердловске этот журнал мало кто покупал и читал [Там же].

В семейном архиве Виктора Сергеевича сохранилось неотправленное письмо Корнею Чуковскому, опубликованное в сборнике его избранных переводов [Неоконченное письмо...]. Это потрясающее по искренности и пронзительной откровенности обращение за советом и пониманием, где в каждом слове — любовь к своему предназначению и боль из-за невозможности его реализовать. Письмо написано, предположительно, в конце 1960-х гг., когда неоднократные попытки опубликовать переводы разбивались о вежливые, официальные отказы из журналов «Иностранная литература», «Новый мир», «Знание — сила», «Урал», «Дружба народов» и др.

В письме Чуковскому Виктор Сергеевич рассказывает о своей судьбе:

Может быть, это покажется Вам нескромным с моей стороны, но я считаю, что природа создала меня переводчиком. <...> Но жизнь сложилась иначе. <...> Долгие годы я был коллегой небезызвестного Ивана Денисовича [Там же, с. 183].

И о поисках себя:

С 1959 г. пытаюсь сделатья самим собой, но это мне мало удается. Мне хочется, чтобы не пропали втуне ни мои природные способности, ни память, ни начитанность (о таланте — есть он или нет — я говорить не в праве). Я не писатель по многим причинам, в числе их и такая: охоту выразить свое «я» у меня основательно отбили. Но более важная: мне больше нравится перевоплощаться, у меня, мне кажется, есть чувство стиля. Если «переводчики — почтовые лошади просвещения», мне кажется, я лошадь недурных кровей. Лошадь еще и потому, что работать я могу, как лошадь. В этом моя жизнь. Как переводчик я нечто, вне этого я — ничто. Но не стоит себя хвалить, простите меня [Там же, с. 184].

И, конечно, о своей работе, своем деле. О первом заказе в 1959 г. на перевод нескольких стихотворений финского поэта Эйно Лейно, напечатанных в сборнике «Избранное», благодаря чему «чувствовал себя человеком, чувствовал себя на своем месте». О «наслаждении и трудностях» перевода с польского:

Я много переводил поляков: стихи и прозу (польский язык я знаю). Переводы «Сказок роботов» Лема у меня печатались изредка в газетах Свердловска. Один из наших журналов отказался от моего перевода двух чудесных сказок из этого цикла по причине... чрезмерной интеллектуальности их. <...> С наслаждением переводил чудесные рассказы Яна Парандовского, но везде мне говорили: его тематика будет неинтересной нашему читателю [Там же, с. 185].

О стремлении уловить «подлинную интонацию» одного из самых любимых и малоизвестных советскому читателю польских поэтов Камиля Циприана Норвида, сведения о котором он тщательно собирает много лет [Там же]. А также еще и о том, что жизнь перевода коротка, признание не приходит к переводчикам через многие годы, как это бывает у поэтов, потому что «...каждой эпохе бывает нужен свой перевод <...>. Пролежав полвека в ящике письменного стола, перевод может

и умереть» [Неоконченное письмо..., с. 187]. Делится Рутминский с известным писателем и единственным своим крупным успехом — принятой к изданию, переведенной им книги «польского атеиста»⁹: «...это все-таки не перевод художественной литературы, хотя я и этому рад до смерти» [Там же]. Письмо, видимо, писалось в эмоционально-сложном, рубежном состоянии, как последняя, отчаянная попытка найти ответ:

...не отказаться ли от бесплодных попыток пробить лбом бетонную стену. Но это значит — отказаться от содержания всей своей жизни и — не будем бояться громких выражений — морально умереть [Неоконченное письмо..., с. 187–188].

Рвущейся струной звучат последние строчки обращения к мудрому коллеге:

Мне не нужны ни слава, ни деньги... Я бы рад и безымянно работать... лишь бы мой труд, моя любовь не пропадали втуне. Но где найти такого Кристиана мне, новоявленному Сирано? [Там же, с. 188].

Признание все же пришло к В. С. Рутминскому, но уже на исходе прошлого века и на закате его собственной жизни. В 1990-е гг. он наконец смог донести до слушателей огромные знания о М. Волошине, О. Мандельштаме, В. Брюсове, К. Бальмонте, З. Гиппиус, Н. Гумилеве и других поэтах эпохи Серебряного века, реализовать свой самобытный и редкий лекторский дар, читая лекции студентам вузов Екатеринбурга и на Свердловском областном радио. В 1999 г. В. С. Рутминскому была присуждена губернаторская премия «За достижения в области литературы и искусства». В 2000 г. вышло миниатюрное 5-томное издание очерков о поэтах Серебряного и постсеребряного века [Рутминский, 2000а, б]. Уже после ухода Виктора Сергеевича Рутминского из жизни в миниатюрном издании были опубликованы «Польские повести»¹⁰, стали доступны читателям его главные труды, содержащие 44 блестящих очерка о поэтах золотого, Серебряного и постсеребряного века, 54 часа аудиолекций, переводы и 10 видеодисков с его лекциями и выступлениями, благодаря которым сегодня возможно увидеть живого Рутминского, услышать его глуховатый голос и характерные интонации, передающие стихотворные ритмы любимых им поэтов [Рутминский, 2008; 2011а, б; 2013; Рутминский просвещает...]. Увековечена память литературоведа и в названии улицы одного из новых районов Екатеринбурга — улица Рутминского. Она замыкает поэтический квартал, украшенный именами Волошина, Ахматовой, Цветаевой...

Абызов Ю. И. // Издательство «Русский путь»: [сайт]. URL: Абызов Ю. И. (gr-net.ru) (дата обращения: 27.11.2020).

⁹ Хмелевский Г. Христианство и религии мира / пер. с польск. В. Рутминского. М., 1968. 192 с.

¹⁰ Завейский Е., Ставицкий Е. С., Нарбутт Е. Польская послевоенная повесть / пер. с польск. В. Рутминского. Екатеринбург: [Омск], 2002. 208 с.

Докладная записка и. о. начальника Управления Министерства государственной безопасности Свердловской области полковника Милицына, начальнику 5-го Управления Министерства государственной безопасности СССР генерал-лейтенанту Дроздецкому «О фактах идейно-политического и морального разложения среди части преподавательского состава и студентов Уральского государственного университета им. Горького» // Фонды Музея истории УрГУ.

Лотман Ю. М. Литературная биография в историко-культурном контексте // Лотман Ю. М. Избранные статьи: в 3 т. Т. 1: Статьи по семиотике и типологии культуры. Таллин, 1992. С. 365–376.

Мангейм К. Проблема поколений // Новое лит. обозрение. 1998. № 2 (30). С. 7–47.

Неоконченное письмо, не отправленное адресату // Рутминский В. С. Избранные поэтические переводы. Екатеринбург, 2013. С. 183–188.

Русина Ю. А. Рифмы жизни. История студенческого литературного кружка УрГУ (середина 1940-х гг.) // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер 2 : Гуманитар. науки. 2011. № 4 (96). С. 269–285.

Русина Ю. А. «Литература — это для меня жизнь». Дело Виктора Рутминского // Вестн. Урал. отд-ния РАН. Наука. Общество. Человек. 2013. № 2 (44). С. 145–153.

Рутминский В. С. Беседы о русской поэзии : компакт-диск (DVD). 2008.

Рутминский В. С. Избранные переводы. Екатеринбург, 2013. 256 с.

Рутминский В. С. Поэты постсеребряного века : в 2 т. Екатеринбург, 2000а.

Рутминский В. С. Поэты Серебряного века : в 3 т. Екатеринбург, 2000б.

Рутминский В. С. Русские поэты. XIX век: Первым был век золотой. Екатеринбург, 2011а. 256 с.

Рутминский В. С. Русские поэты. XX век: Серебряный век. Постсеребряный век. Екатеринбург, 2011б. 488 с.

Рутминский просвещает, поет, озорничает... почти PostScriptum. Записи 80–90-х годов XX века (из семейного архива) : компакт-диски (DVD).

Самойлов Д. Памятные записки. М., 1995. 480 с.

Фонд Ю. И. Абызова // Архив Исслед. центра Вост. Европы при Бременском ун-те (Бремен, Германия). FSO (Forschungsstelle Osteurope). 01–117/2.

Чудакова М. Заметки о поколениях в советской России // Новое лит. обозрение. 1998а. № 2 (30). С. 73–91.

Чудакова М. Российское общество в воротах XXI века // Неприкосновенный запас. 1998б. № 2. С. 83–89.

Шанин Т. История поколений и поколенческая история // Отцы и дети: поколенческий анализ современной России. М., 2005. С. 17–38.

Юрий Абызов — Давид Самойлов : переписка. Таллин, 2009. 268 с.

Статья поступила в редакцию 14.12.2020 г.

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.013

УДК 821.161.1-14 + 94(470)“19/...” 343(09) + 808.1

М. О. Граматчикова

Т. А. Снигирева

МОТИВ МОЛЕНИЯ О ЧАШЕ В ПОЭЗИИ УЗНИКОВ ГУЛАГА

Предпринято исследование поэзии узников ГУЛАГа в аспекте функционирования в ней библейского мотива моления о чаше. Исходной научной гипотезой стало предположение о близости этого явления русской поэзии середины XX в. к традиции духовной поэзии, которая характеризуется, по определению Ф. И. Буслаева, тем, что соединяет в себе «поэтическое творчество и просвещенную христианскую мысль». Одновременно путем анализа творчества Н. Ануфриевой и А. Солодовникова показано, что поэты-узники, при всей приверженности к канонической трактовке библейского сюжета, позволяют себе индивидуальную интерпретацию его, оправданную как особенностями времени, так и личным опытом.

К л ю ч е в ы е с л о в а: моление о чаше; поэзия ГУЛАГа; Н. Ануфриева; А. Солодовников; духовная поэзия; традиция

Гефсимания в рецепции культуры — один из важнейших сюжетов евангельской истории, поскольку дает возможность трактовки образа Христа как личности сложной, мятущейся и сомневающейся. Для искусства XX в. обращение к ситуации «моления о чаше», являющейся кульминацией гефсиманского комплекса, открыто связано с постановкой вопроса об экзистенциальном одиночестве человека в момент выбора. Возможность проекции библейского мотива на поэзию середины века осложнена неоднородностью, разновекторностью поисков. Особенностью литературной ситуации 1930–1940-х гг. является не только одновременное осуществление ее в трех формах (подцензурная официальная литература, литература русской эмиграции и литература «духовного сопротивления» или «потаенная» литература), но и то, что эти десятилетия отмечены сложным взаимодействием, вплоть до столкновения, нескольких литературных поколений, духовные ценности и культурные традиции которых были принципиально различны. Гефсиманское моление — подчеркнуто переломный, кризисный момент человеческой жизни, который, по К. Ясперсу, может быть связан только со страданиями/смертью/чувством вины, что для поэзии ГУЛАГа, создававшейся в условиях физической несвободы, на каждодневной тонкой грани между жизнью и смертью, стало особо значимым. В отличие от официальной советской поэзии, которая в трактовке моления о чаше открыто ниспровергала религиозный канон (Н. Асеев, Э. Багрицкий, М. Исаковский), а также от поэзии русского зарубежья

ГРАМАТЧИКОВА Мария Олеговна — соискатель кафедры русской и зарубежной литературы Уральского федерального университета (e-mail: lovelymeri@mail.ru).

СНИГИРЕВА Татьяна Александровна — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русской и зарубежной литературы Уральского федерального университета; ведущий научный сотрудник центра истории и литературы Института истории и археологии УрО РАН. ORCID: 0000-0003-3795-963X (e-mail: tas0905@rambler.ru).

© Граматчикова М. О., Снигирева Т. А., 2021

(назовем только два имени — З. Гиппиус и Е. Кузьмина-Караваева) и оставшихся в России А. Ахматовой и Б. Пастернака, давших поэзии высокие образцы индивидуально-авторских трактовок мотива, пишущие стихи в лагере были в основном ориентированы на традиционное осмысление библейского сюжета¹, что позволяет современным исследователям отнести творчество некоторых поэтов-узников к варианту «духовной поэзии»². Думается, что назвать поэзию, о которой пойдет речь, в строгом смысле «духовной» нельзя, поскольку ей не свойственен поэтический «аскетизм», в ней ослаблено проявление эмоционально-душевных переживаний, но в контексте поэзии 1930–1940-х гг. она, безусловно, видится весьма близкой к этому направлению отечественной поэзии. Архимандрит Рафаил (Карелин) так характеризует духовные стихи: «Эта поэзия не дает человеку душевного наслаждения. В ней отсутствует, из нее как бы вычеркнуто и выброшено все то, что делает привлекательной и чарующей поэзию мирскую: отсутствуют душевно-ассоциативные связи, неожиданные сравнения и метафоры, которые являются скрытыми парадоксами поэзии, страстные и яркие образы, от которых душа напрягается, как струны скрипки, во внезапном порыве чувств» [Н. А. Бердяев и единство европейского духа, с. 29]. В современной филологии интерес к духовной поэзии подкрепляется новыми источниками: и творчеством авторов, ранее запрещенных, и появлением поэтов, не чуждых духовной поэзии (О. Седакова, Ю. Кублановский, Вениамин Блаженный и др.). Серьезный материал представила публикация антологии стихотворений узников ГУЛАГа, вышедшая в 2005 г. тиражом 2500 экземпляров в издательстве «Материк», под редакцией С. С. Виленского. Это пока единственная попытка максимально полного собрания лагерной поэзии времен политических репрессий. Сборник включает в себя более 300 имен, авторы расположены в хронологическом порядке (но не по году рождения, а по году осуждения или расстрела), с начала репрессий до 1953 г. Особенностью антологии является соседство известных имен и авторов не только малоизвестных, но часто не являющихся профессиональными литераторами. Поскольку ситуация «поэтическое слово, рожденное в нечеловеческих условиях» во многом является определяющим принципом отбора материала, то в антологии есть стихи, опубликованные «по памяти», сохраненной с лагерных времен, и стихотворения, у которых «автор неизвестен». Временные рамки ограничены смертью Сталина, поскольку, по мнению составителя, поэты-диссиденты сталкивались уже с другими испытаниями, их творчество — это лагерная поэзия «времен застоя и распада», масштабы репрессий изменились, изменилось и отношение к репрессированным авторам. Несмотря на то, что в сборнике 992 страницы, это только осколки того огромного поэтического архипелага, что навсегда остался и,

¹ О типологии традиционных и индивидуально-авторских контекстов и смыслов библейских вариаций см.: Радь Э. А. История «блудного сына» в русской литературе: модификации архетипического сюжета в движении эпох: автореф. дис. д-ра филол. наук. Саратов, 2014.

² «Духовные стихи — песни духовного содержания, в основе которых положены сюжеты из христианской литературы, обработанные в стилистике жанров нар. и проф. поэзии: былин, древнерус. покаянных стихов, виршей и псалмов, а также жанров рус. классической поэзии» [Уральская историческая энциклопедия, с. 190].

возможно, останется недоступным для читателя. Составитель дает особую номинацию этому колоссальному труду — «мартиролог — книга Памяти».

Современный исследователь ГУЛАГовской поэзии Д. В. Сапина замечает: «Если в экзистенциализме речь идет о ситуации, о некоем кризисном моменте в жизни человека, то в поэзии ГУЛАГа пограничная зона становится постоянным местом пребывания героя» [Сапина, с. 198]. Поскольку реально несвободу преодолеть невозможно, то личность, пытающаяся сохранить в себе человечность, ищет выход в духовной сфере, стараясь отстоять внутреннюю свободу, и Слово становится доказательством «самости», непокорности, индивидуальности. Г. Померанц, размышляя о поэзии узников ГУЛАГа, точно определил ее пафос: «Поэзия человеческого достоинства в аду. Поэзия пограничного состояния, когда дух алчет утешения вечности, но еще не в силах выговорить слово “вечность”» [Померанц, с. 248]. Наряду со Словом сохранить человеческое достоинство в аду помогала Вера, поиск утешения в «вечности». По определению Ф. И. Буслаева, духовная поэзия соединяет в себе «поэтическое творчество и просвещенную христианскую мысль». Именно творчество и религию сами заключенные называли единственными доказательствами собственной свободы, утверждением ценности человеческой личности.

Показательны названия трудов, посвященных этой лагерной тематике: А. Я. Истогина «Цветущий терновый венец» [Истогина], М. Тимонина «Но чаша лишь одна» [Тимонина], В. М. Акаткин «Голгофа боли и любви» [Акаткин, 2004], «Свет надежды» [Акаткин, 2000], что не случайно: комплекс Гефсимании — один из важнейших в произведениях лагерной поэзии. Гефсиманская атмосфера пронизывает в той или иной форме весь сборник стихотворений узников ГУЛАГа: чувство предельного одиночества, близости смерти, ежедневная ситуация нравственного выбора, страстное желание изменить (или понять) свою судьбу, отказ от такого мученического креста или смиренное принятие. Особо сильно комплекс мотива моления о чаше явлен в духовной поэзии двух узников ГУЛАГа, которые отбывали срок в 1930–1940-е гг., — у Натальи Ануфриевой и Александра Солодовникова.

А. Солодовников был воцерковленным человеком. Когда его арестовали в 1938 г. и отправили на Колыму, религия занимала важное место в его жизни, как и литература. Исследователи отмечают, что для лагерной сталинской литературы часто важен не только метафизический, поэтический опыт автора, но и его биография. Поэт лишился во время страшного голода в Москве младшего сына, а в начале 1930-х гг. умирают его родители и девятилетняя дочь, в связи с чем стихотворение 1934 г., написанное еще до ареста, наполняется особым смыслом:

Как Ты решаешь, так и надо.
Любою болью уязви.
Ты нас ведешь на свет и радость
Путями скорби и любви.

Сквозь невозвратные утраты,
Сквозь дуновение черных бед

В тоске взмывает дух крылатый
И обретает в скорби свет.

Из рук Твоих любую муку
Покорно, Господи, приму.
С ребенком смертную разлуку,
Темницу, горькую суму.

И, если лягу без движенья,
Когда я буду слеп и стар,
Сподоби даже те мученья
Принять, как благодатный дар.

Как Ты решаешь, так и надо.
Любою болью уязви.
Ты нас ведешь во свет и радость
Путиами скорби и любви [Солодовников].

Гефсиманские в стихотворении не только интонация и атмосфера, но и лексика, лирический герой готов пройти «путями скорби», пребывать в тоске, т. е. пережить то, что было даровано Христу (ср. в Евангелии от Матфея: «...взяв с Собою Петра и обоих сыновей Зеведеевых, начал скорбеть и тосковать. Тогда говорит им Иисус: душа Моя скорбит смертельно» (Мф. 26:37)). Кольцевая композиция подчеркивает абсолютное доверие воле Божьей, никакого сомнения: лирический герой с безусловностью соглашается на все испытания. Однако если в первой строфе Солодовников употребляет союз «на»: «Ты нас ведешь *на* свет и радость/Путиами скорби и любви», то в финале это союз «во»: «Ты нас ведешь во свет и радость/Путиами скорби и любви». Второй вариант грамматически неверен, нельзя вести человека «во свет», поскольку свет — непространственная категория. Но автору важно показать, что сначала свет Божий понимается бытово, как солнце, как маяк, на свет которого можно идти. В финале для героя, прошедшего сквозь свое гефсиманское искушение («невозвратные утраты», «дуновенье черных бед»), «свет» становится топосом, в который можно и должно войти путем страданий. Об особом хронотопе в поэзии Солодовникова писала И. В. Комарова: «Перефразированное обращение к Богу, созвучное богослужебным текстам, высвечивает семантику преображения природы Христом, становится неотъемлемой константой “хоротопа” в художественном пространстве Солодовникова. Физическое пространство благодаря наличию “хоры” становится храмом, где действуют свои законы, где иерархию пространства можно постичь только духовным зрением» [Комарова]. Так, гефсиманский смысл стихотворения «Ночь под звездами» становится вполне ясен, когда видишь дату и место написания стихотворения: «1940. Колыма. Ночная смена». Вдохновенную хвалебную песнь автор сочинил, когда дежурил ночью в лагере. Контраст между утверждением света и реальностью сопряжен той черной бездне, в которой Христос в Гефсиманском саду сияет одиноким лучом света (именно так изображают его многие живописцы). Пример Спасителя не просто вдохновляет автора и лирического героя, слитых воедино, но сподвигает на повторение его опыта, на со-распятие,

благодаря чему рождается новый взгляд на мир: в бездне лагерной повседневности человек научается видеть отголоски вечности. Цикл «Тюрьма» весь строится на контрасте/соположении мира горного и мира дольного. В стихотворении «Лен, голубой цветочек», открывающем цикл, автор использует прием олицетворения: судьба льна становится символом судьбы поэта. Дважды использованная градация («мнут тебя, треплют и мочат», «чтобы стать драгоценною тканью, что бела, и тонка, и прочна») усиливает интонацию сострадания и в то же время убежденности в том, что эти муки необходимы. Аллитерация «т», «п», «р» создает ощущение ударов, трепания, вычесывания, мученическое превращение льна в ткань ощутимо почти физически. Единственное восклицание в третьей строфе — это прямое моление о чаше: «Трепли, трепли меня, Боже! / Разминай, как зеленый лен. / Чтобы стал я судьбой своей тоже / В полотно из травы превращен» [Поэзия узников ГУЛАГа, с. 519]. Олицетворение оборачивается прямоговорением: только пройдя мученичество, можно осуществить свое истинное предназначение — лечь в основу левкаса на иконе или стать хитоном Божиим.

Цикл «Тюрьма» открывается эпиграфом из Псалмов Царя Давида: «Благо мне, что я пострадал, дабы научиться уставам Твоим» [Там же, с. 516]. Эта цитата полностью определяет смысл и интонацию всех стихотворений цикла: герой благодарит Бога за чашу страданий, которая выпала на его долю, что, возможно, является единственным примером жизнеутверждающей традиционной интерпретации Гефсимании в поэзии 1930–1940-х гг.: «Решетка ржавая, спасибо, / Спасибо, старая тюрьма! / Такую волю дать могли бы / Мне только посох да сума!» [Там же]. Открытая отсылка к стихотворению «Не дай мне Бог сойти с ума» (лексика, размер — четырехстопный ямб) оборачивается не столько диалогом, сколько спором с Пушкиным. По сути, лирический герой Солодовникова призывает и принимает то, что отторгал поэт XIX в. Для героя гулаговской поэзии возможность избежать болезнь, приняв «посох и тюрьму», не вызывает чувство ужаса, он берет на себя «все томленье духа / С Екклезиаста до меня» [Там же]. Нечеловеческие испытания стали нормой для XX в., более того, лирический герой не только не теряет разум, но обретает мудрость. Контраст с пушкинскими классическими формулами подчеркивает, с одной стороны, насколько немислимы были те условия, в которых жили лагерники, а с другой — демонстрирует свободу и силу духа, которую можно обрести благодаря этим испытаниям.

Четвертое стихотворение цикла «Святися, святися» вновь во многом построено на олицетворении и аллегориях, вновь соединяет духовные христианские мотивы с природными образами («повилика», «нарцисс», «пучочки трав»). Обилие уменьшительно-ласкательных суффиксов демонстрирует трогательную нежность лирического героя к окружающему природному Божьему миру, обнажает жизнь живой души, не сломленной «железной решеткой» системы. Не скупясь на описание жутких картин лагерной действительности («темница чем жестче, суровее и темней», «чем яростнее крики и толще прут в окне» [Горева, с. 517]), автор намеренно подчеркивает, что он благодарен памяти природного мира. Показательно, что наиболее частыми в стихах А. Солодовникова становятся те образы природы, которые характерны для Евангелия: птицы, цветы, небо, земля,

сад, деревья. Символика дерева особо важна автору, поскольку позволяет ввести традиционный аллегорический образ заботливого садовника-Отца, который срезает «побеги счастья», не дав им развиться, отбирает свободу, семью и через испытание болью жизни заставляет потерять своего «внутреннего ребенка». Однако союз «но» разделяет стихотворение на две строфы, мучительная, трагическая, сомневающаяся интонация уходит, остается утверждение смирения и принятия воли: «Но я люблю Тебя, Отцовская рука, / Мне наносящая пронзительные раны. / И сердце полнит мне блаженство, не тоска. / Люблю Тебя, люблю, / и в гимнах славить стану» [Солодовников].

А. Солодовников испил чашу мук до дна, проведя на Колыме более шестнадцать лет (шесть лет на рудниках, с которых почти никто не возвращался, и более десяти лет на поселении), его творчество стало известно благодаря публикации сборника «Слава Богу за все!», который появился на страницах второго церковного журнала «Кормчий» в 1996 г. Смирение с высшей волей, благодарность и готовность пить чашу до дна свойственны как поэзии, так и жизненному поведению автора.

Свой духовный путь прошла и поэтесса, узница ГУЛАГа Наталия Ануфриева. Если в биографической справке С. Виленского об А. Солодовникове говорится, что он «человек глубоко религиозный» [Поэзия узников ГУЛАГа, с. 515], то про Н. Ануфриеву можно сказать так, как ее учитель М. Волошин говорил о себе, называя личные поиски пути «блужданиями духа». Только в ГУЛАГе она стала называть свои стихотворения «духовной поэзией», сосредоточившись на проблеме трагического выбора как существенного элемента комплекса Гефсимании. Если В. Шаламов был уверен, что лагерный опыт только разрушает человеческую природу, то Ануфриева, скорее, согласилась бы с мыслью А. Солженицына о возможности одухотворяющей силы тяжелых испытаний. Трагическое понимание того, что нет дна у чаши, тяготит лирическую героиню, о чем свидетельствуют строки о расставании с любимым человеком, предательстве, тяжелые мысли о судьбе России и какое-то подспудное предчувствие еще больших страданий и бесконечности человеческого терпения: «Как больно знать, что нет совсем предела / Тому, что может вынести душа» [Ануфриева, с. 253]. Т. Колошук отмечает, что сам путь к принятию своего креста — закономерное явление для лагерных поэтов: «Примечателен экзистенциальный сдвиг в сознании узников: они нередко приходят к выводу о неизбежности и благотворности мучительных уроков, связанных с “мраком” ГУЛАГа» [Колошук, с. 58]. Стихотворение «Воля Твоя да будет», написанное через несколько месяцев после ареста, свидетельствует о начале духовного изменения поэтессы: «Не увидеть, как в поле над рожью / Гаснет вечер, печаль тая... / О, как трудно сказать мне, Боже: / Да будет воля Твоя!» (1937, Ярославская тюрьма) [Поэзия узников ГУЛАГа, с. 319].

Горькое признание о еще недостаточной внутренней готовности принять «волю Твою» объяснено перечислительным воспоминанием того, что дорого героине, но теперь навсегда недоступно: она не сможет встретить зарю, увидеть поля, вдохнуть «вечерней прохлады». Многоточия постоянно прерывают ее размышления, удерживают течение времени, показывают, как ей дороги эти воспоминания.

Смысл сквозных образов звезды, снега, заката и рассвета, характерных для поэзии Н. Ануфриевой, меняется в зависимости от времени, проведенного в неволе. Так, образ звезды как символа воли Господа, просиявшей для героини в начале страдальческого пути, спустя два года заточения наполняется иным значением: «Но какой печальной звездой / Ты в ночи сияешь, Колыма!» [Ануфриева, с. 321]. Если Солодовников сразу с благодарностью воспринимает выпавшие на его долю испытания, то Ануфриевой приходится мучительно расти, чтобы суметь подняться до такого же принятия и благодарности. И если у Солодовникова в поэзии показан только итог его страданий, уже переосмысленный и преображенный внутренним светом опыт, то у Ануфриевой поэтически изображен и осмыслен путь духовного преображения: от ощущения несправедливости, боли, потери надежды, полного отчаяния, «смятения и бреда» до готовности вынести все: «Больше нет смятения и бреда, / Я уже предчувствую зарю, / И за все, что Ты мне дал и не дал, / Господи, Тебя благодарю» (Январь 1939. 7-й километр) [Поэзия узников ГУЛАГа, с. 321].

Еще один образ, который становится лейтмотивным в стихотворениях поэтессы 1930-х гг., — образ горения (свечи, заката, звезды) вопреки тьме и мраку вокруг. Горение лирическая героиня воспринимает как вызов тому холодному мрачному миру, в котором она оказалась: «Гори ж мое сердце свечою / На зимнем холодном ветру!» Символика горения или свечи (огня) значима для христианской религии: «Как образ духовного света во тьме невежества, свеча является важнейшим символом христианских традиций, являясь эмблемой Христа, Церкви, Благодати, Веры и Свидетельства. В более частном смысле свеча краткостью своего существования символизирует одинокую трепетную человеческую душу» [Тресиддер, с. 448]. Можно говорить о соединении обоих значений в поэзии Н. Ануфриевой: лирическая героиня одновременно ощущает себя одинокой и беззащитной, но осознает свою жизнь как свидетельство веры.

И у Ф. Достоевского, и у М. Волошина (двух главных учителей поэтессы) символика огня дается в религиозном контексте, сохраняя свою двойственную природу (в том числе разрушающую): в их творчестве огонь — и символ перерождения, и возможность опалить себя «огнем покаяния». Значимость обоих художников для творчества и судьбы поэтессы подтверждается высказываниями самой Н. Ануфриевой. Достоевский как автор, который не раз провозглашал страдания главной очистительной силой, был «вечным спутником» поэтессы, которая признается: «Окончив книгу, я записала в своем дневнике, что, может быть, есть много писателей выше Достоевского, но ближе мне нет никого. Эта мысль, высказанная в пятнадцать лет, оказалась черной: Достоевский был со мною почти всю мою жизнь...» [Ануфриева, с. 168]. М. Волошин первый оценил ее стихи, и за хранение именно его поэтических произведений Н. Ануфриева подверглась репрессиям, о чем свидетельствует В. Шенталинский: «Пронзительные, обличающие подпольные стихи Волошина тех лет доходили до Натальи Ануфриевой и были для нее образцом не только высокой поэзии, но и личного мужества. В одной из ее тетрадей, изъятых при обыске, читаем: “У М. В., переложившего мудрые вещания Достоевского в четкие и простые стихи, есть стихотворение “Русь гулящая”. Буйствует, пьянствует Русь, а после бьется в иступлении, плачет

о каких-то “расстрелянных детях”, и из самого сердца вопль: “Пусть всемирно, всесветно, всезвездно / Воссияет правда Твоя!..” [Шенталинский]. Возможно, эти строки и есть ключ к пониманию художественного мира поэтессы: она видит ужас, мрак, черноту, но сквозь все это проступает абсолютно волошинское провозглашение славы Божьей не просто сквозь мрак, а только во мраке и возможной. Для самоопределения Н. Ануфриевой характерно постоянное сопоставление своего страдальческого пути с самым высоким образцом. В стихотворении «Тюрьма как склеп. Не молчаливый гроб ли?» (1939) она прямо называет день Гефсиманского моления: «Так тих закат, как будто в небе ясном / Горит свеча Страстного четверга... / Прости меня. Мой путь страстной и страстный. / Открой душе иные берега [Ануфриева, с. 321]. И как молитва Христа в этот день началась своеволием, так и ее «страстная» молитва завершается не типичным для духовной поэзии принятием воли, а личной просьбой-требованием: «открой душе иные берега». Тишину, о которой просит героиня, она начинает жаждать уже в 1938 г., когда утверждает, что в приговоре «К расстрелу» есть «глубокая тишина». И молчание («не молчаливый гроб ли?») противопоставлено тишине, потому что молчания нет в духовной жизни лирической героини: она все время находится в непрестанном диалоге с Богом. Эти молитвы наполнены тем единственным возгласом, которым традиционно завершаются обращения к Богу: «не моя воля, но Твоя да будет» (Лк. 22:42). Горение соединяется с судьбой, прохождением по единственному возможному «голгофскому пути», который лирическая героиня принимает: «Путь страшный люблю горячо я / И с этой любовью умру...» [Поэзия узников ГУЛАГа, с. 319]. Образ пути становится еще одним лейтмотивным образом гулаговской лирики поэтессы, потому что в нем также осуществляется со-причастность Христу. В стихотворении «Грустит душа. Дорога снится дальняя» (1938) появляется мотив выбора пути, который для заключенных предрешен внешними обстоятельствами («пусть едем не собственной волей»). Лирическая героиня вспоминает свою далекую прошлую жизнь и тюрьму как крестный путь, путь на Голгофу уже состоялся, приведя на пограничье жизни и смерти. Кольцевая композиция обнаруживает и подчеркивает принципиальную смену интонации поэзии Н. Ануфриевой: от смятения к приятию всего, что даровано судьбой. Зачин стихотворения: «Грустит душа. / Дорога снится дальняя. / И вспомню я, когда настанет тьма: / Была любовь, как смертный час печальная, / Был крестный путь, была тюрьма...», элегически повторен в финале: «Грустит душа. Ей путь далекий снится, / И все сильнее любовь моя к земле» [Там же, с. 320].

В 1930–1940-е гг. в лагерной поэзии мотивный комплекс моления о чаше присущ не только А. Солодовникову и Н. Ануфриевой. Приведем ряд примеров. Е. Гинзбург: «Вряд ли сам ад окаяней — / Пить, так уж, видно, до дна...» [Там же, с. 306]; А. Чижевский: «Темно вокруг тебя, и страшно бытие. / Благодарю судьбу, а не пытай ее. / Неверен солнца свет: всё — бред, всё — тлен: пойми! / И даже черный день как дивный дар прими» [Там же, с. 618]. Моление о чаше становится разговором о судьбе, которую необходимо принять или отвергнуть. В этой поэзии нередко реализована традиционная интерпретация с принятием и даже благословением чаши страданий и смерти, но, конечно, не без личностных обертонов

канонического сюжета. А. Чижевский в приведенных строках убеждает невидимого собеседника принять самый черный день как «дивный дар», хотя у него есть стихотворения, в которых этот путь не изображается безоговорочно единственным. А. Александров свою личную трагедию вплетает в трагедию всего общества, соединяя свое счастье/несчастье со счастьем/несчастьем страны. Отсюда социальное и гражданское звучание большинства его стихотворений, он пишет об «обездоленных, оскорбленных и униженных», утверждая по пути на Магадан: «Не Колыму надо, милые, клясть, / А коммунистов, советскую власть» [Поэзия узников ГУЛАГа, с. 722], взывает к Богу, к людям, к справедливости. Проклятия Кремлю сопрягаются с молитвенной интонацией стихотворения «Приди, спаси...», в котором он, «свергая прах сомнений», опускается на колени и славит Бога.

Размышляя над спецификой гулаговской поэзии в сопоставлении с советской подцензурной, Д. В. Горева пришла к заключению, что «...будучи порождением одного времени, общества, обе сферы искусства обращаются к общим темам, проблемам (труд, война, миссия поэта — слуги народа и истории). Но в силу полярных политических убеждений интерпретация единых тем и образов в официальной и запретной поэзии носит разнооценочный характер. В лагерной лирике действует та же иерархия ценностей, что и в советской литературе, но в перевернутом виде» [Горева]. Важно назвать, *что* «переворачивается» в лагерной лирике. Здесь очевидна разность интенции и интонации: саркастическая — в официальной, сакральная — в гулаговской. Иной адресат «молитвы»: в запрещенной поэзии лирический герой обращается всегда к Богу, в официальной поэзии происходит подмена, вплоть до такого специфического адресата, как «завод». Меняются концептуально значимые составляющие мотивного комплекса: самопожертвование — жертвоприношение; смирение перед высшей волей — утверждение своей воли. Не менее значимо и то, какие цели преследуют авторы: в лагерной поэзии мотив моления о чаше разрешает вопрос о жизни и смерти (свободы / несвободы), для подцензурной поэзии это почти всегда попытка реализовать требования «политической религии».

Мотивный комплекс моления о чаше в поэзии ГУЛАГа приобретает первозданное звучание: авторы действительно сталкиваются с обстоятельствами, которые несовместимы с жизнью, их страдания невыносимы, а надежды на спасение нет, впереди только Голгофа. Отсюда такое острое чувство близости Христа, здесь каждый ощущает себя сопричастным его истории, потому что только в ней можно черпать силы. Н. Ануфриева в мемуарах «История одной души» напишет о своем опыте, который можно называть общим для авторов ГУЛАГа: «Так был дан мне второй крест. Он не был для меня непосильным. <...> Нам, по нашему эгоизму, могут быть чужды страдания другого человека, но не могут быть внешними страдания, принятые за нас. И то, что произошло на Голгофе почти две тысячи лет назад, не далекое историческое воспоминание, а подлинная жизнь нашей души» [Ануфриева, с. 182].

Интерпретация мотивного комплекса моления о чаше узниками ГУЛАГа стала самой традиционно-канонической в поэзии середины XX в. Лагерные поэты столкнулись с настоящими испытаниями на веру и с близостью смерти, поэтому

для них Гефсиманское моление Христа было не метафорическим изображением выбора, а ежедневной реальностью. Обращение к евангельскому сюжету обусловлено биографически, но трактовка — это плод духовной работы, результат глубокой веры, что объясняет христианский посыл, которым проникнуты стихотворения А. Солодовникова и Н. Ануфриевой, вплотную приближая их творчество к традициям русской духовной поэзии.

Акаткин В. М. Свет надежды: Стихотворения А. Жигулина // Подъем. 2000. № 2. С. 187–210.

Акаткин В. Голгофа боли и любви // Подъем. 2004. № 4. С. 171–179.

Ануфриева Н. История одной души : Стихотворения. Поэмы / сост., подгот. текстов: Е. Данилов, Е. Арндт, Д. Лосев. Феодосия ; Москва, 2009.

Горева Д. В. Поэзия ГУЛАГа: проблематика и поэтика : дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2011. URL: <https://www.disscat.com/content/poeziya-gulaga> (дата обращения: 20.12.2020).

Истомина А. Я. Цветущий терновый венец: Творчество Анатолия Жигулина. М., 2000.

Колощук Н. Антитеза света и тьмы в лагерной поэзии ГУЛАГа // Науч. вестн. Восточноевроп. нац. ун-та имени Леси Украинки. 2014. № 19. С. 56–63.

Комарова И. В. Духовная поэзия А. Солодовникова: художественное время и пространство : дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2017. URL: <https://www.disscat.com/content/dukhovnaya-poeziya-a-solodovnikova-khudozhestvennoe-vremya-i-prostranstvo> (дата обращения: 08.01.2021).

Н. А. Бердяев и единство европейского духа / под ред. В. Поруса. М., 2007. (Сер.: Религиозные мыслители).

Померанц Г. Страстная односторонность и бесстрашие духа. СПб., 1998.

Поэзия узников ГУЛАГа : антология / под общ. ред. акад. А. Н. Яковлева ; сост. С. С. Виленский. М., 2005.

Сапина (Горева) Д. В. Мотивы экзистенциальной философии в поэзии ГУЛАГа // Вестн. Тамбов. гос. ун-та. Сер. : Гуманитар. науки. 2011. Вып. 8 (100). С. 198–200.

Солодовников А. Слава Богу за все! // Кормчий. 1996. № 2. URL: <https://azbyka.ru/fiction/slava-bogu-za-vsyo-sbornik-solodovnikov-aleksandr/> (дата обращения: 11.01.2021).

Тимошина М. Даниил Андреев: «Но чаша лишь одна...» (О жизни и творчестве русского поэта-мыслителя Д. Л. Андреева) // Лепта. 1995. № 26.

Тресиддер Д. Словарь символов. М., 2001.

Уральская историческая энциклопедия / гл. ред. В. В. Алексеев. Екатеринбург, 2000.

Шенталинский В. Осколки Серебряного века // Новый мир. 1998. № 6. URL: https://magazines.gorky.media/novyi_mi/1998/6/oskolki-serebryanogo-veka-okonchanie.html (дата обращения: 04.01.2021).

Статья поступила в редакцию 13.01.2021 г.

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПАТРИОТИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ В УСЛОВИЯХ «НОВОЙ НОРМАЛЬНОСТИ»: ОТ ИДЕИ К РЕАЛИЗАЦИИ

В статье рассматриваются проблемы реализации идей патриотического воспитания. Автор анализирует реализацию задач патриотического воспитания в условиях «новой нормальности» 2020 г. Подчеркивается, что в ситуации ускоренного перехода на обучение в дистанционном формате и применения онлайн-платформ вопросы воспитания не находились в числе приоритетных, что выявило противоречие между задачами, которые ставит перед собой российское образование, и практикой. В статье выделены три типа воспитательных задач: задачи формирования воспитательного контента; задачи вовлечения детей и молодежи в активную интеллектуальную, творческую, социально-активную деятельность патриотической направленности; задачи подготовки родителей и педагогов к реализации идей патриотического воспитания. Показано, как эти задачи реализуются в проектах патриотической направленности. В качестве примера рассмотрен региональный патриотический проект, реализующийся в Свердловской области. Делается вывод о перспективах патриотического воспитания в современных условиях.

К л ю ч е в ы е с л о в а: патриотизм; патриотическое воспитание; идентичность; проектная деятельность; региональное образование; «новая нормальность»

Понятие патриотизма, несмотря на его закреплённость в общественном сознании и нормативных документах, варьируется в зависимости от целей и задач, которые ставят перед собой отдельные исследователи. Спектр достаточно широкий: от признания патриотизма национальной идеей до полного отрицания его ценности в условиях глобального мира. Как политическая идея патриотизм рассматривается в контексте анализа проблем гражданского общества [Вилков; Колесников; Лесняк, Орлов; Kronenberg], в социально-гуманитарных работах

МУРЗИНА Ирина Яковлевна — доктор культурологии, профессор, директор Института образовательных стратегий, г. Екатеринбург. ORCID: 0000-0002-7635-0571, Researcher ID E-4981-2018 (e-mail: Instos-ekb@yandex.ru).

© Мурзина И. Я., 2021

акцент делается на аксиологическую составляющую понятия [Иванова; Лутовинов; Шаповалов]; культурологические исследования выделяют такие важные аспекты, как историческая и культурная обусловленность патриотизма, а также обращаются к проблеме патриотического воспитания как условия формирования позитивной личностной и коллективной идентичности. Изучение проблем патриотизма тесно связано с вопросами сохранения и трансляции исторической памяти, отношения к культурному наследию, формированием образа будущего, в котором значимое место отводится героям прошлого.

Патриотизм можно рассматривать с использованием предложенной еще в конце 1990-х гг. модели: как дискурс (то, как в языке и мышлении воспроизводится представление о патриотизме), как проект (направленность деятельности отдельных субъектов гражданского общества), как способ оценки (с акцентом на «правильный» патриотизм)¹. В нашей работе мы сосредоточимся на анализе некоторых практик патриотического воспитания, которые можно маркировать как своеобразный «проект» по формированию гражданина, для которого любовь к Отечеству является одним из значимых личностных качеств, определяющих социальное поведение и задающих ценностные ориентиры.

Вопрос о патриотическом воспитании, его формах и методах в отечественной периодике занимает особое место. Например, при поисковом запросе «патриотическое воспитание» в научной электронной библиотеке eLibrary.ru находится 118 435 публикаций (по данным на 01.01.2021), включающих анализ реализации национальной и региональной молодежной политики; факторы, влияющие на патриотическое воспитание детей и молодежи; структура и компоненты патриотического воспитания; патриотическое воспитание в различных возрастных группах — от дошкольников до студентов; развитие патриотических чувств при изучении отдельных школьных предметов — от литературы до основ безопасности жизнедеятельности; описание практик в образовательных организациях всех уровней, направленных на духовно-нравственное развитие и гражданское воспитание, что свидетельствует о приоритетах в российском образовании.

Во многом фокусировка внимания на патриотическом воспитании стимулирована принятием ряда нормативных документов: действием в России государственной программы патриотического воспитания граждан; определением в качестве одной из ключевых задач национального проекта «Образование» «воспитание гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов Российской Федерации, исторических и национально-культурных традиций» [Национальный проект «Образование»]; изменениями в «Законе об образовании в Российской Федерации» в части определения понятия «воспитание» [Об образовании в Российской Федерации]; целевым показателем вовлечения к 2025 г. 25 % граждан Российской Федерации в систему патриотического воспитания [Паспорт федерального проекта...]. Однако вопросы эффективности реализуемых на практике проектов и адекватности

¹ Модель была предложена К. Калхуном [Калхун]; экстраполировать идею К. Калхуна на понимание патриотизма предложила А. П. Смирнова [Смирнова].

предпринимаемых действий в области воспитания в целом и патриотического воспитания в частности все еще относятся к разряду дискуссионных.

Нам кажется показательным тот факт, что в рассуждениях о будущем образования вопросы воспитания скорее носят характер деклараций, хорошо сформулированных, но плохо осуществимых в реальности. Так, Андреас Шлейхер, директор по образованию и навыкам Организации экономического сотрудничества и развития, рассуждая о будущем образования, в январе 2020 г. писал: «Системы образования должны воспитать в нас одновременно самостоятельность мышления и способность к самостоятельному действию, способность к сопереживанию, уважение к другим людям, готовность к сотрудничеству на работе и в жизни. Человек будущего должен обладать четким моральным компасом, понимать свою ответственность перед окружающими и осознавать границы своих возможностей. Он должен обладать развитым культурным интеллектом и свободно воспринимать традиции и обычаи других. Он должен быть открыт к разным способам познания мира — и к науке, и к искусству. В будущем все больше функций перейдет машинам, а значит, требования к человеку — его навыкам, умениям, личности — только вырастут» [Образовательные экосистемы..., с. vii]. Вопрос о том, как же помочь молодому человеку обрести «моральный компас», остается без ответа. Он становится особенно актуальным в контексте нашей темы, поскольку именно патриотическое воспитание является одним из важных условий формирования личности, ее самоопределения и человечности. Это стало очевидным в ситуации 2020 г. — с переходом на дистанционные формы работы образовательных организаций и «вызовами» так называемой новой нормальности.

Собственно термин «новая нормальность» не был открытием 2020 г. и первоначально описывал социально-экономические последствия финансового кризиса и глобальной рецессии 2007–2008 гг. Но в условиях распространения COVID-19 его стали использовать при анализе социальных последствий пандемии [Новая нормальность...]. «Новую нормальность» отличают не только кардинальные изменения в экономике и образе жизни людей (изменения на рынке труда, новые модели потребительского поведения, осознание ценности социальной солидарности, «запрос» на саморазвитие), но и обострившиеся кризисные явления в социальной сфере (медицине, образовании, социальном обслуживании).

Образование в условиях периодически возобновляющегося локдауна — это не столько решение проблем цифровизации и необходимости в связи с этим новой, цифровой, дидактики [Андрюхина, Ломовцева, Садовникова; Tretyakova, Fedorov, Kharakhordina], сколько вызов устоявшимся практикам и поиск новых решений для достижения ориентиров, определенных обществом и закрепленных в государственных документах. В сложившихся обстоятельствах ускоренного перехода на обучение в дистанционном формате и применения онлайн-платформ стали видны издержки образовательных практик «новой нормальности». Наряду с прогнозируемыми ранее проблемами онлайн-образования (инновационность онлайн-образования состоит по преимуществу в способах «доставки образовательного контента», не решаются проблемы мотивации обучающихся и измерения образовательных результатов [Образование для сложного общества, с. 66–67])

стало очевидным, что в условиях цифровизации воспитательная деятельность остается не просто на периферии, но зачастую оказывается невозможной в силу дегуманизации, отсутствия живого общения и социальной разобщенности². Собственно, и вопросы инноваций в образовании, как они были акцентированы в ситуации вынужденных ограничений, по преимуществу касались применения иных (и, добавим, не всегда новых) технологий обучения, нежели вопросов воспитания. Тем разительнее был разрыв между задачами образования, предполагающими единство обучения-воспитания, и практикой жизни.

В 2020 г. многие из мероприятий патриотической направленности оказались практически не реализуемы вне медиапространства. Как известно, 2020 г. был объявлен Годом памяти и славы, что в значительной степени предопределило тематическую направленность предлагаемых форм работы. То, что в традиционной образовательной ситуации казалось привычным и востребованным, в условиях «новой нормальности» должно было решительно измениться. Такие формы патриотического воспитания, как уроки мужества, встреча с героями Отечества и ветеранами войн, вахты Памяти, шествие «Бессмертного полка», в новых обстоятельствах не могли быть реализованы в прежнем виде. Онлайн-трансляции уроков мужества, онлайн-встречи с героями Отечества, видеоконференция открытия международной акции «Вахта памяти» или 20-дневное онлайн-шествие «Бессмертного полка», с одной стороны, носили вынужденный характер, а с другой — пытались решить задачи вовлечения юных граждан в мероприятия патриотической направленности в новых обстоятельствах.

В это же время активизировались многочисленные конкурсы, фестивали, викторины и пр., ориентированные на активное участие детей и молодежи, в том числе через создание новых коммуникативных пространств: объединенные в виртуальном пространстве и физически находящиеся в разных частях города, региона, страны участники таких акций оказывались включены в общую деятельность через представление результатов своих творческих работ (например, конкурсы рисунков, посвященные истории Отечества, результаты которых зависели от голосования в социальных сетях или на сайтах) или разнообразные творческие или интеллектуальные активности (челлендж «Песни Победы», всемирная школьная олимпиада «Великая Победа»). Возможно, эти акции были не столь масштабны, как могли бы быть без пандемии, опосредованные интернетом коммуникации не всегда продуктивны, но в исключительных обстоятельствах эти решения были оправданы и дали свои результаты.

В контексте произошедших в последнее время трансформаций (их вполне можно было бы назвать тектоническими сдвигами) в образовании вопрос «Что дальше?» приобретает не риторический характер. Насколько в изменившихся условиях вообще возможно патриотическое воспитание? Какие из реализованных в последнее время практик можно рассматривать как перспективные?

² См. об этом нашу статью: Мурзина И. Я. Гуманитарное сопротивление в условиях цифровизации образования // Образование и наука. 2020. Т. 22, № 10. С. 90–115.

Решение воспитательных задач условно можно разделить на несколько групп: 1) задачи формирования воспитательного контента (в том числе с использованием электронных средств); 2) задачи вовлечения детей и молодежи в активную интеллектуальную, творческую, социально активную деятельность патриотической направленности; 3) задачи подготовки родителей и педагогов к реализации идей патриотического воспитания. Объединяющим началом становится достижение общей цели — формирование позитивной идентичности молодых людей. Так или иначе каждая из этих задач вошла в предложенный проект Паспорта федерального проекта «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации», который должен вступить в действие с 1 января 2021 г.³, однако системность в реализации поставленных задач еще только предстоит обрести. Тем интереснее рассмотреть некоторые из существующих воспитательных практик, которые уже реализуют поставленные задачи.

Даже краткий обзор проектов патриотической направленности, получивших поддержку Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь), Фонда президентских грантов, Российского военно-исторического общества или региональных властей, показывает, что количественно бóльшими остаются информационно-просветительские мероприятия, направленные на развитие исторического сознания и формирование исторической памяти, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий: подготовка выставок в интерактивных музеях и создание мультимедийных экспозиций (например: создание мобильной экспозиции «Ровеньки в годы Великой Отечественной войны», формирование электронной коллекции «Издано в Куйбышеве.1941–1945» или виртуальный музей и мобильное приложение «Оружие героев» — проекты Всероссийского конкурса лучших региональных проектов военно-исторической тематики 2019 г.); создание банка информационных материалов о селах в годы Великой Отечественной войны и тружениках тыла для информационного портала «Культурно-историческое наследие села» (проект «Соль земли» поддержан Федеральным агентством по делам молодежи, 2020 г.); разнообразные проекты просветительской направленности, представленные на конкурс Фонда президентских грантов (например, мобильный интерактивный музей истории казачества или проекты по сохранению памятных мест) и др.

Задачи вовлечения детей и молодежи в активную интеллектуальную, творческую, социально активную деятельность патриотической направленности решают разнообразные фестивали и конкурсы (например: военно-патриотический фестиваль городов-героев «И будет вечно биться сердце русской славы» — при поддержке Фонда президентских грантов; военно-патриотический фестиваль «Главное — Отчизне служить» — при поддержке Российского военно-исторического общества; фестивали творческой молодежи, поддержанные Федеральным агентством по делам молодежи), исторические реконструкции, деятельность поисковых отрядов и добровольческие проекты в самых разных сферах — от социальной помощи и инклюзивного образования до арт-проектов.

³ На момент написания статьи Паспорт федерального проекта «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации» еще не был утвержден.

А вот задачи подготовки родителей и педагогов к реализации идей патриотического воспитания решаются не столь масштабно: проектов, направленных на родительские сообщества или методическую поддержку педагогов, значительно меньше, и они носят локальный или региональный характер. По преимуществу это проекты, направленные на создание истории семьи, для реализации которых необходимы дополнительные знания и методические подходы.

На наш взгляд, показательным является тот факт, что преобладающее число патриотических проектов обращены к прошлому. Отчасти ретроспективность оправдана (без прошлого — нет будущего). Однако возникает справедливый вопрос, на сколько хватит «дыхания» у таких проектов. Не произойдет ли отторжение и формальное отношение к проектам военно-исторической направленности, что, в свою очередь, не позволяет осуществить в полной мере поставленные задачи патриотического воспитания.

Безусловно, вопрос о соотношении в патриотическом воспитании ориентации на исторический опыт и формирования образа будущего заслуживает отдельного разговора. В рамках данной статьи отметим, что определение контуров будущего, как личностного, так и коллективного, не является исключительно образовательной целью, оно тесно связано с государственной политикой и развитием глобальных процессов в стране и мире. В то же время определение ориентиров развития для человека, сообщества, к которому он принадлежит, отдельной территориальной единицы или страны в целом является условием реализации задач патриотического воспитания, поскольку включает личностное самоопределение, основания для позитивной гражданской идентичности и социальной консолидации, осознание возможности самореализации в России. По сути, это вопрос о развитии так называемого конструктивного патриотизма, оказывающего серьезное влияние на развитие гражданского общества [Санина; Davidov] и во многом определяющего направленность воспитания.

Особую значимость в патриотическом воспитании приобретает деятельность составляющая, без которой патриотизм остается на уровне декларации и «красивых слов». Очевидно, что дети или подростки могут быть активны и деятельны по преимуществу в близком пространстве — поселке, городе, регионе, там, где видны результаты приложения их сил (что можно рассматривать как показатель успешности патриотического воспитания). Поэтому вопрос о региональных патриотических проектах заслуживает отдельного разговора.

В этом ключе интерес представляет реализуемый в Свердловской области на протяжении ряда лет региональный культурно-просветительский патриотический проект «Мы — уральцы!», одним из инициаторов которого является автор данной статьи. Проект направлен на формирование и развитие позитивной региональной идентичности как составной части общегражданской идентичности. Цель проекта: помочь молодым людям обрести надежный внутренний стержень и развить навыки целеполагания, чтобы найти свой собственный путь во все более неопределенном, непостоянном и усложняющемся мире.

В основу проекта была положена идея о прямой зависимости между осознанием региона как ценности места и желанием самореализации человека в условиях

локального пространства. Регион, в котором происходит социализация молодого человека, можно рассматривать как микромодель страны (различия в геокультурном и социально-экономическом развитии российских регионов в данном случае не столь существенны, поскольку регионы России представляют собой единое пространство, объединенное не только общностью границ, но и ценностными установками, которые оказывают влияние на становление личности россиянина). Признание ценности «малой родины» определяет характер отношения к «большой» Родине. Это проявляется в понимании «ценности истории» места — своеобразном символическом капитале, который создается на основе знаний о территории, ее вкладе в развитие страны, о знаменитых земляках; в «ценности безопасности» — отсутствии/минимизации социальных конфликтов, в том числе межнациональных, межконфессиональных, и ответственности государственной власти за территориальное развитие; в «ценности самореализации» — обеспечении самостоятельности в принятии решений, существующих условий для развития креативности как способности придумывать новое и реализовывать свои планы, обеспечении свободы и независимости в суждениях и действиях, а также в готовности и способности заботиться о других и о месте своей жизни (экологическое поведение).

Аксиологический аспект, определенный нами как «ценность региона», выступает основой для развития регионального образовательного пространства, освоение которого происходит в процессе обучения и воспитания. По сути, цель функционирования региональной системы образования может быть сформулирована как обеспечение качества образования в соответствии с изменяющимися запросами населения и перспективными задачами развития российского общества и экономики, а также усилением вклада в социально-экономическое развитие региона. Ключевой задачей можно назвать подготовку в системе образования кадров для инновационной экономики, обеспечивающей потребность в развитии как региона, так и всей страны. Применительно к Свердловской области эта задача конкретизируется как обеспечение существования региональной образовательной экосистемы, интегрирующей ресурсы (интеллектуальные, творческие, образовательные) различных акторов — субъектов образовательного поля.

Региональный культурно-просветительский проект «Мы — уральцы!» можно отнести к проектам патриотической направленности, так как в его основе лежит освоение геокультурного пространства через знакомство и приобщение к истории региона и внимание к его сегодняшнему существованию как условие формирования ценностного отношения к месту жизни. Проект носит системный характер: он охватывает все уровни образования (от дошкольного образования — до профессионального, включая дополнительное образование и досуговые практики); обеспечивает единство урочной, внеурочной и внешкольной деятельности; вовлекает в образовательное пространство сферы культуры, науки и производства.

Реализация проекта идет по трем направлениям: информационно-просветительскому, в задачи которого входит знакомство детей и молодежи с историей и современной жизнью региона как условие формирования социальной активности молодых людей; собственно образовательному, в задачи которого входит повышение квалификации педагогов и помощь родителям в деле патриотического

воспитания; издательскому, обеспечивающему методическое сопровождение образовательной деятельности. В настоящий момент акцент сделан на развитие образовательной медиасреды (сайты «Наш адрес: Урал. Россия» — <http://ural-patrius.ru/> и «И тут появился изобретатель...» — <http://izobr-ural.ru/>) и создание необходимого контента для интеллектуальных, творческих и социальных активностей детско-взрослых сообществ.

При определении направлений деятельности внутри проекта учитываются и военно-патриотическая (уважение к воинским традициям, военному прошлому, значимости Урала в формировании военно-промышленного потенциала страны, ответственного отношения к вопросам защиты Отечества), и гражданско-патриотическая (гражданская ответственность, правовое сознание, готовность осознанно участвовать в происходящих в регионе социально-политических, культурных и других событиях) составляющие патриотического воспитания. Так, военно-патриотическую составляющую обеспечивает Областной центр кадетского (казачьего) образования, патриотического воспитания и допризывной подготовки и Ассоциация кадетских образовательных организаций, классов и клубов Свердловской области, которые организуют мероприятия военно-патриотической направленности для кадетов; проводят семинары и курсы для педагогов; участвуют в методическом обеспечении региональной системы образования (изданы учебно-методические пособия по казачьему образованию, описаны и представлены региональные модели кадетского образования, определены перспективы юнармейского движения). Гражданско-патриотическая составляющая патриотического воспитания реализуется через проведение интеллектуальных и творческих конкурсов для школьников, проекты с участием школьных музеев и библиотек. Особое внимание уделяется формированию личностного отношения молодых людей к истории региона (проекты «Тыл — фронту», «История, культура и быт Оренбургского казачьего войска») и к своей будущей профессиональной деятельности (проекты «И тут появился изобретатель...», «Культура Урала»).

Представленный региональный культурно-просветительский патриотический проект «Мы — уральцы!» можно рассматривать как модельный, его идеи созвучны не только обозначенным в государственных нормативных документах задачам, стоящим перед образованием и обществом, но и целям регионального сообщества. Апробированные в рамках проекта формы работы со школьниками и педагогами, сочетающие очные и дистанционные форматы, использование возможностей электронных ресурсов для создания коммуникативных (сетевых) сообществ, оказались довольно успешными. Можно сказать, что созданы условия для активизации творческих начал в региональном образовании на новом витке его развития, что согласуется с задачами воспитания любви к Отечеству и противостояния дегуманистическим тенденциям «новой нормальности».

Вилков А. А. Патриотизм в политической культуре современной российской интеллигенции // Политическая культура интеллигенции и ее место и роль в жизни общества : материалы XVII Междунар. науч.-теорет. конф., Иваново, 21–23 сент. 2006 г. Иваново, 2006. С. 164–167.

Иванова С. Ю. Патриотизм в культуре современной России : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Ставрополь, 2004. 48 с.

Калхун К. Национализм / пер. с англ. А. Смирнова. М., 2006. 288 с.

Колесников К. Ю. Особенности политики патриотического воспитания граждан России в условиях партийно-идеологического плюрализма : дис. ... канд. полит. наук. Саратов, 2015. 180 с.

Лесняк В. И., Орлов В. Б. Патриотизм как ценность гражданского общества // Вестн. Югор. гос. ун-та. 2006. Вып. 3. С. 80–86.

Лутвинов В. И. Современный российский патриотизм: сущность, особенности, основные направления // Studia Humanitatis. 2013. № 2. URL: <http://st-hum.ru/en/node/97> (дата обращения: 10.01.2021).

Мурзина И. Я. Гуманитарное сопротивление в условиях цифровизации образования // Образование и наука. 2020. Т. 22, № 10. С. 90–115. DOI: <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2020-10-90-115>

Национальный проект «Образование». URL: <https://edu.gov.ru/national-project> (дата обращения: 10.01.2021).

Новая нормальность. Образ жизни, рынки, инфраструктура и коммуникации после пандемии / Аналит. центр НАФИ ; авт.: Т. А. Аймалетдинов, И. А. Гильдебрандт, Е. Н. Никишова, Д. С. Рассадина. М., 2020. 73 с.

Об образовании в Российской Федерации : с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021 : Федер. закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 08.12.2020). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 10.01.2021).

Образование для сложного общества: Образовательные экосистемы для общественной трансформации : докл. Global Education Futures. URL: <http://vcht.center/wp-content/uploads/2019/06/Obrazovanie-dlya-slozhnogo-obshhestva.pdf> (дата обращения: 10.01.2021).

Образовательные экосистемы: возникающая практика для будущего образования. М., 2020. 170 с. URL: <http://learningecosystems2020.globaledufutures.org/> (дата обращения: 10.01.2021).

Паспорт федерального проекта «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации». URL: http://www.lms.eduportal44.ru/NewKoiro/obrazov_det/SiteAssets/SitePages/Vospitatelnay%20rabota/ФП%20Патриотическое%20воспитание%20граждан_проект.pdf (дата обращения: 10.01.2021).

Санина А. Г. Патриотизм и патриотическое воспитание в современной России // Социол. исслед. 2016. № 5. С. 44–53.

Смирнова А. П. Патриотизм в контексте консервативной идеологии // Наука. Общество. Оборона : [noo-journal.ru]. 2016. № 4 (9). URL: <https://www.noo-journal.ru/nauka-obshhestvo-oborona/2016-4-9/article-0092/> (дата обращения: 10.01.2021).

Шаповалов В. Ф. Российский патриотизм и российский антипатриотизм // Общественные науки и современность. 2008. № 1. С. 124–132.

Davidov E. Measurement Equivalence of Nationalism and Constructive Patriotism in the ISSP: 34 Countries in a Comparative Perspective Political Analysis // Political Analysis. 2009. Vol. 17 (1). P. 64–82.

Kronenberg V. Perspektiven für eine weltoffene Nation; 3, überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wiesbaden, 2013. 384 p. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-531-19869-9>

Tretyakova N. V., Fedorov V. A., Kharakhordina M. V. Digital Literacy and Digital Didactics as the Basis for New Learning Models Development // International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET). 2020. Vol. 15, № 14. P. 4–18. URL: <https://doi.org/10.3991/ijet.v15i14.14669>; <https://online-journals.org/index.php/i-jet/article/view/14669>

Статья поступила в редакцию 10.01.2021 г.

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.015

И. Е. Мищенко

УДК 316.74:355 + 791.2(470) + 791.2(73) + 351.86

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ИНСТИТУТА АРМИИ И ВОЕННОСЛУЖАЩЕГО В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ И АМЕРИКАНСКОМ КИНО: ОПЫТ СРАВНИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА

В статье поднимается вопрос о культурных аспектах национальной безопасности применительно к контексту современного искусства. Автор рассматривает российский и американский военный кинематограф 2010-х гг. и выявляет типические черты репрезентации образов армии, военного и войны в целом в двух различных национальных кинематографических школах. Выявляется связь особенностей военного кино со спецификой исторической судьбы и обстоятельствами актуальной внешней политики. В заключение автор определяет некоторые риски и угрозы национальной культурной безопасности, связанные с трансляцией в российское культурное пространство точки зрения, выражаемой в американском военном кино.

К л ю ч е в ы е с л о в а: военное кино; кинематограф; национальная безопасность; современная культура; российский кинематограф; американский кинематограф

В конце XX в. мир оказался в ситуации так называемого «идеального шторма» с точки зрения геополитики и культурно-цивилизационных взаимодействий. Вместо ожидаемой монополярности с США как планетарным лидером мы вступили в эпоху фактической многополярности, «центрами силы» которой стали России как восстанавливающаяся сверхдержава [Rosefelde], Европа, Китай, Индия — как восходящие сверхдержавы [Китай — новая сверхдержава?; McCormick; Zakaria], Япония — как экономическая сверхдержава [Japan From Super-rich To Superpower]. В таких условиях национальная безопасность является ключевым приоритетом государственной политики, однако ее обеспечение — вопрос не только научного и технологического лидерства, экономического могущества и военного потенциала. Очень важным аспектом обеспечения национальной безопасности становится внешне- и внутривнутриполитический потенциал «мягкой силы», который, на наш взгляд, существенно сложнее, нежели это предполагал американский политолог Дж. Най [Nye, 2005, 2011], и включает в себя такие аспекты, как сохранение исторической памяти, способности государства и нации продуцировать образ общего будущего, создавать привлекательные культурные продукты, направленно конструировать и распространять свой образ жизни.

Военный кинематограф является в определенном смысле точкой синергии культурной политики и стратегии национальной безопасности. Он способствует

МИЩЕНКО Игорь Евгеньевич — кандидат педагогических наук; старший помощник начальника отдела Филиала Военного учебно-научного центра Военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина» в г. Челябинске (e-mail: chvaush@mail.ru).

© Мищенко И. Е., 2021

сохранению исторической памяти, участвует в национальном самоопределении и формировании/сохранении самосознания, пропагандирует ценности обеспечения национальной безопасности.

Объектом нашего исследования мы выбрали социокультурную репрезентацию армии и войны художественными средствами киноискусства.

Предметом исследования выступили кинофильмы военного жанра, снятые в последнее десятилетие.

Степень изученности вопроса

В настоящее время довольно хорошо изучены вопросы репрезентации армии в советском и российском киноискусстве. Глубокие исследования, посвященные длительным периодам развития российского военного кинематографа, провели В. О. Чистякова [Чистякова], О. С. Нагорная и Т. В. Раева [Нагорная, Раева]. Кинообразы Великой Отечественной войны анализируются в статьях А. М. Воронова [Воронов], В. А. Дронова [Дронов], А. В. Лямзина [Лямзин], В. А. Хохлова [Хохлов]. Много работ посвящено и педагогическим аспектам киноискусства (например, статья Е. С. Кулькина [Кулькин]) или конкретным кинопроизведениям на военную тематику, как правило, связанным с выдающимися личностями или ключевыми событиями российской военной истории (статья С. П. Бычкова о фильме «Александр Невский» [Бычков]). Тем не менее российский военный кинематограф последних двух десятилетий остается слабоизученной темой.

Одновременно с этим, по неоднократным заявлениям экс-министра культуры РФ В. Р. Мединского, большее воздействие на российского кинозрителя оказывает американский кинематограф [Мединский предложил защищать...; Шняга: Мединский раскритиковал голливудскую кинофантастику], и у нас нет оснований в этом сомневаться — это подтверждают итоги прокатных сборов выходящих отечественных и зарубежных кинофильмов. Здесь можно проследить связь с концептом «мягкой силы», предложенным американским политологом Дж. Наем [Nye, 2005, 2011]. Анализ аспектов «мягкой силы» применительно к кинематографу проводили, например, такие ученые, как Ф. Б. Ахмедов [Ахмедов], О. А. Жемчугова [Жемчугова], О. Койне и В. А. Франц [Койне, Франц], А. В. Маслова [Маслова], О. В. Рябов [Рябов].

И именно аспект влияния американского кинематографа на культурную рецепцию и кинорепрезентации образов армии как социокультурного института остается недоисследованным. Можно отметить буквально единичные исследования по тематике американского военного кинематографа, например, работа Т. Б. Рябовой и Е. В. Панкратовой [Рябова, Панкратова] или работы, косвенно затрагивающие эти темы, — упоминавшаяся статья Ф. Б. Ахмедова, статья И. В. Морозовой о жанре «байопика» в американском кинематографе [Морозова] (популярном и в военной аспектиции), статья О. С. Якушенковой об образах азиата в голливудском кино (в том числе и военном) [Якушенкова].

Методологические основы выборки фильмов

При анализе художественного образа армии и феноменов военной культуры, создаваемых средствами кинематографа, перед исследователями возникает вопрос о методологических основаниях выборки анализируемых фильмов. Кинематограф как вид искусства обладает пролонгированным кумулятивным эффектом — фильмы часто приобретают популярность и культурное влияние значительно позднее того времени, когда они были сняты и вышли в прокат; нельзя недооценивать по степени влиятельности на современную культуру и классику мирового и российского кинематографа.

Однако поскольку автора интересовал образ современной армии и актуальные переживания военной культуры, логичным выглядит анализ кинопремьер за десятилетие, с 2010 по 2019 г. включительно. При составлении выборки использовались ресурсы сайта kinopoisk.ru. Поскольку число всей художественной кино- и телепродукции на военную тематику или затрагивающей армию как социокультурный институт исчисляется ежегодно несколькими тысячами названий, мы последовательно сузили выборку по нескольким критериям: *кинофильмы, вышедшие в широкий российский прокат* в обозначенный период; относящиеся к военному жанру по идентификатору сайта kinopoisk.ru; тематикой которых является конкретно армия в XX–XXI вв. (т. е. тематика соотносится с коротким горизонтом исторической памяти).

Целесообразным является разделение выявленных фильмов на категории по стране производства. США, Европа и Россия обладают богатыми и сформировавшимися кинематографическими (и шире — художественными) традициями, а также уникальными особенностями исторической судьбы, что повлияло на содержание фильмов: построение сюжета, образы героев, поднимаемые проблемы, особенности художественного языка и используемых средств выразительности. В рамках настоящей статьи была предпринята попытка сравнения американского и российского военного кинематографа исходя из следующих положений.

Во-первых, американский кинематограф обладает наибольшим потенциалом «мягкой силы», т. е. способности добиваться от союзников или даже населения стран-противников желаемого во внешнеполитических действиях благодаря привлекательности образа жизни, культуры и дипломатических ценностей [Шняга; Якушенкова; Нye, 2005, 2011]. Высокие оценки потенциалу американского кинематографа как важной слагающей «мягкой силы» США, в особенности — военного кино [Shaw, Youngblood, p. 61], дают многие исследователи [Жемчугова; Койне, Франц; Рябов, с. 168].

Во-вторых, США имеют претензии на статус «главного победителя» во Второй мировой войне, наравне с Россией. События, связанные с крупнейшим военным конфликтом в истории человечества, являются важной частью национального самосознания и самоопределения, политической мифологии, стратегии исторической памяти. Вместе с тем судьбы государств, тесно связанные вторую половину XX в. обстоятельствами «холодной войны» (сверхдержавы, лидеры

крупнейших военно-политических блоков планеты, участники множества локальных конфликтов, немногие «легальные» члены ядерного клуба и пр.), становятся резко отличными после распада СССР. Поэтому особенно интересно проследить, как меняются практики художественной кинематографической рефлексии проблем вооруженной защиты Родины и более широко — военного насилия.

При этом из выборки была исключена часть голливудских военных фильмов, таких как «Ярость» (2014) или «1917» (2019), поскольку они создавались в многостороннем международном сотрудничестве с Индией, Испанией, Китаем, Германией и т. д., что не позволяет вычленить именно американские культурные компоненты. Или российские фильмы «Тетрадь из сожженного гетто» (2011), «4 дня в мае» (2011), «В тумане» (2012), поскольку они, в свою очередь, создавались в сотрудничестве с Канадой, Германией, Израилем, Украиной, Литвой, Нидерландами, Латвией, что аналогично затрудняет вычленение именно российских компонентов.

Особенности американских военных кинофильмов 2010-х гг.

После применения всех указанных критериев фильтрации остается 9 специфически военных фильмов именно американского производства, вышедших в российский прокат начиная с 2010 г.:

1. «Братья» (США; 2009/2010¹; режиссер Дж. Шеридан; «Если бы ты знала, через что я прошел, чтобы вернуться к тебе»).

2. «Рестрепо» (США; 2008/2010; режиссер Т. Хетерингтон, С. Юнгер; «Один взвод, одна долина, один год»).

3. «Повелитель бури» (США; 2008/2010; режиссер К. Бигелу; «Война — это наркотик»).

4. «В краю крови и меда» (США; 2011/2012; режиссер А. Джоли).

5. «Закон доблести» (США; 2012/2012; режиссер М. Маккой, С. Во; «Последний легкий день был вчера»).

6. «Молодые сердца» (США; 2012/2012; режиссер Д. Муни; «Солнце. Лето. Страсть»).

7. «Уцелевший» (США; 2013/2014; режиссер П. Берг; «Live to tell story»).

8. «Несломленный» (США; 2014/2014; режиссер А. Джоли; «Survival. Resilience. Redemption»).

9. «По соображениям совести» (США, Австралия; 2016/2016; режиссер М. Гибсон; «Основано на реальной истории»).

Практически все перечисленные фильмы посвящены военным конфликтам второй половины XX в.: Афганистан, Ирак, Югославия и т. д. Это особенность американского кинематографа в военном жанре — использование современных сюжетов как драйвера американской культурной политики. Более того, особенности актуальной американской истории нашли 100 % отражение в сюжетах этих фильмов. Так, 5 среди 9 перечисленных лент прямо или косвенно связаны

¹ Здесь и далее первая дата — производство, вторая — начало проката в России.

с «глобальной войной с терроризмом», как называют фокус американской внешней политики с 2001 по 2015 гг.

Важной художественной особенностью является то, что большинство из проанализированных фильмов можно назвать метавоенными в смысловом плане, поскольку помимо войны и ее перипетий в них всегда присутствует план мирной жизни, чаще всего сопряженный не со старшим поколением (родители, учителя), а с ровесниками (супруги, братья и сестры) или младшим (братья и сестры, дети). Это определяет транзитивный жанровый характер — американские военные фильмы одновременно часто являются мелодрамами.

Общей особенностью проанализированных фильмов является подчеркнута личный, переживаемый индивидуально героизм конкретного человека-солдата. Можно сказать, что общий индивидуализм американской культуры ярко проявляется и в кинематографе, но это было бы неверным заключением — трансформация произошла в 1980–2000 гг. [Рябова, Панкратова; Belmonte]. До этого времени американский кинематограф показывал не только героизм конкретных людей (это его общая интенция), но и определенный коллективизм в форме боевого братства. Индивидуализация и персонализация ярко проявляется и в отношении негативных героев. Например, в советских и российских фильмах военного жанра, за редкими, сюжетно обоснованными исключениями, противники являются обобщенным, деперсонализированным злом. В американских же фильмах «зло» персонифицировано и конкретно [Карушева], при этом американцы за этим «злом» сохраняют собственные культурные черты, поскольку, судя по исследованию О. С. Якушенковой, американский кинематограф слабо способен интерпретировать *чужого* как *Другого* [Якушенкова]. И этот прием опредмечивает зло, делает его осязаемым фокусом более сильного эмоционального переживания. Конечно, столь же ярка и персонализация положительных героев, что образует положительную обратную связь с непрекращающимся ростом популярности жанра «байопика» (в том числе — военного) в американском кинематографе [Морозова].

Было бы неверным представлять американский кинематограф одномерным. Наряду с военным индивидуалистическим и героическим пафосом в фильмах прослеживается и присущее американскому обществу критическое восприятие милитаризма, агрессивной внешней политики собственного правительства, самоуверенности американского военного руководства (в контексте того, что эта самоуверенность оплачивается жизнями «простых американских парней»). Некомпетентность или переоценка собственных военных талантов, непонимание принципов взаимодействия людей в боевом отряде и их восприятия действий друг друга становятся основой сюжета «Братьев», «Повелителя бури», «Закона доблести», «Уцелевшего». Апофеозом американской деконструкции военного насилия в жанровом кинематографе, деконструкции идеи войны в целом выступает фильм «По соображениям совести», посвященный судьбе Десмонда Досса, первого из сознательных отказчиков от военной службы, получившего высшую военную награду США — Медаль Почета — за проявленный героизм в битве при Лейте, освобождении Филиппин и битве за Окинаву. «Быть военным и не носить оружия, спасать, а не отнимать человеческие жизни — долг военного» — такова

идея фильма. Но наряду с деконструкцией идеи военного героизма (и исходя из этого — и деконструкции самой идеи войны) для американских фильмов характерна девальвация роли солдата как героя и защитника общества и близких людей. Отсутствием военной дисциплины или ее систематическим нарушением, чрезмерной тягой к насилию отличаются герои «Братьев», «Молодых сердец», «Повелителя бури», «Уцелевшего», «Закона доблести».

Особенности российских военных кинофильмов 2010-х гг.

Российский военный кинематограф выступает определенной противоположностью американскому. В период с 2010 по 2019 г. Россия выпустила 11 фильмов, прошедших через использованные нами критерии выборки (мы не исключали из этой выборки фильмы совместного российско-белорусского производства по обстоятельствам общности исторической судьбы, значительного единства культурного пространства, наличия общих государственных институтов — Союза России и Беларуси):

1. «Ночь длиною в жизнь» (2010; Россия; режиссер Н. Хомерики).
2. «Тихая застава» (2011; Россия; режиссер С. Маховиков; «Краем мы попали на разлом, раем нам покажется потом»).
3. «Утомленные солнцем 2. Цитадель» (2011; Россия; режиссер Н. Михалков; «Ни шагу назад!»).
4. «Белый тигр» (2012; Россия; режиссер К. Шахназаров; «Великая танковая битва!»).
5. «Искушение» (2011; Россия, режиссер А. Прошкин).
6. «Август. Восьмого» (2012; Россия; режиссер Д. Файзиев).
7. «Катарсис» (2013; Россия; режиссер А. Кондратенко; «В этом мире мы его пациенты»).
8. «Госпиталь» (2011; Россия; режиссер А. Щербович-Вечер).
9. «Сталинград» (2013; Россия; режиссер Ф. Бондарчук; «Эпическая битва, повернувшая ход Второй мировой войны»).
10. «Брестская крепость» (2010; Россия, Беларусь; режиссер А. Котт; «Умираю, но не сдаюсь»).
11. «Связь времен» (2010; Россия; режиссер А. Колмогоров).

В отличие от американского, российский кинематограф сконцентрирован на тематике не столько современных конфликтов, сколько Второй мировой войны, конкретно — на действиях на восточно-европейском фронте, т. е. на Великой Отечественной войне — одном из осевых событий в современной российской истории, которое до сих пор активно переживается россиянами. 8 из 11 фильмов основного списка и все 3 фильма интернационального производства с участием России посвящены Великой Отечественной войне. Три других фильма («Тихая застава», «Катарсис», «Август. Восьмого») демонстрируют истории периферийных военных конфликтов уже современной России.

Ни о какой сознательной деконструкции или девальвации образов военно-служащих в российских фильмах речи не идет. Военный — герой, защищающий

Отечество и своих близких. Слоганы фильмов также говорят об этом: «Умираю, но не сдаюсь», «Ни шагу назад!». Единственное исключение, показывающее войну более многомерной, чем просто «сценой» для совершения подвига, представляет собой фильм «Госпиталь» — биографическая история выпускницы московского медицинского института Инны Кузнецовой, попавшей в 1946 г. по распределению комиссии в госпиталь для немецких военнопленных, расположенный в г. Скопин Рязанской области. Лечить и спасать жизни вчерашних врагов стало ее профессиональной задачей, а фильм исследует не столько войну и насилие, сколько понятия «милосердие» и «врачебный долг» на их фоне. Но и в этом случае ни о какой деконструкции или переосмыслении образа военного не идет речи — акцент всего лишь несколько смещается на военного врача.

Заключительная особенность, которую мы хотели бы отметить, — это привязка фильмов к знаковым событиям Великой Отечественной войны: будь то обреченная оборона Брестской крепости или переломное для хода конфликта Сталинградское сражение, они вне зависимости от исхода демонстрируют, что героизм и геройство — различные вещи. Этот тонкий нюанс, с нашей точки зрения, упускается из виду американским кинематографом, для которого геройство (т. е. личное поведенческое проявление отваги вне зависимости от конечного результата) более значимо, чем исполнение военного долга вне зависимости от цены, которую придется заплатить. Ценой же геройства становятся жизни собственных сослуживцев, угроза невыполнения конкретной боевой задачи, которая в дальней перспективе оборачивается угрозой для мирных граждан («Повелитель бури», «Уцелевший», «Закон доблести»).

И хотя образ военного достаточно однозначен, мы вынуждены отметить, что он сцеплен с советским (эпохи Великой Отечественной) прошлым. К сожалению, художественный уровень, актерская игра и сценарий фильмов о современных конфликтах, например, «Катарсиса» или «Август. Восьмого», невысоки, что подтверждается и отзывами кинокритиков, и зрительскими оценками.

Выводы

Американское кинопроизводство в жанре военных фильмов за последние 10 лет претерпело сильные изменения, вызванные реакцией киноиндустрии на актуальные политические события, что всегда было отличительной чертой американского кинематографа. На смену кинолентам о Второй мировой войне и войне во Вьетнаме, как ключевым точкам американской военной истории XX в., приходят фильмы о глобальной войне с терроризмом. Хотя в последнее десятилетие, и даже конкретно последние 1–2 года, были и громкие релизы фильмов смешанного производства, посвященных событиям Второй мировой войны, например, «1917» или «Дюнкерк», основной акцент именно американских фильмов сместился на глобальную войну с терроризмом и войну между «культурным Севером» и «варварским Югом» [Хантингтон]. Страны, погрязшие во внутригражданских конфликтах, часто сопровождающихся межэтническими конфликтами (Афганистан, Ирак, Албания, Сербия, Косово), стали основной ареной действия

американского военного кинематографа. Российское кинопроизводство демонстрирует верность национальным художественным традициям в тематическом плане — осевым событием военной истории остается Великая Отечественная война, которой посвящено абсолютное большинство фильмов.

Для американской национальной школы характерно персонифицирование врага, что позволяет сконцентрировать зрительские переживания и придать им выраженно личный характер, усилить их, особенно с учетом американского культурного опыта общенационального переживания террористических атак 9/11. Российские фильмы сохраняют обобщенный, отчасти деперсонализированный образ врага (хотя яркие образы появлялись и в советских военных фильмах, и в современных российских — это не тенденция, а исключения из правила).

Важное наблюдение связано с тем, что в американских фильмах образ военнослужащего лишен однозначности (он не обязательно положителен), часто лишен героизма. Многие герои-военнослужащие изображаются недалекими или профессионально неподготовленными к защите гражданского населения и выполнению поставленной задачи. Можно говорить о девальвации роли военного как защитника и спасителя. В то же время нельзя не оценить попытки критической деконструкции военно-героического пафоса, предпринятой в целом ряде фильмов. Российские фильмы более однозначны: военный — почти мифологический герой, защитник, который исполняет долг, а не отработывает контракт, уровень его профессиональной подготовки не играет роли, поскольку его подготовка носит едва ли не метафизический характер, он подготовлен всей российской историей и культурой.

Ахмедов Ф. Б. «Мягкая сила» кинематографа США // *Аллея науки*. 2020. № 2 (41). С. 117–119;
Бычков С. П. Александр Невский: исторический прототип и экранный образ // *Вестн. ОмГУ*. 2004. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aleksandr-nevskiy-istoricheskiy-prototip-i-ekrannyy-obraz> (дата обращения: 10.12.2020).

Воронов А. М. Проблема правдоподобия и правды в советских и российских художественных фильмах, посвященных Великой Отечественной войне // *Вестн. ЛГУ им. А. С. Пушкина*. 2010. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-pravdopodobiya-i-pravdy-v-sovetskih-i-rossijskih-hudozhestvennyh-filmah-posvyaschyonnyh-velikoy-otechestvennoy-voyne> (дата обращения: 10.12.2020).

Дронов В. А. Историческая и атрибутивная достоверность изображения врага в современных фильмах о Великой Отечественной войне // *Власть*. 2013. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskaya-i-atributivnaya-dostovernost-izobrazheniya-vraga-v-sovremennyh-filmah-o-velikoy-otechestvennoy-voyne> (дата обращения: 10.12.2020).

Жемчужова О. А. Инструменты манипулирования массовым сознанием на примере кинематографа США // *Вестн. МГИМО*. 2014. № 2 (35). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-manipulirovaniya-massovym-soznaniem-na-primere-kinematografa-ssha> (дата обращения: 10.12.2020).

Карушева Ю. М. Актуальные фильмы холодной войны: компаративный анализ // *Социальная компетентность*. 2018. Т. 3, № 4 (10). С. 79–83.

Китай — новая сверхдержава? // *Русская служба BBC*: [сайт]. 2005. 8 марта. URL: http://news.bbc.co.uk/hi/russian/in_depth/newsid_4307000/4307933.stm (дата обращения: 10.12.2020).

Койне О., Франц В. А. Кинематограф как элемент системы «мягкой силы» государства // Дискурс-Пи. 2017. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kinematograf-kak-element-sistemy-myagkoy-sily-gosudarstva> (дата обращения: 10.12.2020).

Кулькин Е. С. Искусство как инструмент патриотического воспитания молодежи: опыт СССР 60–70-х годов // Социально-гуманитарные знания. 2013. № 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvo-kak-instrument-patrioticheskogo-vospitaniya-molodezhi-opyt-sssr-60-70-h-godov> (дата обращения: 10.12.2020).

Лямзин А. В. Базовые образы Великой Отечественной войны в советском и постсоветском кинематографе как элементы национальной российской идентичности // История и современное мировоззрение. 2019. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bazovye-obrazy-velikoy-otechestvennoy-voyny-v-sovetskom-i-postsovetskom-kinematografe-kak-elementy-natsionalnoy-rossiyskoy>. (дата обращения: 10.12.2020);

Маслова А. В. Культурные и политические механизмы формирования «мягкой силы» Индии // Государственное управление : электрон. вестн. 2017. № 61. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-i-politicheskie-mehanizmy-formirovaniya-myagkoy-sily-indii> (дата обращения: 10.12.2020).

Мединский предложил защищать российское кино от Голливуда. Снова // Русская служба BBC: [сайт]. 2018. 4 дек. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-46437679> (дата обращения: 10.12.2020).

Морозова И. В. Американский фильм-биография в системе современной кинокультуры // Вестн. ВГИК. 2016. № 1 (27). С. 105–114.

Нагорная О. С., Раева Т. В. Образы Первой мировой войны на экранах межвоенной России и Германии: мемориальная политика и коллективная память // Вестн. ЮУрГУ. Сер. : Социально-гуманитарные науки. 2012. № 32. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazy-pervoy-mirovoy-voyny-na-ekranah-mezhvoennoy-rossii-i-germanii-memorialnaya-politika-i-kollektivnaya-pamyat> (дата обращения: 10.12.2020).

Рябов О. В. «From Russia with love»: Образ СССР в гендерном дискурсе американского кинематографа (1946–1963 гг.) // Общественные науки и современность. 2013. № 5. С. 166–176.

Рябова Т. Б., Панкратова Е. В. «Cold warriors» глазами современных россиян: рецепция кино-образов маскулинности американских военных периода холодной войны // Женщина в российском обществе. 2019. № 4. URL: <https://womaninrussiansociety.ru/article/ryabova-t-b-pankratova-e-v-cold-warriors-glazami-sovremennykh-rossiyan-receptsiya-kinoobrazov-maskulinnosti-amerikanskix-voennykh-perioda-xolodnoj-vojny-str-29-40> (дата обращения: 10.12.2020).

Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М., 2007. 576 с.

Хохлов В. А. Великая Отечественная война в современном российском кино: продолжение в фэнтези-будущем // Новый ист. вестн. 2010. № 23. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/velikaya-otechestvennaya-voyna-v-sovremennom-rossiyskom-kino-prodolzhenie-v-fentezi-buduschem> (дата обращения: 10.12.2020).

Чистякова В. О. Отечественное военное кино 1911–2011 годов: медиатизация памяти // Культурол. журн. 2012. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otechestvennoe-voennoe-kino-1911-2011-godov-mediatizatsiya-pamyati> (дата обращения: 10.12.2020).

Шняга: Мединский раскритиковал голливудскую кинофантастику // Российская газета: [интернет-портал]. 2019. 14 дек. URL: <https://rg.ru/2019/12/14/shniaga-medinskij-raskritikoval-gollivudskuiu-kinofantastiku.html> (дата обращения: 10.12.2020).

Якушенкова О. С. Азиат как чужой: несколько кейсов американской истории // Манускрипт. 2016. № 12–1 (74). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aziat-kak-chuzhoj-neskolko-keysov-amerikanskoj-istorii> (дата обращения: 10.12.2020).

Belmonte L. A. Selling the American Way: U. S. Propaganda and the Cold War. Philadelphia, 2008. 272 p.

Greenwald J. Japan From Superrich To Superpower // Time : [webcite]. 1988. 4 July. URL: <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,967823,00.html> (accessed: 10.12.2020).

McCormick J. The European Superpower. L., 2006. 256 p.

Nye J. S., Jr. Soft Power: The Means to Success In World Politics. N. Y., 2005. 209 p.

Nye J. S., Jr. The Future of Power. L., 2011. URL: <https://books.google.ru/books?id=gp84DgAAQBAJ&hl=ru> (accessed: 20.02.2018).

Rosefielde S. Russia in the 21st Century. The Prodigal Superpower. Cambridge, 2005. 244 p.

Shaw T., Youngblood D. J. Cinematic Cold War: The American and Soviet Struggle for Hearts and Minds. Lawrence, 2010. 301 p.

Zakaria F. India Rising // Newsweek. 2006. 3 May. URL: <https://www.newsweek.com/india-rising-106259> (accessed: 10.12.2020).

Статья поступила 22.12.2020 г.

КУЛЬТУРА ГРАФФИТИ КАК ФОРМА ВЫРАЖЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ*

В статье рассматривается проблема функционирования городского пространства как коммуникативной площадки выражения общественного мнения. Целью работы является анализ культуры граффити, которая привлекает внимания к современным социальным процессам, а основная задача — оценка смыслового и социокультурного содержания граффити и их влияния на формирование общественного сознания. На основе концепции французского исследователя Ролана Барта авторами проанализирована локация «Двор Букашкина» в г. Екатеринбурге. Обобщены представления о социальных процессах в культурологическом, социологическом и философском ключе.

Ключевые слова: культура граффити; молодежный вандализм; общественное мнение; общественное сознание; текст культуры

Современные социальные процессы с их противоречивым и неоднозначным характером затрагивают все группы населения. Реакция на их течение и результаты выражается посредством общественного мнения. Актуальным является исследование особенностей субъектов социальной активности, которые наиболее открыто реагируют на изменения в структуре общественного сознания, тонко чувствуют колебания социальной системы. Попытка привлечь внимание к негативным и позитивным явлениям социального развития находит свое выражение в культуре граффити. Необходимо отметить, что она занимает промежуточную нишу между вандализмом и искусством. Продакшн-директор Музея стрит-арта в Санкт-Петербурге А. Муценко называет граффити «коммуникационным каналом как между участниками сообщества, так и с окружающим миром» [Муценко]. То есть в некоторых социальных процессах именно эта практика делает пространство города площадкой для трансляции граффитистами собственной мировоззренческой позиции, поиска определенной общественной солидарности, попыток формирования общественного сознания.

В рамках данного исследования были обозначены отличительные особенности таких понятий, как «общественное мнение», «общественное сознание», «социальный процесс». Эти вопросы находятся в центре внимания зарубежных и отечественных исследователей: П. Бурдьё, Д. Гавра, О. Гурова, Б. Докторова,

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 17-18-01278).

ПОРОЗОВ Роман Юрьевич — кандидат культурологии, аналитик отдела международных образовательных проектов, доцент кафедры философии, социологии и культурологии Уральского государственного педагогического университета (e-mail: r.porozov@yandex.ru).

КЛЮСОВА Полина Сергеевна — старший преподаватель кафедры философии, социологии и культурологии Уральского государственного педагогического университета (e-mail: polinasergeevna1900@mail.ru).

Э. Дюркгейма, О. Кружкова, Г. Лебона, Ю. Левады, У. Липпмана, Э. Ноэль-Ноймана, Г. Тарда. Социальный процесс как феномен развития общества рассматривается в работах Г. Зиммеля, В. Каминского, М. Морева, В. Падерина, Т. Парсонса, Ю. Плотинского, П. Сорокина, П. Штомпки. Исследование культуры граффити отражено в трудах Р. Барта, Д. Голышко-Вольфсона, Р. Кибривски, Д. Лея, В. Руденко, Д. Феррела и др.

Исследователями отмечается содержательное многообразие термина «общественное мнение». В широком значении это понятие подразумевает «состояние массового сознания, в котором выражается отношение (скрытое или явное) различных совокупностей людей, именуемых общественностью, к явлениям, событиям и фактам социальной действительности, затрагивающим их потребности и интересы» [Грушин, Горшков, Голдберг]. У. Липпман предполагает, что общественное мнение — это «конструкт, который формируется по установкам», которые принимаются большинством и выступают побуждающим мотивом к деятельности и «в соответствии с которыми действуют группы людей или индивиды, действующие от имени групп» [Липпман, с. 12]. То есть общественное сознание — это результат определенной коллективной рефлексии на актуальные вопросы социальной реальности. Э. Ноэль-Нойман отмечает, что общественное мнение является результатом двух процессов: непосредственного наблюдения за окружающей действительностью и воздействия средств массовой информации [Ноэль-Нойман, с. 9]. Таким образом, общественное мнение выступает своеобразным маркером социальных процессов.

Исследователи М. В. Морев и В. С. Каминский отмечают, что политические, культурные и социально-экономические условия изменяются под воздействием активных глобальных процессов. При этом изменения касаются «мировосприятия россиян, которые сегодня сталкиваются с совершенно иными проблемами, чем ранее» [Морев, Каминский]. Авторы классифицируют эти изменения «по сфере проявления: экономические, политические, экологические, воспитательные и т. д.; по механизму проявления: стихийные, сознательные, естественно-исторические; по степени управляемости: управляемые, слабо управляемые, неуправляемые; по роли в обществе функций объекта: функциональные, дисфункциональные; по направленности качественного состояния объекта: прогрессивные, регрессивные; по интенсивности изменений качественного состояния объекта: эволюционные, революционные» [Там же]. Взяв за основу указанные сферы, можно выявить структуру реакции на них. При этом культура граффити по-своему отвечает экономическим, политическим, экологическим и воспитательным вызовам. Управляемость и неуправляемость выражения общественного мнения через граффити зависит от того, кто выступает источником социального заказа на данную практику и кто является его исполнителем: политические структуры, представители разных субкультур, активные граждане, молодежные организации. Если заказ не поступает «сверху», то граффити становятся неуправляемым дисфункциональным способом реакции на происходящие в социуме процессы и занимают статус «вандальной» практики. В этом случае они представляют собой индивидуальную реакцию на коллективные установки, связанные, по мнению

авторов, с понятием «атомизация». В социологическом понимании данный процесс связан с представлением одной группы населения, «интересы и ценности которой должны, безусловно, доминировать над интересами личности (отдельного человека)» [Падерин]. То есть деструктивное поведение — это попытка сопротивления и выражения общественного мнения. О. В. Гурова и О. В. Кружкова отмечают субъективность проявления данного типа поведения, это «форма самоутверждения, самовыражения» [Гурова, Кружкова, с. 115–121]. Таким образом, граффити можно рассматривать как способ манифестации определенных социально значимых идей.

И. А. Ильева и Р. Я. Цибриенко в своей работе «О методологии социологического исследования современных социальных процессов» выделяют бинарные социальные процессы, среди которых в контексте вандальных практик можно отметить: «виртуализацию (“неопределенное”, “потенциальное”, “актуальное” как процесс формирования представлений, интерпретаций о различных сторонах и явлениях социальной жизни), объективизацию или материализацию (процесс практического, реального проявления социальных явлений в общественной жизни); сотрудничество или кооперацию (совместная деятельность по достижению желаемой цели) — противоборство или конфликт (открытая борьба между двумя или более людьми, социальными движениями, группами интересов, классами, полами, организациями, политическими партиями, этническими, расовыми или религиозными коллективами, государствами)» [Ильева, Цибриенко]. Исследователи отмечают, что граффити можно отнести к метафоричным «гибридным» формам политического дискурса, имея в виду именно настенные надписи политического характера [Будаев, с. 105]. С. В. Киселев классифицирует граффити по месту производства и распространения, смысловому содержанию, адресатам назначения, художественно-эстетическому оформлению, семантическому кодированию [Киселев].

Д. Лэй и Р. Кибривский называют граффити «индикаторами установок, поведенческих диспозиций и социальных процессов» [Ley, Cybriwsky]. Опасность вандальных практик, в том числе через культуру граффити, с точки зрения юридических научных исследований заключается в усвоении данного типа поведения и усложнении их форм [Пашутина, 2009]. Граффити, как практика выражения общественного мнения, представляют процессы объективации (материализации), при этом их можно рассматривать одновременно в ракурсе и сотрудничества, и конфликта. Граффити, и как стрит-арт, и как вандализм, выступают формой и способом выражения общественного мнения, зависят от социальных процессов и уровня культурного развития общества. По мнению П. Штомпки, существует несколько способов понимания и интерпретации социальных изменений, но культура граффити затрагивает именно первую сферу — «здорового смысла, на уровне которого люди усваивают общие идеи, понятия, представления о социальных изменениях в той мере, в какой они стремятся осмыслить собственную жизнь» [Штомпка, с. 9].

Можно также отметить, что объекты общественного мнения в культуре граффити затрагивают не только острые социальные проблемы, но и процессы,

имеющие глубокий ценностный потенциал: духовное развитие общества, его нравственные установки, экзистенциальные проблемы и общечеловеческие ценности — все то, что связано с воспитанием необходимых для социализации личности качеств.

В рамках данной статьи мы обратились к концепции французского философа, представителя структурализма и постструктурализма Р. Барта, который анализирует феномен граффити с двух позиций — «Punctum» и «Studium» [Барт, с. 44]. Его теорию мы применили к известной в Екатеринбурге локации, которую называют «Двор Букашкина» (пр. Ленина, 5в). Личность Старика Букашкина (настоящее имя — Евгений Михайлович Малахин, 1938–2005 гг.) для Екатеринбурга является знаковой. Спектр его занятий обычно определяется следующим образом: народный дворник России, скоморох, философ, фотограф, поэт и прозаик, художник. Образ Старика Букашкина уже давно мифологизировался. Согласно представлениям художника, любой объект городской среды потенциально может стать произведением искусства и иметь важный просветительский эффект. Так появился известный «Двор Букашкина», который представляет собой расписанные в стиле наивного искусства гаражи. Автор текста — Старик Букашкин, авторы изображения — общество «Картинник».

Во «Дворе» помимо рисунков можно обнаружить «поучительные» выражения: «Где друзья садятся в круг, пусть цветут бобы, цветы и лук»; «Поможем сиять солнцу, пусть свет в каждом оконце». Встречаются и «заигрывания», вовлекающие зрителя в настоящий квест:

Ну-ка, давайте вдоль стенки пройдем,
ну-ка, взглядимся, ну-ка, найдем,
льва и стрекозок на розе,
елку, листок на березе...

Бартовский Punctum здесь раскрывается за счет внутреннего и внешнего динамизма граффити. Внешний (материально и визуально воспринимаемый) динамизм — это протяженность сюжетной линии, которая складывается из образов, идущих друг за другом. Традиционно граффити — это одно изображение, которое не имеет сюжетного продолжения в другом. В этом смысле каждое граффити — это законченное и самодостаточное художественное произведение. В рассматриваемом нами случае сюжетная линия граффити выходит за рамки одного изображения и продолжается в последующих. Внутренний (интеллектуальный) динамизм граффити складывается как результат вовлеченности зрителя в игру, предлагаемую ему. Внимательный зритель, по задумке авторов, должен испытать целый конгломерат эмоций, когда следует за сюжетной линией.

Studium здесь — это желание понять, зачем авторы создали данный объект, что ими двигало. Отчасти это отвечает тем представлениям, что одной из основополагающих функций современного уличного искусства и его представителей (в частности, граффитистов) является попытка снять традиционные оппозиции между «высоким» и «низким», «развлекательным» и «серьезным», «временным»

и «постоянным», «повседневным» и «вневременным». Для культуры граффити данные оппозиции не актуальны, они отсутствуют.

Рассматривая «Двор Букашкина» с точки зрения отражения общественного мнения, необходимо отметить, что здесь граффити затрагивают те базовые общечеловеческие ценности, которые составляют основу размышлений над окружающей нас действительностью. Речь идет об утрате таких человеческих качеств, как сочувствие и взаимопомощь, дружба, толерантность.

Таким образом, ценностные установки, транслируемые через культуру граффити, могут восприниматься одновременно и в качестве закрепленной в общественном сознании мировоззренческой позиции, и в качестве побудительного мотива к формированию общественного мнения. Граффити как текст культуры позволяет фиксировать в едином графическом изображении двойственность субъект-объектной модели восприятия окружающей реальности.

Барт Р. Camera lucida. М., 1997. 87 с.

Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации. 3-е изд., стер. М., 2018.

Гурова О. В., Кружкова О. В. Вандализм как деструктивная стратегия реализации субъектности подростка // Педагогическое образование в России (Екатеринбург). 2017. № 3. С. 115–121.

Грушин Б. А., Гориков М. К., Голдберг Ф. И. Общественное мнение. URL: <https://gtmarket.ru/concepts/7106> (дата обращения: 05.11.2020).

Делейчук Л. Э., Фардзинова З. А. Вандализм как форма асоциального поведения молодежи // Политика, государство и право. 2015. № 6. URL: <http://politika.snauka.ru/2015/06/3167> (дата обращения: 24.10.2020).

Ильяева И. А., Цибриенко Р. Я. О методологии социологического исследования современных социальных процессов // Вестн. ТГУ. 2008. № 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-metodologii-sotsiologicheskogo-issledovaniya-sovremennyh-sotsialnyh-protsessov> (дата обращения: 18.10.2020).

Киселев С. В. Знаково-психологические мотивы граффити в молодежной субкультуре // Социол. исслед. 2005. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/846/925/1219/013.KISSELEV.pdf> (дата обращения: 24.10.2020).

Литман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. В. Барчуновой. М., 2004. 384 с.

Морев М. В., Каминский В. С. Социальные процессы: классическая теория и современная актуальность // Вопр. территориального развития. 2016. № 3 (33). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-protsessy-klassicheskaya-teoriya-i-sovremennaya-aktualnost> (дата обращения: 18.10.2020).

Мищенко А. Граффити — искусство или вандализм? // Design Mate : [независимое интернет-издание]. URL: <https://design-mate.ru/read/an-experience/graffiti-art-or-vandalism> (дата обращения: 04.11.2020).

Николаева Ю. В., Гребенников В. В., Федякин А. В. и др. Исследование особенностей молодежного вандализма и выработка инструментария его профилактики // Психология и право. 2020. Т. 10, № 3. С. 224–234. URL: https://psyjournals.ru/psyandlaw/2020/n3/Nikolaeva_Grebennikov_Fedyakin_full.shtml (дата обращения: 04.11.2020).

Нозль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / пер. с нем. ; общ. ред. и предисл. Н. С. Мансурова. М., 1996. 35 с.

Падерин В. К. К вопросу изучения новых социальных процессов в российском обществе // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. : Гуманитар. науки. 2011. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-izucheniya-novyh-sotsialnyh-protsessov-v-rossiyskom-obschestve> (дата обращения: 18.10.2020).

Пашутина О. В. Вандализм как преступление против общественного порядка : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Ростов н/Д, 2009. 27 с.

Штомпка П. Социология социальных изменений. М., 2007. 828 с.

Ley D., Cybrivsky R. Urban graffiti as territorial markers // Annals of the Association of American Geographers. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8306.1974.tb00998.x> (accessed: 24.10. 2020).

Статья поступила в редакцию 18.12.2020 г.

КУЛЬТУРНЫЙ КОД ПЕТЕРБУРГА В МУЗЫКАЛЬНОМ МИРЕ СЕРГЕЯ СЛОНИМСКОГО

Статья посвящена проблеме культурных традиций и культурного наследия, связанных с Петербургом и его значимостью в культуре России. В ней исследуется музыкальный мир крупнейшего композитора XX–XXI вв. Сергея Михайловича Слонимского, коренного петербуржца, в чьем творчестве и всей обширной деятельности город на Неве играл определяющую роль, став своего рода культурным кодом его художнического бытия. Особенности мировосприятия С. М. Слонимского отразились в органичном сплаве типичных для культуры Петербурга западнических и славянофильских тенденций, на основе которых сформировался музыкальный образ Петербурга (Петрограда, Ленинграда) в его творчестве. Делается вывод о глубокой национальной самобытности музыкального мира Слонимского, ставшего драгоценным достоянием российской, европейской и мировой культур.

К л ю ч е в ы е с л о в а: культурные традиции; наследие; культурный код; композитор; Слонимский; западничество; славянофильство; музыкальный мир

Да, я люблю его, громадный, гордый град.
Но не за то, за что другие;
Не здания его, не пышный блеск палат
И не граниты вековые
Я в нем люблю, о нет! Скорбящею душой
Я прозираю в нем иное —
Его страдание под ледяной корою,
Его страдание больное...

Аполлон Григорьев

Выдающийся композитор XX–XXI вв. Сергей Михайлович Слонимский (1932–2020) принадлежал к славному поколению шестидесятников, сумевших открыть новые художественные миры в советской и российской культуре в разных ее областях, в том числе и в музыке. Жизнь и масштабное музыкальное творчество большого художника органично вписывается в контекст культурных традиций Санкт-Петербурга (Петрограда–Ленинграда). В научной литературе проблема символики и семантики Петербурга рассматривалась во многих трудах, в их числе работы М. Кагана, Д. Лихачева, В. Топорова, Ю. Лотмана [Семиотика города и городской культуры, 1984], Б. Асафьева, А. Климовицкого и других ученых. То, как решал эту проблему в своем творчестве и деятельности С. Слонимский, исследовали М. Рыцарева [Рыцарева], Т. Зайцева [Зайцева], Е. Долинская [Долинская],

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., 2021

в том числе и автор данных строк [Девятова, 2003, 2004, 2019]. Однако эта сложная проблема нуждается в более основательной культурологической разработке.

Культурный код Петербурга Сергей Слонимский воспринял прежде всего через *семейную генетику* рода коренных петербуржцев. Его прадед был изобретателем вычислительной машины, дед — редактором журнала «Вестник Европы». Друзьями дома были известные петербуржцы (главный редактор «Вестника Европы» М. Стасюлевич, литературовед, этнограф, академик Петербургской академии наук А. Пыпин, философ и поэт В. Соловьев и многие другие). Отец композитора Михаил Леонидович Слонимский был популярным советским писателем, одним из основателей литературной группы «Серапионовы братья», возникшей в Петрограде в 1921 г. (в число «братьев» входили Л. Лунц, В. Каверин, К. Федин, М. Зощенко и др.). Как верно отмечает Т. Зайцева, Слонимские даже «оказались в родстве с величайшими певцами Петербурга — Пушкиным и Мандельштамом» [Зайцева, с. 164]. Об этом Слонимский писал в своей книге воспоминаний «Бурлески, элегии, дифирамбы в презренной прозе», отмечая, что жена его дяди Александра приходилась правнучкой Пушкину, а двоюродный дед, известный знаток русской литературы, основатель книжной палаты С. А. Венгеров, был родственником Мандельштама [Слонимский, 2000, с. 21–23].

Другим «знаком» Петербурга была для Слонимского профессиональная композиторская школа (Ленинградская консерватория, учителя — композиторы петербургской-ленинградской школы Б. Арапов, О. Евлахов, В. Пушков и др.). О своем профессиональном становлении Слонимский написал подробно в уже упомянутой книге «Бурлески...» [Слонимский, 2000], а о композиторах петербургской школы — в книге «Заметки о композиторских школах Петербурга XX века» [Слонимский, 2012]. Он много лет проводил в Союзе композиторов, консерватории и Фонде культуре вечера памяти ушедших коллег, правомерно считая, что необходимо продлить жизнь произведениям талантливых мастеров, подчас забытых и неизвестных новым поколениям.

Сам Слонимский, наряду со старшими предшественниками и современниками (В. Щербачев, А. Кушнарев, О. Евлахов, Б. Ключнер, А. Колкер, Б. Тищенко и др.) [Слонимский, 2000], создал свою композиторскую школу, воспитал множество талантливых учеников (в их числе были студенты из Германии, Ирландии, Кореи, Израиля и многих других стран), отдав плодотворной педагогической работе в Санкт-Петербургской консерватории более 60 лет жизни¹.

Дух Петербурга Слонимский впитал и через свои многообразные интересы к русской классической поэзии и прозе XIX в. (Пушкин, Лермонтов, Некрасов, Достоевский, Кольцов, А. Толстой, Тютчев и др.), поэзии Серебряного века (Блок, Ахматова, Мандельштам, Цветаева и др.), а также к современной литературе (Рейн, Бродский, Кушнер, Городецкий и др.). Эти пристрастия непосредственно сказались в его творчестве.

¹ Список учеников С. М. Слонимского (по 2002 г. включительно) составлен Р. Н. Слонимской и содержится в книге: Вольные мысли: К юбилею Сергея Слонимского. СПб., 2003. С. 564–565.

Петербург стал, как известно, неким образом-символом европейскости в русской культуре, носителем западных традиций и ценностей, активно усвоенных ею на протяжении XVIII–XIX вв. Одновременно Петербург воспринимался Слонимским и как город, олицетворяющий русскую культуру, ее исконно национальные традиции. Слонимский как истый петербуржец сумел синтезировать в своем творчестве музыкальное «западничество» и музыкальное «славянофильство» прежде всего русских классиков XIX и XX вв. (от Глинки, композиторов «Могучей кучки», Чайковского до Прокофьева, Стравинского, Шостаковича и др.). Т. Зайцева отмечала эту «всемирную отзывчивость» композитора, обусловившую широчайшую стилевую амплитуду его творчества [Зайцева]. Действительно, тяготение к западноевропейской музыкальной культуре (от античности, Средневековья и Ренессанса до барокко, классицизма и особенно романтизма), органично сплетенное с интересом Слонимского к фольклору (прежде всего славянскому), русским духовным традициям и другим проявлениям национального стиля, в том числе классического, умноженным на открытия культуры XX–XXI вв., — стало неотъемлемым знаком его художественного универсума [Девятова, 2003]².

В итоге силой своей гениальности Слонимскому удалось создать оригинальный, самобытный музыкальный мир — «музыкальную галактику» (по терминологии Е. Долинской) [Долинская].

Результатом этого органичного синтеза западных и русских традиций в творчестве Слонимского стал музыкальный образ Петербурга (Петрограда, Ленинграда), созданный мастером в целом ряде сочинений. Они составили особый философский, подчас трагический мир идей и смыслов, великолепно раскрытых композитором в сложных музыкальных концепциях.

Таковы его симфонические и концертные сочинения по мотивам произведений Ф. Достоевского «Белые ночи» и «Преступление и наказание» — «Петербургские видения» (1994), «Трагикомедия» для альта и камерного оркестра (2005).

Рассмотрим несколько подробнее симфоническую пьесу «Петербургские видения», эпиграф к которой взят из повести Достоевского «Белые ночи»: «Есть в Петербурге довольно странные уголки. В этих углах — совсем другая жизнь... смесь чего-то чисто фантастического, горячо-идеального и вместе с тем (увы!) тускло-прозаического и обыкновенного... В этих углах проживают странные люди — мечтатели». Этот эпиграф настраивает слушателя на восприятие особого мира Достоевского, воссоздающего причудливо-фантастическую атмосферу Петербурга (ее описывали и другие литераторы: Н. Гоголь, Д. Мережковский, И. Анненский и т. д.). Не случайно В. Топоров, говоря о роли Петербурга в русской литературе, отмечал, что в ней «отражена квинтэссенция жизни *на краю, над бездной, на грани смерти* (здесь и далее в неоговоренных случаях курсив в цитатах мой. — О. Д.)» [Топоров].

Именно о таком воздействии этого города на человека писал Достоевский, считая, что люди в Петербурге живут в страшном душевном напряжении, как бы

² Русская природа незаурядного дарования композитора ярко проявилась во многих его «фольклорных» опусах, а также сочинениях разных жанров (опера, симфония, хоры, романсы и др.).

на грани катастрофы. Герцен также отмечал, что в судьбе Петербурга «есть что-то трагическое, мрачное и величественное» [цит. по: Петербург в русской поэзии, с. 18].

Не случайно Слонимский избрал для пьесы жанр «видений», исторически сложившийся еще в культуре Средневековья, но обретший особый смысл в русской литературе, театре, музыке XIX — начала XX в., особенно связанной с образом и мифологемой Петербурга³. Так, в литературных и поэтических описаниях Петербурга, к примеру в творчестве В. Брюсова, рождались во сне или видениях образы призрачно-нереальные, странные: «Но северный город — как призрак туманный, / Мы, люди, проходим, как тени во сне. / Лишь ты сквозь века неизменный, венчанный, / С рукою простертой летишь на коне...», или: «Для них, детей тысячелетий, / Лишь сон — виденья этих мест, / И эта твердь, и стены эти, / И твой, взнесенный к небу, крест...».

Главный образ «Видений» Слонимского — образ злой и механистичной силы основан на четко ритмизованной моторике; он обрамляет всю симфоническую композицию, создавая атмосферу жуткой фантазмагии. Контрастом ему служат краткие лирические эпизоды, тихие проникновенные соло (например, соло гобоя в сопровождении арфы, настроенной по четвертьтонам). Дальнейшее хаотично-«бесовское» кружение деревянных духовых, постепенное разрастание *divisi* струнных (до девяти пульгов), колючие возгласы ударных создают еще более зловещую атмосферу в мощной кульминации, которая достигает апогея в грозном звучании хора ла меди, «рассыпающегося» в глассандо струнных, арфы, флексотона, в заключительных тактах сочинения превращающегося в жуткие посвисты. В результате образная символика «Видений» Слонимского приближает нас к постижению *тайны Петербурга*; музыкальная картина, мастерски созданная композитором, вызывает различные ассоциации, например, с восприятием «гоголевских видений» А. Григорьевым, который писал: «В этом новом мире для меня промелькнула полоса жизни совершенно *фантастической*; над нравственной природой моей пронеслось странное, *мистическое* веяние, — но, с другой стороны, я узнал, с его запахом довольно тусклым и цветом довольно грязным... *странно-пошлый мир*» [цит. по: Блок, 1971б, с. 365–366].

Сам подход Слонимского к воплощению «достоевского» кода Петербурга ассоциируется в музыке со словами И. Анненского в книге «Отражений»: «Теперь нам грезятся новые символы, нас осаждают еще не оформленные, но уже другие волнения, потому что мы *прошли сквозь Гоголя* и нас *пытали Достоевским*» [цит. по: Петербург в русской поэзии, с. 23].

Культурный код Петербурга зашифрован в целом ряде других сочинений С. Слонимского разных жанров: замечательных романсах на стихи А. Пушкина, моноопере «Смерть поэта» на стихи М. Лермонтова; романсах и кантате «Голос из хора» на стихи А. Блока, а также оратории «Час мужества» на стихи А. Ахматовой. Петербургу и петербуржцам Слонимским посвящены несколько гимнов, кантов⁴,

³ Тема «видений» в контексте традиций русской культуры представлена в творчестве Слонимского в опере «Видения Иоанна Грозного» (1993–1995), а также отчасти в 10 симфонии («Круги ада» по Данте, 1992), в романсах на стихи А. Кущнера (2000) и других сочинениях.

⁴ Кант — жанр бытовой хоровой музыки, типичный для культуры петровского времени.

песен, пьес, а также вокальные циклы на стихи О. Мандельштама, Е. Рейна и многие другие сочинения⁵.

Проанализируем подробнее некоторые из названных произведений. Обратимся к одному из самых сильных сочинений «позднего Слонимского» — концертной моноопере (для баса и фортепиано) «Смерть поэта» (к 200-летию юбилею поэта, 2014), созданной на гениальные стихи М. Лермонтова. явившиеся, как известно, его гневной реакцией на безвременную гибель Пушкина на дуэли. Это, безусловно, одно из самых вдохновенных «лермонтовских» сочинений Слонимского, во всей полноте раскрывающих трагические философские и социально-культурные смыслы стихов, которые композитор воспринимал как «*рыцарски разящий памфлет*, направленный против обывательского завистливого и злорадного злодейства, убивающего вдохновенных творцов...» [Слонимский, 2014, с. 2].

И такое восприятие этих стихов не случайно, так как М. Ю. Лермонтов был одним из самых любимых поэтов Сергея Слонимского, наиболее близким его творческой натуре. В предисловии к сборнику своих вокальных сочинений на стихи Лермонтова Слонимский писал: «Стихи Лермонтова — моего любимейшего с детства поэта (позднее к нему добавились в моем субъективном литературном пантеоне Блок, Ахматова, Мандельштам...) — до сих пор звучат современной поэтической музыкой, то гневной, возмущенной, то нежной, благоуханной... Во многих из них читается трагическая обреченность внутренне свободного человека в скованном безжалостной цепью обществе» [Там же].

Действительно, избранные композитором для монооперы стихи Лермонтова бросали жесткое, бескомпромиссное обвинение в адрес петербургского светского общества, явно или косвенно виновного в гибели Пушкина; они звучали грозным приговором «*палачам Свободы, Гения и Славы*», которых ждет самый справедливый, неподвластный «звону злата» *Божий суд*. В стихах дана небывало пронзительная по тем временам оценка значения Пушкина для России и русской культуры.

О своеобразии своего сочинения Слонимский писал так: «Огромный объем и многообразное содержание этого стихотворения вызвали желание музыкально воплотить его в жанре *монооперы*, в которой возникают и образ Поэта, и холодный, бездушный Дантес, и низкие гонители павшего Гения, и предстоящий Божий суд над ними» [Слонимский, 2014, с. 2].

Слонимский и в своих комментариях, и в самой музыке монооперы подчеркнул *современность* звучания гневных обвинительных речей Лермонтова: «...“Жадную толпой стоящие у трона Свободы, Гения и Славы палачи”, увы, оказались живучими, как раковые клетки, на протяжении XIX и XX веков. Многие из них благоденствуют и сегодня» [Там же].

⁵ Песня о Ленинграде. Для баса, смешанного хора и симфонического оркестра. Слова А. Чепурова (1983); Гимн Петербургской консерватории. Приветственный кант для хора и симфонического оркестра. Слова С. Слонимского (1999); Приветственный кант Всемирному клубу петербуржцев для хора без сопровождения. Слова А. Емельянова (2000); Павловский вальс-галоп для симфонического оркестра (2003); Приветственный кант Капелле «Таврической» для хора и симфонического оркестра (2012).

Далее рассмотрим особенности воплощения в опере сложной драматургии лермонтовского сочинения, представляющей большой развернутый монолог, в котором раскрываются все персонажи этой трагедии.

В первой части дается характеристика Поэта. Лейтмотивом оперы является гордая, суровая и трагичная тема вступления (с характерным постукивающим ритмом). Она воспринимается как мотив судьбы, гибели Поэта, неоднократно появляется в самых важных смысловых эпизодах сочинения. В ее квартовых возгласах словно звучит «лермонтовский» вопрос — «зачем?». Речь поэта о поэте, полная драматизма, напоминает высокую декламацию античных трагиков. Голос баса решительно провозглашает (на вопрошающих квартовых интонациях вступления): «Погиб поэт! — невольник чести». Следующая фраза — «пал оклеветанный молвой» звучит более распевно (у голоса и фортепиано), но затем вновь следуют возмущенные возгласы: «с свинцом в груди и жаждой мести», обрывающиеся на квартрах, которые сменяются более мягким спадом: «поникнув гордой головой!». В конце этой фразы в партии фортепиано как бы фиксируются октавные акценты, словно имитирующие роковой звук выстрела дуэльного пистолета.

В дальнейшем развитие темы получает более мелодически распевный характер, передавая страдания души Поэта: «Не вынесла душа поэта позора мелочных обид, *восстал он против мнений света один, как прежде, и убит!*» Композитор дает достаточно широкое движение к кульминации, когда вокальная партия почти срывается в крик, подчеркивая одиночество Поэта, его внутренний протест. Слова «и убит» звучат скорбно у голоса, а грозный «приговор» — лейтмотив судьбы Поэта трагично, с жесткими диссонансами и октавными «выстрелами» провозглашает фортепиано.

Эпизод с ироничными упреками в адрес петербургского «света», убившего Поэта, дан Слонимским в виде мелодической речитации голоса, то взмывающего вверх в узорчатых «переливах», словно имитирующих ложные *лицемерные* рыдания: «Убит! К чему теперь рыдания», то в распевных ниспаданиях «ненужного хора» «пустых похвал», то в остроте стаккатированного мелодического подъема, словно воспроизводящего «жалкий лепет оправданий». Кульминационной в этом разделе является фраза, утверждающая страшную непреложность случившегося (вновь на интонациях лейтмотива): «Судьбы свершился приговор», когда басу вновь отвечают жесткие октавные «выстрелы».

Следующий раздел более развернут, в нем содержится новый ряд гневных обвинений Лермонтова в адрес света: «Не вы ль сперва так злобно гнали его свободный смелый дар...» Лирическая мелодия этой фразы, сопровождаемая краткими «всплесками» фигураций у фортепиано, передает не буквальный смысл слов, как ранее, не образ гонителей, а вольный «свободный» полет Музы Поэта, в то время как последующие слова снова обличают врагов Пушкина в коротких, рвущихся вокальных репликах: «...и для потехи раздували чуть затаившийся пожар?» Полна едкой иронии и даже злого сарказма следующая фраза: «Что ж? Веселитесь. Он мучений последних вынести не мог», которая сменяется горькой, ниспадающей на интонациях лейтмотива судьбы темой о Поэте: «Угас, как светоч, дивный гений, увял торжественный венок».

Следующий раздел (*Allegro marziale*⁶) монооперы раскрывает образ Дантеса — убийцы Пушкина, явившийся порождением злобных интриг петербургского «света» и его удобным орудием. Эпизод открывается острыми, маршеобразными, колючими (на стаккато) аккордами фортепиано, которым вторит голос: «Его убийца хладнокровный навел удар, спасенья нет». На тех же колючих интонациях баса, перебиваемых острой темой фортепианной партии, строится весь музыкальный портрет Дантеса, холодного, равнодушного повесы с пустым сердцем: «И что за диво?.. издалека, подобный сотням беглецов, *на ловлю счастья и чинов заброшен к нам по воле рока*». И только на словах о Пушкине «на что он руку поднимал!» меняется интонация, мелодия звучит распевно и величаво, замедляется ее темп.

Далее музыка обретает возвышенный характер, у фортепиано появляются аккорды с волнистым арпеджиато, напоминающим звучание лиры, на фоне которого распевается красивая тема: «И он убит — и взят могилой...», подобно пению Орфея. Одновременно этот эпизод напоминает пение древнеславянских певцов-баянов в былинном, сказовом стиле. Затем начинаются вопросы «Зачем?», обращенные Лермонтовым к погибшему Поэту, они интонационно развиваются в размеренном стиле.

Драматической кульминацией становится эпизод *Allegro agitato*⁷, где речь идет о терновом венце. Здесь быстрый темп, активные напористые октавные нарастания в партии фортепиано подчеркивают драматизм восходящих мотивов голоса: «И прежний сняв венок, — они венец терновый, увитый лаврами, надели на него». Ломаные октавы словно уподобляются острым иглам, язвящим «славное чело». Слова о травле отличаются язвительной насмешливостью («отравлены его последние мгновенья коварным шепотом насмешливых невежд»). Строки о напрасной жажде мщенья, об обманутых надеждах вновь обретают в звучании голоса более скорбно-величавый характер (снова в более медленном темпе), раскрывая горькое сожаление и боль автора от сознания гибели Поэта.

Это настроение боли и горького сожаления сохраняется и в следующем эпизоде (*Moderato con moto*⁸), чуть более подвижном. Вновь в фортепианной партии появляются выразительные фигурации, которые сопровождают певучую выразительную тему широкого дыхания, словно воссоздающую поющий голос Поэта: «Замолкли звуки чудных песен, не раздаваться им опять: приют певца угрюм и тесен, и на устах его печать».

Но Песнь Поэта вновь прерывает страшный глас Судьбы — роковая тема аккордов фортепиано, и далее следует обращение голоса к «надменным потомкам». Грозными обвинениями звучат кульминационные и важнейшие по значимости слова, превозносящие Поэта и обличающие его палачей: «Вы, жадною толпой стоящие у трона, Свободы, Гения и Славы палачи!» Последние фразы этой строфы: «Таитесь вы *под сению закона*, пред вами *суд и правда — все молчи!*», произносятся с осторожными, таящимися интонациями, постепенно поднимающимися к верхнему звуку.

⁶ В пер. с итал. «быстро, маршеобразно».

⁷ В пер. с итал. «быстро, взволнованно».

⁸ В пер. с итал. «умеренно, с движением».

Венчает монооперу грандиозный финал, который является апофеозом-гимном Поэту. Торжественно и звонко, подобно колоколам, звучат мощные аккорды фортепиано. Широкая, раздольная тема голоса в духе русских славлений повествует о *высшем, божьем суде*, который способен покарать виновных и воздать всем по заслугам: «Но есть и божий суд, наперсники разврата! Есть грозный суд: он ждет; он не доступен звону злата, и мысли, и дела он знает наперед». Только на миг вновь появляется колючая, ползущая тема врагов («Тогда напрасно вы прибегните к злословью: оно вам не поможет вновь»), которую полностью вытесняет торжественная, величавая тема, неторопливо поднимающаяся к высокому звуку через нежные лирические полутоны, утверждающая *бессмертие Поэта-Творца*: «И вы не смаете всей вашей черной кровью *поэта праведную кровь!*»

Таким образом, Слонимский в музыкальном воплощении стихотворения Лермонтова, написанного «кровью сердца», очень чутко следовал за текстом, передал в музыке все его сложные содержательные нюансы, а также детали в характеристиках трех контрастных образов: Поэта; собирательного образа его врагов и гонителей, а также образа его убийцы Дантеса. Над всем этим главенствует трагический образ Судьбы, который составляет драматургический стержень произведения. Важен был для композитора и образ божьего суда, который олицетворен в традициях древнерусской народной песенной культуры, во многом сформировавшей великого поэта. В концертной моноопере Слонимский (вслед за Лермонтовым) создал символический образ «пушкинского Петербурга», не только представляющего «блеск и суету большого света», но и выступающего гонителем великого поэта, погубившим его злословьем, травлей и клеветой.

В трагической концепции монооперы «Смерть поэта» Слонимский раскрыл проблемы, волнующие великого поэта в XIX в., но сохранившие свою актуальность и в XXI в., необычайно близкие ему по духу.

Образ Петербурга и Ленинграда, как отмечалось, стал содержанием многих стихов поэтов Серебряного века — А. Блока, О. Мандельштама, А. Ахматовой, привлечших внимание С. Слонимского.

Рассмотрим романсы из его позднего вокального цикла «Пять романсов на стихи А. Блока» (для среднего голоса и фортепиано, 2016). В этом цикле Слонимский обратился к произведениям Блока, созданным в начале XX в., — «Не мани меня ты, воля...» (1905), «О доблестях, о подвигах, о славе...» (1908), «Я пригвожден к трактирной стойке...» (1908), а также в период Первой мировой войны — «О, я хочу безумно жить» (1914) и «Дикий ветер» (1916). Избранные стихи не напрямую связаны с образом Петербурга, но раскрывают проблематику, типичную для культуры Серебряного века, связанную с судьбами русской творческой интеллигенции (в том числе и петербургской), переживающей в сложных социальных условиях состояние духовной растерянности, тревожности, трагических предчувствий и ожидания катастроф. Через призму социальных катаклизмов высвечивается в стихах и личность Блока, органично вобравшего в себя «лики Петербурга», его драматические переживания, облеченные в символику метафорических смыслов. Как он писал в предисловии к поэме «Возмездие»: «...нам, счастливейшим или несчастливейшим *детям своего века*,

приходится *помнить* всю свою жизнь; все годы наши резко окрашены для нас...» [Блок, 1971а, с. 187].

Открывается цикл романсом «Русская песня». В стихах Блока создается образ тоскующего о воле человека, пытающегося сохранить свою возлюбленную, которую отдают другому; герой мечтает о весне, олицетворяющей для него счастье, но в итоге остается в трагическом одиночестве.

Музыка романса написана в народном стиле, в котором выразительно распеты блоковские строки «Не мани меня ты, воля, не зови в поля!». Плавная мелодия импровизационно развивается в переменном размере 7/4, 5/4, 4/4, 3/4. Создается настроение элегического раздумья. Горестно звучат слова: «Нам не жить с тобою вместе в радостных полях!» В кульминации романса музыка становится более эмоционально экспрессивной («Лишь на миг в воздушном мире оглянусь, взгляну, как земля в зеленом пире празднует весну...»). Последние строки блоковских стихов отличаются еще большей горечью и болью, которая подчеркивается и в музыкальных интонациях, развивающихся волнообразно, также в переменном метре (3/4, 5/4, 4/4), то плавно ниспадая, то поднимаясь к высоким звукам и снова «вздохами» опускаясь вниз («И пойду путем-дорогой, тягостным путем — жить с моей душой убогой нищим бедняком»). Безусловно, «Русская песня» Слонимского написана не в этографическом ключе, отличается усложненностью вокальной лексики и изысканностью стиля, но такая стилистика соответствует утонченности стихов Блока, полных недосказанности и таинственных зашифрованных смыслов.

В русле образности, связанной с кодом Петербурга, интересен романс «Дикий ветер», в котором блоковские стихи раскрывают типичный для его поэзии образ ветра, бури, вьюги, являющийся символом смятенного состояния человеческой души, неустроенности в жизни, в любви, а также в социуме. Недаром стихотворение написано в разгар войны и в преддверии Февральской революции в России, когда образ Петербурга обретает новую, революционную символику в облике Петрограда, погруженного в сумрак и трагический разлом (этот образ Блок, как известно, создал в поэме «Двенадцать», а Слонимский — в кантате «Голос из хора», 1962–1963).

В музыке романса «Дикий ветер» точно передан мрак и в природе, и в душе человека. Бурные пассажи фортепианной партии воссоздают вихри, завывания дикого ветра. Подобные интонации звучат и в вокальной партии («Дикий ветер стекла гнет, ставни с петель буйно рвет»). Броски мелодии на нону и рокот фортепианного сопровождения передают жуть и страх от черноты и пустоты ночи («Только ветер, гость нахальный, потрясает ворота»), а триольные фигурации фортепиано словно имитируют хруст шагов и льда, ломающегося на реке («За окном черно и пусто, ночь полна шагов и хруста, там река ломает лед, там меня невеста ждет...»). Слова о невесте звучат более распевно, но тревожный фон фортепиано и дальнейшие речитации вокальной партии раскрывают какой-то их скрытый, поистине *трагический смысл*, страх утраты любимой и невозможность избавиться от «гостя», коим является «дикий ветер», «сотрясающий дом» героя. С трагическим отчаянием звучит и последний вопрос, обращенный к ветру: «Что ж ты, ветер, стекла гнешь? Ставни с петель дико рвешь?». Это краткая реприза романса

вновь построена на вихревых пассажах фортепиано и активных восходяще-вопросающих возгласах голоса, устремленного к верхнему кульминационному звуку на фоне длительного октавного остинато.

Ассоциативно связан с Петербургом–Петроградом, а также — шире — с национальными традициями России, в частности, с образом русской тройки, и романс «Я пригвожден к трактирной тройке...». В музыке романса точно передана горькая ирония этой исповеди героя. Острое маркато фортепиано создает колючий фон для его речитативных реплик («Я пригвожден к трактирной стойке. Я пьян давно...»). Строки о счастье, унесенном на тройке в «серебристый дым», звучат более распевно и строго-сдержанно, но внезапно сменяются лихими возгласами, на фоне гудящего остинато фортепиано передающими образ стремительно летящей тройки («Летит на тройке, потонуло в снегу времен, в дали веков... И только душу захлестнуло серебристой мглой из-под подков...»). Заключительный раздел романса основан на первоначальных речитативных интонациях, которые здесь звучат более размеренно и певуче («И только сбруя золотая всю ночь видна... Всю ночь слышна...»), завершая монолог трагическими интонациями-стонами больной страдающей души («А ты, душа... душа глухая... пьяным пьяна... пьяным пьяна...»).

Обратимся далее еще к одному из поздних сочинений композитора, связанных уже с образом Ленинграда, — оратории «Час мужества» на стихи А. Ахматовой (2013).

Если в ранних сочинениях на стихи Ахматовой (романсах) раскрывалась, прежде всего, лирическая женская тема, психология любовных переживаний, то в оратории «Час мужества» (для меццо-сопрано, смешанного хора и симфонического оркестра) Слонимский обратился к гражданской, патриотической тематике, связанной с Великой Отечественной войной. Здесь почти документально композитор, с присущей ему афористичностью, раскрыл историю начала войны, блокады Ленинграда, переживаний простых людей в дни войны и радость освобождения. Слонимский включил в ораторию стихи А. Ахматовой из цикла «Ветер войны» (1941–1942). Композиция оратории состоит из 12 частей: 1. Клятва. 2. Первый залп по Ленинграду. 3. Песенка о блокадных детях. 4. Птицы смерти. 5. Сиротка. 6. Статуя «Ночь» в Летнем саду. 7. Час мужества. 8. Пустыри. 9. Смерть. 10. Освобождение от блокады. 11. Освобожденная. 12. Мои друзья⁹.

Музыка оратории проста и искренна, основана на бытовых маршевых и песенных интонациях, очень точно передающих смысл стихов Ахматовой. Так, музыкальная тема 1-й части «Клятва», активная и динамичная, с характерным квартетным затактом, звучит у солирующей трубы и словно призывает к вниманию. Затем та же тема поочередно проводится у женского и мужского хоров, торжественно произносящих слова клятвы: «И та, что сегодня прощается с милым, — пусть *боль свою в силу* она переплавит. Мы детям клянемся, клянемся могилам, что *нас покорить никто не заставит!*» Дальнейшее симфоническое развитие мужественного

⁹ Впервые оратория Слонимского была исполнена в Большом зале Санкт-Петербургской филармонии им. Д. Д. Шостаковича в 2015 г., в майские дни празднования 70-летия победы в Великой Отечественной войне (дирижер А. Титов, солистка О. Петрова). Успех оратории у слушателей был настолько сильным, что финал был повторен на бис.

тематизма приводит к мощной кульминации, венцом которой вновь становятся твердые, непоколебимые слова клятвы у хора, символизирующего советский народ. Трагичен номер «Первый залп по Ленинграду», в котором звучит орган, а на фоне его pedalных аккордов хор поет пронзительные ахматовские строки, в них звуки залпа сравниваются с громом, но если гром рождает «веселые ливни», то первый залп несет гибель ребенку.

Особо отметим, что образ ребенка, попавшего в горнило войны, является как бы лейтмотивом и в стихах Ахматовой, и в оратории Слонимского. Вот почему так выразительны в сочинении все лирические части (соло меццо-сопрано), передающие переживания женщины за питерских, блокадных детей войны. Такова проникновеннейшая «Песенка о блокадных детях». Глубоко трагично и в то же время задушевно и сердечно звучит голос меццо-сопрано, поющий слова Ахматовой: «Щели в саду вырыты, не горят огни. Питерские сироты, детоньки мои!» Следующие вокальные фразы подобны плачу: «Под землей не дышится, боль сверлит висок, сквозь бомбежку слышится детский голосок». Не менее выразительна и часть «Сиротка», где голос меццо-сопрано певуче звучит на фоне ансамбля кларнетов, фаготов и гитары: «Постучи кулачком — я открою, я тебе открывала всегда...» Щемяще и драматически-напряженно звучат в мелодии кульминационные строки Ахматовой: «Принеси же мне *горсточку чистой, нашей невской студеной воды*, и с головки твоей золотистой я *кровавые смою следы*». Таким образом, в тонкой, изысканной и вместе с тем очень теплой лирике этих частей оратории проникновенно раскрывается хрупкий мир ребенка, разрушенный войной.

Генеральной кульминацией оратории «Час мужества» является финальная часть «Мои друзья» (соло меццо-сопрано на фоне энергичных маршевых ритмов оркестра, чередующихся со звучанием хора). Основная тема звучит сурово и мужественно, в стихах Ахматовой отдается дань павшим в боях за Родину друзьям и их святым именам: «А вы, мои друзья последнего призыва! Чтоб вас оплакивать, мне жизнь сохранена. Над вашей памятью не стыть плакучей ивой, а крикнуть на весь мир все ваши имена!» Голос меццо-сопрано и ее страстные речи подхватывает хор: «Да что там имена! Ведь все равно — вы с нами!.. Все на колени, все! Багряный хлынул свет! И ленинградцы вновь идут сквозь дым рядами — живые с мертвыми: для славы мертвых нет!» В заключение части и всей оратории та же героическая тема мощно и торжественно звучит у оркестра (на премьере весь оркестр исполнял ее стоя).

В этом ярком, сильном по эмоциональному воздействию сочинении Слонимский емко и глубоко, через призму гениальных стихов Ахматовой создал образ блокадного Ленинграда, как феникс, восставшего из пепла страшной войны и сохранившего невероятную силу человеческого духа и величие русской культуры.

Таким образом, приведенные примеры из обширного и многогранного творчества нашего выдающегося современника Сергея Михайловича Слонимского доказывают, что он как художник (плоть от плоти петербуржец — ленинградец) открыл для слушателей в своем самобытном музыкальном мире *культурный код своего родного города*. Главным *ключом* к нему явилась русская и советская

литература (от Пушкина и Лермонтова до Достоевского, поэзии Серебряного века и современной), через призму которой композитор, опираясь на европейские и национальные традиции, актуализировал философские драматические, а подчас и трагические смыслы сочинений классиков. В этом он словно следовал размышлениям В. Топорова о Петербурге и «Петербургском тексте»; ученый относил их «...к числу тех с в е р х н а с ы щ е н н ы х р е а л ь н о с т е й, которые немислимы без стоящего за ними целого и, следовательно, уже неотделимы от мифа и всей сферы символического. На иной глубине реальности такого рода выступают как поле, где разыгрывается *основная тема жизни и смерти* и формируются идеи *преодоления* смерти, пути к обновлению и вечной жизни (разрядка автора цитаты. — О. Д.)» [Топоров]. Созданная Слонимским музыка, проникнутая глубокой, искренней и беззаветной любовью к *великому городу*, является, безусловно, *драгоценным национальным достоянием* российской и мировой культур.

Блок А. Предисловие к поэме «Возмездие» // Собр. соч. : в 6 т. Л., 1971а. Т. 3. С. 187–190.

Блок А. Судьба Аполлона Григорьева // Собр. соч. : в 6 т. Л., 1971б. Т. 5. С. 359–389.

Девятова О. Л. Художественный универсум композитора Сергея Слонимского. Екатеринбург, 2003. 408 с.

Девятова О. Л. Культурный феномен личности и творчества Сергея Слонимского : дис. ... д-ра культурологии. Екатеринбург, 2004. 470 с.

Девятова О. Л. Культурное мироздание Петра Ильича Чайковского. Екатеринбург, 2019. 840 с.

Долинская Е. Музыкальная галактика Сергея Слонимского. СПб., 2018. 365 с.

Зайцева Т. Слонимский и Петербург // Вольные мысли: К юбилею Сергея Слонимского. СПб., 2003. С. 164–180.

Петербург в русской поэзии. XVIII — начало XX века : поэт. антология. Л., 1988. 384 с.

Рыцарева М. Г. Композитор Сергей Слонимский : монография. Л., 1991. 256 с.

Семиотика города и городской культуры. Петербург / отв. ред. сер. Ю. М. Лотман. СПб. ; Тарту, 1984. 664 с. (Труды по знаковым системам; 18).

Слонимский С. Бурлески, элегии, дифирамбы в презренной прозе. СПб., 2000. 152 с.

Слонимский С. Заметки о композиторский школах Петербурга XX века. СПб., 2012. 84 с.

Слонимский С. Предисловие // С. Слонимский. Вокальные сочинения на стихи М. Ю. Лермонтова: К 200-летию со дня рождения. Концертная моноопера «Смерть поэта». Романсы для голоса и фортепиано. СПб., 2014. С. 2.

Топоров В. Петербург и «Петербургский текст русской литературы» // Топоров В. Миф. Ритуал. Символ. Образ: Исследования в области мифологического : избранное. М., 1995. С. 259–367. URL: [www://http: philologos.narod.ru>topor_piter](http://www.philologos.narod.ru>topor_piter)

Статья поступила в редакцию 03.12.2020 г.

ТВОРЧЕСКИЕ ИСКАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ТАНЦЕВАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЕ РОССИИ (К ПРОБЛЕМЕ СОХРАНЕНИЯ КЛАССИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ)

Статья посвящена проблеме традиций и новаций в современной танцевальной культуре. В ней анализируются формы работы современных хореографов России с классическими балетными спектаклями. Особое внимание уделяется таким явлениям, как реконструкция и реставрация. Делается вывод о необходимости сохранения классического культурного наследия в балете и его нового раскрытия для современного зрителя.

К л ю ч е в ы е с л о в а: традиция; новация; реконструкция; реставрация; балет; культурное наследие; классические спектакли

В настоящее время благодаря процессам глобализации и цифровизации культура находится в стадии трансформации. Новации проникают во многие ее сферы, оставляя традиции в тени современных исканий. Эти процессы активно проявляются и в сфере танцевальной культуры, в том числе балетной, существенно изменяя ее облик и влияя на весь комплекс присущих ей выразительных средств, ведь культура танца в балете может показать возможности человеческого тела, облеченные в драматургическую основу, поэтому больше всех она подвержена экспериментам со стороны постановщиков и исполнителей.

Проблема традиций и новаций в их взаимодействии исследована многими учеными, в их числе Э. С. Маркарян, А. В. Свистунов, А. В. Матецкая, Э. Шилз и др. Так, Э. С. Маркарян рассматривает традицию как самостоятельную теоретическую категорию: «Культурная традиция — это выраженный в социально организованных стереотипах групповой опыт, который путем пространственно-временной трансмиссии аккумулируется и воспроизводится в различных человеческих коллективах» [Маркарян, с. 80]. В исследовании культуры, в том числе и танцевальной, как известно, выработаны разные подходы: деятельностный подход К. Маркса, Б. Малиновского; диалогический подход М. Бахтина и В. Библера; информационный и междисциплинарный подход Ю. Лотмана, П. Гуревича и др. Эти подходы создают общую методологическую основу для исследования избранной проблемы.

Большую ценность представляют также мысли и идеи теоретиков и практиков балета, таких как В. Ванслов, В. Красовская, А. Полубенцев, Ф. Лопухов-младший, Ю. Бурлака, Д. Вишнёва, О. Петров, Л. Барыкина, Н. Курюмова и многие другие. Не отрицая необходимости обновления балета, специалисты правомерно ставили и ставят в XXI в. вопрос о сохранении классического наследия для будущих поколений.

При этом, несмотря на исследованность, проблема традиций и новаций в современной танцевальной культуре требует осмысления в *культурологическом аспекте*, что и составляет научную новизну данной статьи. Балетные спектакли рассматриваются здесь как *артефакты прошлых эпох*, актуализированные в новом обличье для современного зрителя. Это обусловлено тем, что несмотря на коммерциализацию и технологизацию многих культурных процессов и создание большого количества концептуальных современных спектаклей, интерес зрителей к *классическим* постановкам не только не теряется, но даже, наоборот, возрастает, ведь новый опыт хореографических исканий в балетной культуре может поставить *под угрозу исчезновения* опыт классического наследия, накопленный в русской культуре веками и десятилетиями.

Обратимся далее к более последовательному осознанию отмеченных явлений. Современная культура подвержена процессам глобализации, т. е. формированию единого культурного пространства, сродни пространству политическому и экономическому. С одной стороны, это способствует диалогу культур разных стран, распространению актуального культурного опыта. С другой стороны, появляются культуры, которые стремятся поглотить другие.

Большую роль в современной культуре играет цифровизация. Бурное развитие средств массовой коммуникации и стремительное усовершенствование технических средств позволило перевести повседневные процессы в электронный вид. Многие культурные сферы используют медиатехнологии, что проявляется и в сценических искусствах, в том числе и в балете. Это выражается, например, в использовании разных проекций вместо декораций, что помогает создателям спектаклей по-новому осмыслять знакомые сюжеты, делать их ближе современному зрителю. Кроме того, искусство танца популяризируется с помощью телевизионных проектов («Танцы со звездами» на канале «Россия 1», «Танцы» на ТНТ, «Большой балет» на канале «Культура» и др.), что делает его медийным, т. е. открытым широкому зрителю. Взаимодействие танца и телевидения усиливает зрелищность проектов, телепередачи превращаются в яркие, подчас развлекательные шоу, которые зритель хочет видеть и на театральной сцене.

Именно поэтому проблема сохранения традиций, увековечивания классических образцов культуры приобретает сегодня особую остроту и актуальность. Напомним, что в танцевальной культуре она ставилась еще в 1920-х гг. [Вишнёва, с. 42], ведь хореография, наполняющая спектакль, далеко не всегда сохранялась тогда изначальной. В. Ванслов отмечал: «Всякое произведение искусства, в том числе балет, в каждую новую эпоху живет особой жизнью, раскрываясь по-разному в зависимости от миросозерцания этой эпохи и тех задач, которые она ставит перед художественным творчеством. Произведения любого искусства по-разному воспринимаются и осмысливаются людьми разных исторических периодов, стран и национальных культур. Произведения же исполнительских искусств, кроме того, еще и по-разному *воспроизводятся*» [Ванслов, 1980, с. 97].

Нужно помнить также, что классические спектакли редактировались даже самими создателями, ведь в XX в. нельзя было избежать изменений, так как менялось многое: от самой балетной культуры до развития возможностей тела

танцовщика. «Долгое время их редактировали, исходя из актуальных представлений о балетном зрелище — понятий о танцевальной виртуозности, повествовательном начале, сценическом дизайне» [Приказ короля, с. 10]. Например, в советское время балет осмысливался с точки зрения идей социализма. Как пишет В. Ванслов, «советский театр (драматический и музыкальный) знает немало примеров *нового рождения* произведений классической драматургии и музыки, осмысленных и поставленных с позиции мировоззрения социалистического общества, раскрывших в этих постановках неведомые до того грани своего содержания и выявивших всю полноту заключенного в них гуманизма» [Ванслов, 1980, с. 97]. Кроме того, в XX в. появилась тенденция обращения к *иностраннным* балетмейстерам. Как пишут исследователи, «...к постановкам новых версий балетов классического наследия начали привлекать иностранных балетмейстеров. Они изначально знакомы с иными хореографическими традициями профессиональной подготовки. Так как методики обучения танцовщиков в школах балета разнятся, разным будет и стиль исполнения, который определяют характер координации, подчеркивание в движении музыкальных акцентов, интонационная окраска танца» [Грызунова, Омельницкая, с. 65]. Эти явления можно расценивать двояко: с одной стороны, в процессе общения с иностранными балетмейстерами приобретался новый опыт, шло освоение новых видов хореографической техники, что обогащало российский балетный театр, но, с другой стороны, в этом общении несколько ослаблялись собственно *национальные культурные традиции*, выработанные в предшествовавшие эпохи.

Ярким примером этого служит балет «Щелкунчик» в постановке художественного руководителя балета Михайловского театра в Санкт-Петербурге Начо Дуато. Испанский балетмейстер представил свою версию постановки в 2013 г. «По словам хореографа, он пересмотрел вживую и на видео почти все современные “Щелкунчики”. Большой культурный багаж, однако, не помешал мастеру остаться оригинальным. “Мне никогда не нравилось делать что-то а-ля Петипа или а-ля Бежар. Я создаю полностью оригинальную хореографию, идущую от либретто и музыки”, — подчеркнул хореограф» [Начо Дуато прощается с Петербургом]. Соавтором новой версии «Щелкунчика» стал французский художник Жером Каплан. Дуэт иностранцев показал свой взгляд на знакомую зрителям историю: «Действие балета его создатели перенесли в предреволюционную Россию, в Серебряный век русской культуры. После премьеры критики отмечали, что “Дуато не играет в классику, а всерьез старается следовать ее стилю и строгому канону”, восхищались “свободным дыханием пластики” и “яркими находками” хореографа, который в работе над балетом был захвачен “подлинным вдохновением”» [Щелкунчик].

Существенным был и остается вопрос о художественном уровне различных балетных реконструкций и реставраций, который не всегда был высоким. В. Ванслов верно писал о «недопустимости вульгаризаторских переделок, об огромных неиспользованных “резервах” хореографии прошлого, о необходимости бережного восстановления и сохранения незаслуженно забытых, но поучительных и ценных произведений старого репертуара» [Ванслов, 1980, с. 104]. Как отмечает

Ф. Лопухов-младший, «...почти все шедевры русского балета XIX века спустя годы подверглись редактированию. Сегодня вновь возобновились дискуссии о том, насколько необходимы были редакции советских постановщиков, принесли ли они пользу или нанесли вред?» [Лопухов-младший]. Ф. Лопухов-младший верно считает, что «тактичная, вдумчивая, основанная на глубоком познании классического наследия работа балетмейстеров-реставраторов не только не разрушила первоначальной основы, но и позволила показать ее с лучшей стороны» [Там же].

Эти слова подтверждает интерпретация Юрием Григоровичем балета «Лебединое озеро», премьера которого состоялась в Большом театре в 1969 г. В. Ванслов отмечает, что «Лебединое озеро» — одно из самых популярных хореографических произведений в нашей стране. «Такой популярности балета можно только радоваться. Но нельзя и не видеть заключенной здесь опасности для балетмейстера, ставящего спектакль. Произведение это обросло штампами. Содержание его, приспособленное к уровню среднего зрителя, стало плоским. Инерция зрительского восприятия по отношению к этому спектаклю сильна, как нигде» [Ванслов, 1971, с. 188]. Неповторимая творческая индивидуальность балетмейстера позволила постановке, можно сказать, родиться заново, при этом сохранив в ней всё лучшее от предыдущих версий (первый акт в постановке А. Горского; хореография Л. Иванова во втором акте; антре, адажио, коды па-де-де за авторством М. Петипа в сцене с невестами и т. п.). «Многое уточнено, а отчасти изменено и в драматургии. При этом Григорович вступил в постановке “Лебединого озера” на трудный путь включения в новую хореографию старых эпизодов и номеров, созданных балетмейстерами-классиками» [Там же, с. 189]. Все усилия и искания привели к международному успеху этой версии. В целом работа Ю. Григоровича над классическими балетами (не только над «Лебединым озером», но и над «Щелкунчиком», и над «Спящей красавицей») показывает единство традиций и новаций. Мастер стремился «к сохранению ценных сторон и тенденций наследия и современному осмыслению, развитию их» [Там же, с. 207].

Творческие искания в балетном театре позволяют выявить различные формы и виды работы с традицией в культуре:

1. *Создание традиции.*
2. *Реконструкция традиции*
3. *Возвращение к традиции.*

Последние два способа являются основными для сохранения классического наследия, и именно вокруг них ведутся сегодня споры. Происходит это потому, что, как верно считал еще М. Фокин, «...в балете... “классический” танец всегда тот же. Танцующие не меняют свой танец и манеру, чтобы дать образ из какой-либо отдельной эпохи. Наоборот: все эпохи, все стили, все характеры они подчиняют своим танцам всегда одной и той же формы» [Фокин, с. 60].

Такая трактовка классического танца влияет на зрительское восприятие. Если мы посмотрим на балет как на хореографический текст, то можем провести аналогии с текстом книжным. Текст является неким сообщением. В данном случае это сообщение передается от авторов спектакля зрителям. Так как

хореография — текст зашифрованный, зритель пытается дешифровать это сообщение. Как отмечал Ю. М. Лотман, «дешифровка — всегда реконструкция», потому что есть некое «событие, которому придано значение», и это значение однозначно для отправителя — автора балета, а для получателя — зрителя — оно требует интерпретации [Лотман, с. 345]. Таким образом, мы можем предположить, что и зритель по-своему «реконструирует» спектакль, пытаясь понять происходящее. Подлинный «текст» XIX в. может быть не понятен современному зрителю и труден для современных исполнителей, поэтому изменения в «классическом тексте», происходящие в современных балетных спектаклях, помогают ему остаться актуальным, понятным и доступным для публики.

Возвращение к истокам, к первоначальному замыслу прошлого ставит перед балетмейстерами и еще одну серьезную проблему, связанную со спецификой хореографического искусства, которое крайне трудно зафиксировать. Если в современных условиях есть возможность видеосъемки, что значительно облегчает фиксацию хореографического текста, который может быть интересен будущим поколениям, то, к примеру, на рубеже XIX–XX вв. даже молодой кинематограф не обладал такими возможностями. Балетмейстерам оставалось только вести записи и передавать опыт следующим поколениям лично, условно говоря «из ног в ноги». Однако записи велись разными способами, из-за чего далеко не все можно расшифровать сегодня. Р. Захаров в 1940 г. справедливо отмечал: «Отсутствие общепринятых средств фиксации танца отрицательно влияет на историческую, теоретическую, практическую и научно-исследовательскую стороны этого искусства» [цит. по: Вихрева, с. 3].

Именно этот факт осложняет работу балетмейстеров-реставраторов сегодня. Он же наглядно показывает процессы реконструкции традиции и возвращения к ней. Практику реконструкции (от лат. *re* — приставка, означающая повторение, возобновление, и *constructio* — построение) можно понять через культурологический термин «*реконструкция культуры*», который определяется как «...один из методов изучения культуры посредством ее моделирования в качестве целостной системы. В отличие от исторических реконструкций (археологических, архитектурных и др.) в культурологических реконструкциях не ставится задача воссоздания конкретно-индивидуализирующих черт исследуемого культурного феномена, а лишь его типологических и системообразующих признаков» [Большой толковый словарь].

Именно так реконструкция воспринимается в современной танцевальной культуре и непосредственно в балетной среде. Как отмечают исследователи, сохранившиеся записи «...для воссоздания цельного спектакля... первым использовал Сергей Вихарев: в 1999 г. вместе с Павлом Гершензоном он поставил в Мариинском театре балет “Спящая красавица”, где также воспроизводилось оригинальное оформление 1890 г. Эта попытка представить, “как всё было на самом деле”, впервые была обозначена словом “реконструкция”» [Приказ короля, с. 10]. Балетмейстер проделал скрупулезную работу с записями, а также обратился к ветеранам труппы, которые помнили постановку Ф. Лопухова. Как отмечают критики, удалось восстановить «структуру творения Мариуса Петипа — с пышностью

зрелища, чинной дозированной танца и пантомимы и атмосферой торжества» [Спящая красавица]. Несмотря на некоторые моменты, которые Сергей Вихарев оставил от версии Константина Сергеева, в целом спектакль сочетает в себе хореографию, декорации и костюмы, создающие яркое восприятие, задуманное П. И. Чайковским и М. Петипа.

Практику возвращения к традиции мы можем отождествить также с термином «реставрация» (от лат. *restauratio* — восстановление). Согласно Художественной энциклопедии, реставрация трактуется как «широкое понятие, охватывающее все виды и способы укрепления и восстановления искаженных, поврежденных или разрушенных памятников истории и культуры» [Художественная энциклопедия]. Иными словами, существующий объект, поврежденный по каким-то причинам, восстанавливают до первоначального вида, сохраняя то, что было до процесса реставрации. Такая сложная работа требует предварительной подготовки.

Проецируя это понятие на балетную культуру, «реставрацией» мы можем назвать спектакль, который сохранился по большей части в оригинальной хореографии и оформлении. К имеющимся элементам постановщики добавили новые, в результате чего получается полноценный балет. Согласимся с мнением О. Грызуновой и В. Омельницкой, что использование «...термина “реставрация” применительно к возобновляемому балетному спектаклю <...> представляется справедливым, так как от балетмейстера требуются тщательное изучение предшествующего материала, исполнительской традиции и максимальное сохранение подлинных фрагментов спектакля» [Грызунова, Омельницкая, с. 69].

Важно помнить также, что это огромная ответственность для создателей спектакля и всех лиц, причастных к его осуществлению. Павел Гусев высказал важную мысль, что «...реставратор — очень сложная профессия, требующая высокой профессиональной и музыкальной культуры, безукоризненного знания наследия, идейно-эстетических принципов и хореографического языка балетмейстера, произведение которого восстанавливается. А главное, как говорил Петипа, надо “уметь лично подчинить интересам автора”» (цит. по: [Бурлака]). Того же мнения придерживается и А. Полубенцев: «За состояние балетного наследия огромная ответственность ложится на плечи репетиторов и педагогов. Им необходимо обладать знанием и пониманием драматургии, стиля и содержания балета, уметь считаться с музыкальными темпами. Их деятельность должна пользоваться непререкаемым авторитетом и поддержкой руководства» [Полубенцев, с. 122].

Однако все-таки сегодня, как и в прошлые времена, остается вопрос: как правильно работать с культурным наследием прошлого?

Мнения по этой проблеме высказывались разные. Так, Ф. Лопухов видел только *два пути*: или сохранять классические балеты абсолютно без изменений, или создавать их «с нуля», ведь частичные изменения «лишь портят старое, но не создают чего-либо принципиально нового» (цит. по: [Ванслов, 1980, с. 104]).

Ю. Слонимский придерживался такой же точки зрения: «...хореографический текст также неприкосновенен, как текст в пьесе, опере. Переделка его приводит к невозможной утрате хореографических сокровищ, составляющих классическое наследие» (цит. по: [Бурлака]). Однако в другой своей книге «Чайковский

и балетный театр» Ю. Слонимский обратил внимание на примеры постановок, где частичные изменения идут на пользу спектаклю.

По мысли П. Гусева, полное переосмысление балета возможно, допустима даже его новая постановка, где сохранены художественно убедительные сцены, поставленные ранее.

Именно этот момент является наиболее острым в современных спорах. Как отмечает Ю. Бурлака, «...в наши дни акценты дискуссий о возобновлении старинных балетов сместились в сторону *их подлинности*. Высказываются серьезные доводы о том, что правильнее говорить не о реставрации, а о реконструкции балетов классического наследия, утраченных в значительной части хореографического текста» [Бурлака].

Мы считаем, что при всем стремлении к подлинности спектаклей внедрения в них чего-то нового, современного почти не избежать. Целый ряд балетмейстеров разделяют эту точку зрения. Так, Павел Гершензон, характеризуя свою работу над балетом «Тщетная предосторожность» (в Екатеринбургском театре «Урал Опера Балет»), писал: «Это уже не пассивная реставраторская работа — активное действие и чуть более отстраненный взгляд на предмет. <...> Воспроизводить старую рутину, чтобы вытеснить новую, не совсем правильно» [Тщетная предосторожность, с. 22]. И в целом реконструкторскую работу он строит так, что «...спектакли <...> не рассматриваются как музейные артефакты или объекты, нуждающиеся в усовершенствовании. Взамен предлагается художественный диалог с балетмейстером» [Приказ короля, с. 11]. В каких-то спектаклях он происходит на историко-культурном уровне, а в каких-то — на уровне фантазии и собственных домислов.

Примером фантазийного диалога с мастером служит балет «Приказ короля» (театр «Урал Опера Балет», г. Екатеринбург), идущий с 2018 г. У М. Петипа была постановка «Так сказал король», но современная версия не имеет к ней никакого отношения: создатели спектакля провели эксперимент, обратив внимание на утраченные спектакли балетмейстера и объединив их общим мотивом путешествия в поисках красоты. «"Приказ короля" — это попытка понять, как может сегодня складываться форма большого балетного зрелища и какие идеи Петипа-хореографа и Петипа-режиссера по-прежнему актуальны» [Приказ короля]. Новая музыка и новая хореография балета объединяют структурные мотивы и сюжетные линии, которые обыгрывал мастер в своих постановках, и складываются в совершенно уникальную постановку.

Примером же историко-культурного диалога с балетмейстером, а значит, и *возвращения к традиции*, можно назвать еще одну постановку екатеринбургского театра «Урал Опера Балет» — балет «Дон Кихот», премьера которого прошла в 2019 г. Юрий Бурлака восстановил версию А. Горского 1900 г, созданную на основе либретто М. Петипа. Балетмейстер «добивался в спектакле органичного синтеза музыки — танца — живописи и театрального действия, стремясь создать не буквальную реставрацию спектакля Горского, а скорее "образ спектакля, исходя из найденных материалов". По мысли постановщика, "Дон Кихот" Горского — Коровина — Головина был цельным сценическим произведением» [Девятова, с. 142]. О. Л. Девятова дает высокую оценку реставрации:

«В целом екатеринбургский “Дон Кихот” создал атмосферу праздника, радости, незлобивого юмора и веселья, оттененного некоторыми драматическими эпизодами, но непременно снимаемыми комическими ситуациями. В нем ощутим подлинный *дух культуры Ренессанса*, ее полнокровный оптимизм, щедрость и изобилие, источающие неиссякаемую *радость бытия*, что соответствует восприятию Испании и самим Сервантесом, и Мариусом Петипа» [Девятова, с. 144]. Такое переплетение стилей и эпох в контексте современной культуры позволяет уральской версии встать в один ряд с постановкой Мариинского театра и стать одним из удачных образцов деятельности реставраторов балета.

Таким образом, на наш взгляд, *реставрация традиции и возвращение* к ней — необходимые пути, которые помогают решить проблему сохранения национальной культуры. Реконструкция и реставрация балетных спектаклей нужны современной танцевальной культуре для осуществления главной цели — сохранения классического репертуара и знакомства современного зрителя с ним, в результате чего раскрывается настоящее богатство отечественного и мирового культурного наследия.

Большой толковый словарь по культурологии. URL: <http://cult-lib.ru/doc/dictionary/culturology-dictionary/fc/slovar-208-1.htm#zag-1019> (дата обращения: 20.12.2020).

Бурлака Ю. П. Проблема реконструкции хореографии М. И. Петипа (балеты «Корсар» и «Пробуждение Флоры») // Вестн. Акад. рус. балета им. А. Я. Вагановой. 2016. № 3 (44). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-rekonstruktsii-horeografii-m-i-petipa-balety-korsar-i-probuzhdenie-flory> (дата обращения: 24.12.2020).

Ванслов В. В. Балеты Григоровича и проблемы хореографии. 2-е изд., доп. М., 1971. 302 с.

Ванслов В. В. Статьи о балете. Музыкально-эстетические проблемы балета. Л., 1980. 192 с.

Вихрева Н. А. Сохранение и реконструкция авторской хореографии: методы фиксации и расшифровки : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. М., 2008. 22 с.

Вишнёва Д. И. Проблемы возобновления и сохранения классического наследия // Балет. 2019. № 3. С. 42–43.

Грызунова О. В., Омельницкая В. В. Реставрационно-редакторская деятельность балетмейстеров как средство сохранения и актуализации классического балетного наследия // Вестн. Акад. рус. балета им. А. Я. Вагановой. 2020. С. 63–74.

Девятова О. Л. Балетный «ренессанс» в культуре Екатеринбурга // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2019. Т. 25, № 4 (192). С. 138–145.

Курюмова Н. В. Современный танец в культуре XX века: смена моделей телесности : учеб. пособие. СПб., 2020. 208 с.

Лопухов-младший Ф. В. Классическое наследие в подготовке хореографов и балетмейстеров-репетиторов // Вестн. Акад. рус. балета им. А. Я. Вагановой. 2018. № 6 (59). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassicheskoe-nasledie-v-podgotovke-horeografov-i-baletmeysterov-repetitоров> (дата обращения: 26.12.2020).

Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. СПб., 2016. 448 с.

Маркарян Э. С. Узловые проблемы теории культурной традиции // Сов. этнография. 1981. № 2. С. 78–96.

Начо Дуато прощается с Петербургом «Щелкунчиком». URL: <https://iz.ru/news/562350> (дата обращения: 25.12.2020).

Петров О. А. Танец Тьерри Маландэна, или Может ли ожить старое дерево. Екатеринбург, 2010. 221 с.

Полубенцев А. М. Проблемы сохранения классического наследия // Вестн. Акад. рус. балета им. А. Я. Вагановой. 2017. № 2. С. 120–124.

Приказ короля : буклет театра «Урал Опера Балет». Екатеринбург, 2018. 90 с.

Спящая красавица // Мариинский театр : [офиц. сайт]. URL: <https://www.mariinsky.ru/playbill/repertoire/ballet/spkras1/> (дата обращения: 25.12.2020).

Тщетная предосторожность : буклет театра «Урал Опера Балет». Екатеринбург, 2018. 78 с.

Фокин М. М. Против течения. 2-е изд., доп. и испр. Л., 1981. 510 с.

Художественная энциклопедия. URL: https://gufo.me/dict/art_encyclopedia/Реставрация (дата обращения: 20.12.2020).

Щелкунчик // Михайловский театр : [офиц. сайт]. URL: https://mikhailovsky.ru/afisha/repertoire/the_nutcracker_by_nacho_duato/ (дата обращения: 25.12.2020).

Статья поступила в редакцию 09.01.2021 г.

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.019
УДК 159.923-053.88 + 159.943 + 159.947.5: 37.018

Т. Б. Сергеева
Н. С. Глуханюк
Г. И. Борисов

ЛИЧНОСТНАЯ МОБИЛЬНОСТЬ И ЖИЗНЕННЫЕ СТРАТЕГИИ В ПОЗДНЕМ ВОЗРАСТЕ: РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ*

Статья посвящена проблеме построения жизненной стратегии в позднем возрасте. Описаны три типа жизненных стратегий в зависимости от уровня личностной мобильности субъекта. В эмпирическом исследовании сопоставлены характеристики людей с низко-, средне- и высококомобильной стратегиями. Сделан вывод, что предпосылками выбора высококомобильной жизненной стратегии являются развитые когнитивные ресурсы и обучаемость, выраженная мотивация к освоению внешних и внутренних изменений, высокий уровень биографической рефлексии.

Ключевые слова: поздний возраст; личностная мобильность; готовность к мобильному поведению; типы жизненных стратегий

Жизненная стратегия определяется как интегральная характеристика личности, описывающая особенности организации человеком своего жизненного пути, его восприятие окружающей реальности и себя в этом контексте, способы и мотивацию разрешения жизненных противоречий [Лапыгин]. Особое значение отражение и оценка жизни в целом приобретают в пожилом возрасте, когда подводятся итоги и в соответствии с их результатом планируется последующая активность.

*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).
ГЛУХАНИЮК 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., 2020

Жизненные стратегии являются предметом интереса как исследователей, так и специалистов в области практических технологий просвещения, сопровождения и поддержки человека. В зарубежных исследованиях понятие «жизненные стратегии» не используется, однако выделяют иные виды стратегий: достижения цели [Wang, Ford], жизненной истории [Davis et al.; Linden et al.], создания смысла [Lachnit, Park, George] и др. Перечисленные стратегии преимущественно проявляются в трудных жизненных ситуациях, связанных с финансовой неадекватностью, переживанием стресса и др., и определяют реакцию людей на трудности и способы их преодоления.

В отечественной психологии исследование данного направления восходит к трудам М. М. Бахтина, который разработал жизненную (нравственную) философию [Бахтин]; С. Л. Рубинштейна, изучавшего проблемы бытия личности [Рубинштейн]; К. А. Абульхановой-Славской, создавшей концепцию стратегии жизни [Абульханова-Славская].

Несмотря на частоту встречаемости термина «жизненная стратегия» и кажущийся очевидным его житейский смысл, в рамках научного дискурса существует проблема размытости границ его понимания и использования [Дементий, Купченко]. По своему наполнению жизненные стратегии значительно отличаются в разных исследованиях в зависимости от объекта и контекста изучения, но у них есть и общие черты. Жизненная стратегия личности описывает направленность жизненного пути, характеризует способ самоосуществления человека в окружающей его действительности, определяет его реальное социальное поведение.

Жизненная стратегия — это выбор человека, который не следует ограничивать рамками полностью осознанного и вербализированного представления, поскольку даже человек, не имеющий четкой рефлексии о ходе своей жизни, обладает основным набором характеристик, позволяющих описать его жизненную стратегию.

В своей работе мы опирались на концепцию К. А. Абульхановой-Славской, которая предлагает рассматривать жизненный путь личности в его целостности и выстраивать стратегию жизни через раскрытие и разрешение подлинных причин противоречий [Абульханова-Славская]. В основу нашего исследования легли два теоретических положения. Во-первых, это понимание жизненной стратегии как динамического образования, которое изменяется под воздействием внешних и внутренних факторов. Во-вторых, учет индивидуальных различий и активности самого человека в построении жизненной стратегии.

Поскольку наши интересы находятся в плоскости активности человека в позднем возрасте, эмпирически решалась задача дифференциации групп по признаку мобильности в реализации жизненных стратегий и поиску психологических особенностей каждой группы и различий между ними.

Материалы и методы

В эмпирическом исследовании приняли участие 355 жителей Екатеринбурга и Свердловской области в возрасте от 50 до 80 лет. Реализовывался принцип добровольного участия. Использовались следующие методики: биографическая анкета

(модифицированная версия «Анкеты пенсионера» Н. С. Глуханюк, Т. Б. Сергеевой); оценка уровня удовлетворенности качеством жизни (Н. Е. Водопьянова); шкала психологического благополучия (К. Рифф, версия Т. Д. Шевеленковой и П. П. Фесенко); опросник формально-динамических свойств индивидуальности (В. М. Русалов); опросник «Готовность к освоению возрастно-временных изменений» (Н. С. Глуханюк, Т. Б. Сергеева); оценка уровня развития биографической рефлексии (М. В. Клементьева); самоактуализационный тест (Л. А. Гозман, М. В. Кроз). В качестве методов обработки использовались качественные методы анализа текстового материала и сравнительный анализ по U -критерию Манна — Уитни.

Результаты и их обсуждение

На первом этапе исследования проводился качественный анализ материалов биографических анкет, который осуществлялся по следующим индикаторам уровня мобильности в реализации жизненной стратегии: общая самооценка, удовлетворенность жизнью, сферы проявления активности (актуальные и планируемые), наличие изменений в жизни и отношение к ним, деятельность по передаче опыта, сохранность (и расширение) социальных связей, наличие планов на будущее и их содержание. По итогам качественного анализа были выделены три типа жизненных стратегий в зависимости от уровня выраженности мобильности: низкомобильный, среднемобильный, высокомобильный.

Участники были разделены на три группы по типу реализуемой жизненной стратегии.

Для обладателей *низкомобильного типа жизненной стратегии* характерна неудовлетворенность жизнью, обесценивание своего жизненного опыта, ограниченный спектр сфер жизненной активности, отсутствие планов на будущее, нежелание или невозможность предпринимать какие-либо действия по изменению сложившейся жизненной ситуации. Они предпочитают пассивные виды досуговой деятельности (если таковая имеется), не имеют общественных интересов и в ряде случаев достаточно враждебно оценивают социум и происходящие с ним трансформации. Освоение возрастно-временных и социальных изменений вызывает у них существенные затруднения, мотивация построения жизненной стратегии находится на низком уровне.

В данную группу попали 55 человек (15 % участников исследования), средний возраст которых составил 62 года. Почти половина из них (55 %) не работают, остальные продолжают трудовую деятельность. Высшее образование имеют менее трети. Большинство низкомобильных участников (71 %) оценивают свое материальное положение как недостаточное; плохое состояние здоровья отмечают у себя 20 % участников данной группы; одиноко проживают 30 % из них.

Среднемобильный тип жизненной стратегии отличает общая удовлетворенность жизнью, готовность передавать опыт и узнавать что-то новое, наличие хобби, сохранность социальных связей и контактов, в ряде случаев — продолжение профессиональной деятельности. Люди, реализующие эту стратегию, успешно

осваивают возрастные изменения и социальные трансформации, высоко оценивают свой жизненный опыт, считают, что «жизнь удалась». При этом основной источник удовлетворенности для них — семья, именно в ней они находят сферу реализации своих сил, с ней связаны планы на будущее. Их ориентир — сохранить имеющееся положение дел, они спокойно относятся к жизненным изменениям, но сами не инициируют их и, по возможности, избегают. Это самая многочисленная и разнообразная по составу группа участников исследования, объединившая 209 человек (59 % участников исследования) со средним возрастом 62 года. Работающие и неработающие участники представлены в равных долях, имеют высшее образование 42 % участников. Треть среднемобильных участников (39 %) оценивают свое материальное положение как недостаточное. Состояние здоровья как плохое характеризуют только 3 % опрошенных; большинство из них (76 %) проживают в семьях.

Высокомобильный тип жизненной стратегии характеризуется высокой событийной насыщенностью жизни, открытостью новому опыту, активностью в широком спектре сфер жизненной активности, долгосрочными планами, в том числе и внесемейными — в сфере профессиональной деятельности, общественной работы, самообразования и личностного роста. Люди с высокомобильной стратегией не только с легкостью осваивают разнообразные внешние и внутренние изменения, но и сами их инициируют. К представителям высокомобильной стратегии был отнесен 91 человек (26 % участников исследования), средний возраст которых составил 60 лет. Большинство представителей этой группы (79 %) продолжают трудовую деятельность. Высшее образование имеют 70 % участников; в семьях проживает большинство из них (80 %). На недостаточное материальное положение указала только треть участников, а на плохое состояние здоровья — только одна 79-летняя участница исследования.

Основные внешние характеристики групп представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Характеристики групп участников,
реализующих разные типы жизненной стратегии**

Тип жизненной стратегии	Количество участников	Средний возраст, лет	Профессиональная занятость, %	Наличие высшего образования, %	Неудовлетворительное материальное положение, %	Неудовлетворительное состояние здоровья, %	Проживание в семье, %
Низкомобильный	55 (15 %)	62	55	30	71	20	70
Среднемобильный	209 (59 %)	62	50	42	39	3	76
Высокомобильный	91 (26 %)	60	72	80	30	1	80

Анализ различий в независимых переменных позволил установить, что респонденты с низкоомобильной жизненной стратегией отличаются средним уровнем образования и, как следствие, недостаточным когнитивным ресурсом, одиноким проживанием, что не способствует реализации основной возрастной задачи — социального взаимодействия, отрицательной оценкой здоровья и материального благополучия. Полученные данные определяют необходимость и направления социально-психологической поддержки пожилых людей с подобным типом жизненной стратегии.

У представителей всех стратегий обнаружены различия в уровне выраженности большинства параметров удовлетворенности качеством жизни (методика Н. Е. Водопьяновой) и психологического благополучия (методика Т. Д. Шевеленковой и П. П. Фесенко) — от достоверно более низких показателей у представителей низкоомобильного типа до достоверно более высоких у представителей высокоомобильной стратегии.

На **втором этапе исследования** проводилось сравнение показателей личностной мобильности и готовности к мобильному поведению у представителей стратегий первого и второго типа для выявления характеристик, детерминирующих удовлетворенность жизнью в поздней зрелости. Различия представлены в табл. 2. На уровне индивидуально-психологических предпосылок успешной адаптации препятствуют недостаточно высокие показатели коммуникативной активности и коммуникативной скорости. Сохранение социальных связей неизменно отмечается как один из показателей успешного освоения позднего возраста, поэтому такой результат можно считать закономерным. Достаточно неожиданно отсутствие различий в параметрах готовности к освоению возрастнo-временных изменений. Единственное различие выявлено в более спокойном, толерантном отношении к физиологическим изменениям у представителей группы со среднемобильной жизненной стратегией. Возможно, данный результат отражает идею независимости жизненных стратегий от возраста [Абульханова-Славская]. Однако, по нашему мнению, одной переменной недостаточно для формирования общего суждения. Можно предположить, что физиологические изменения становятся менее значимыми в рейтинге возрастных параметров, поскольку современный человек понимает относительность внешних изменений и формирует адекватное отношение к ним.

У людей со среднемобильной стратегией в поздней зрелости более высокие показатели рефлексии своей жизни. М. В. Клементьева отмечает, что снижение показателей личностной и когнитивной составляющей рефлексии своей жизни характерно для людей, не удовлетворенных текущим опытом жизни, ориентированных на переживание фактов непосредственного жизненного опыта (реакций, эмоций, действий и пр.) вне оценок и анализа [Клементьева]. Соответствующие поведенческие индикаторы были зафиксированы в автобиографиях представителей группы с низкоомобильной жизненной стратегией. Респонденты со среднемобильной стратегией оказались более способны к экзистенциальному анализу своей жизни, смысловторчеству и ответственному целеполаганию.

Жизненную стратегию со средним уровнем мобильности реализуют в позднем возрасте люди с более высокими показателями самоактуализации. В частности,

Таблица 2

**Достоверные различия показателей личностной мобильности людей,
реализующих низко- и среднемобильные жизненные стратегии**

Показатели личностной мобильности	Средний ранг		U, критерий Манна – Уитни	p, уровень значимости
	низкомобильная жиз- ненная стратегия	среднемобильная жиз- ненная стратегия		
Формально-динамические свойства индивидуальности				
Индекс коммуникативной активности	57,57	75,56	2206,5	0,029
Коммуникативная скорость	109,79	134,11	6518,5	0,032
Готовность к освоению возрастнo-временных изменений				
Аффективный уровень физиологического компонента	95,13	119,06	5202	0,024
Биографическая рефлексия				
Рефлексия своей жизни	95,29	134,62	6823	0,000
Когнитивная составляющая рефлексии	103,22	132,55	6410,5	0,009
Личностная составляющая рефлексии	105,33	132,01	6301	0,017
Самоактуализация				
Компетентность во времени	102,54	135,28	6755,5	0,004
Ценностные ориентации	94,84	137,28	7161,5	0,000
Самоуважение	101,92	135,44	6788,5	0,003
Представления о природе человека	94,02	137,5	7207	0,000
Снигерия	102,11	135,39	6778	0,003
Познавательные потребности	108,32	133,64	6422,5	0,027

они лучше воспринимают целостность жизненного пути, высоко оценивая нынешний отрезок жизни. Представители группы с низкоомобильной жизненной стратегией ориентированы на прошлое, тем самым они обесценивают настоящее и отрицают будущее (низкая компетентность во времени). Кроме того, они не разделяют ценности самоактуализации и личностного роста, у них ниже познавательные потребности и интерес к новому, а также показатели самоуважения. Особое внимание, на наш взгляд, следует уделить различиям в блоке концепции человека (представления о природе человека и синергия). Более адаптированы и удовлетворены жизнью в позднем возрасте люди, понимающие относительность оценок человеческих достоинств и недостатков, избегающие категоричных мнений и противопоставлений, воспринимающие человека целостно.

На **третьем этапе исследования** ставилась задача определить, какие характеристики позволяют человеку в позднем возрасте не просто быть довольным своей жизнью и сохранять достигнутое, но и переходить к качественно иному уровню — к высокоомобильной жизненной стратегии. Для этого сравнивались показатели представителей второго и третьего типа жизненной стратегии (табл. 3).

Таблица 3

Достоверные различия показателей личностной мобильности людей, реализующих средне- и высокоомобильные жизненные стратегии

Показатели личностной мобильности	Средний ранг		U, критерий Манна — Уитни	p, уровень значимости
	высокомобильная жизненная стратегия	среднеомобильная жизненная стратегия		
Формально-динамические свойства индивидуальности				
Интеллектуальная эргичность	163,33	139,76	10605	0,028
Коммуникативная скорость	167,66	137,84	10994	0,005
Психомоторная эмоциональность	128,41	154,56	7462	0,014
Готовность к освоению возрастно-временных изменений				
Мотивационный уровень физиологического компонента	145,89	122,27	8365	0,018
Мотивационный уровень личностно-психологического компонента	151,20	119,92	8785	0,002
Мотивационный уровень профессионального компонента	154,56	117,86	8974,5	0,000
Личностный компонент	161,61	137,09	10232,5	0,022
Мотивационный уровень	164,46	135,86	10480	0,007

Окончание табл. 3

Показатели личностной мобильности	Средний ранг		U, критерий Манна – Уитни	p, уровень значимо- сти
	высокомобильная жизненная стратегия	среднемобильная жизненная стратегия		
Биографическая рефлексия				
Рефлексия жизни другого	164,45	137,61	10779	0,011
Рефлексия своей жизни	165,40	137,18	10865	0,007
Социально-перцептивная составляющая рефлексии	162,61	137,80	10539,5	0,018
Когнитивная составляю- щая рефлексии	161,78	138,82	10536	0,029
Личностная составляющая рефлексии	169,68	135,23	11254,5	0,001
Самоактуализация				
Креативность	168,42	138,12	11140	0,004

Для представителей высокомобильной жизненной стратегии характерны более высокие показатели коммуникативной скорости, чем для двух других типов. При этом смещается значимость характеристик в интеллектуальной и психомоторной сфере: представители этой стратегии в позднем возрасте меньше переживают по поводу физических возможностей, но при этом у них более высокие потребности в постановке и решении новых познавательных задач. От среднемобильных, но не стремящихся к изменениям ровесников, их отличает более высокий мотивационный уровень готовности к освоению возраст-временных изменений. Они активно ищут способы и выстраивают стратегии адаптации к изменениям физического функционирования, изменениям в когнитивной и личностной сфере, изменению системы социально-профессиональных ролей. При этом у них более выражен именно личностный компонент готовности к возрасту, т. е. направленность усилий в первую очередь на освоение изменений собственного Я. Представители высоко- и среднемобильных типов жизненной стратегии находятся на одном уровне в стремлении к самоактуализации, но у высокомобильных людей выше ориентация на поиск новых способов решения повседневных задач и постановке новых. У них наивысшие показатели рефлексии не только своей жизни, но и жизни других, что проявляется в осознании вариативности понимания их жизни другими людьми, раскрытии смысла жизни в коммуникациях [Клементьева, 2014].

Выводы

Группы респондентов с низко-, средне- и высокомобильной жизненными стратегиями не различаются между собой по уровню активности, пластичности, адаптивности, т. е. по индивидуально-психологическим свойствам, составляющим

природное ядро личностной мобильности. Данный эмпирический факт объясняется наличием переменных-модераторов между мобильностью как индивидуальным свойством и мобильностью как жизненной стратегией. В качестве одного из них мы рассматриваем психологическую готовность к освоению возрастнo-временных изменений и удовлетворенность жизнью. Основанием для такого предположения стали результаты наших предыдущих исследований [Сергеева, Борисов; Сергеева, Глуханюк].

Большинство участников исследования позднего возраста (85 %) продемонстрировали достаточно высокую адаптированность, удовлетворенность жизнью и психологическое благополучие. Это в целом согласуется с результатами S. Ikier и С. Duman, которые пришли к выводу, что пожилой возраст характеризуется более позитивной оценкой жизненного опыта по сравнению с молодежью и людьми зрелого возраста [Ikier, Duman]. Кроме того, необходимо учитывать и особенности выборки нашего исследования — добровольцы, проживающие в семьях или самостоятельно, сохраняющие возможности самоорганизации своей жизни.

Необходимыми, но недостаточными условиями выбора в пользу высоко-мобильной жизненной стратегии в позднем возрасте являются такие характеристики субъекта, как развитые когнитивные ресурсы и обучаемость, выраженная мотивация к освоению внешних и внутренних изменений и высокий уровень биографической рефлексии, позволяющий находить смыслы своей жизни и соотносить ее с моделями поведения других людей.

Полученные результаты не только предоставляют возможность измерения индивидуальных особенностей пожилого человека в контексте планирования жизни и выбора определенной стратегии ее позднего этапа. Прежде всего они составляют информационную основу индивидуальной консультативной практики и организации широкой просветительской работы. Следует подчеркнуть, что проводить ее необходимо на более ранних этапах возрастного развития, предоставляя возможность осознанного формирования готовности к освоению возраста и выбора жизненной стратегии.

Абульханова-Славская К. А. Стратегия жизни. М., 1991. 160 с.

Бахтин М. М. К философии поступка // Собр. соч. : в 7 т. М., 2003. Т. 1. С. 7–68.

Дементий Л. И., Курченко В. Е. Жизненные стратегии : монография. Омск, 2010. 192 с.

Клементьева М. В. Понятие биографической рефлексии и методика ее оценки // Культурно-историческая психология. 2014. Т. 10, № 4. С. 80–93.

Латыгин В. Д. Изучение жизненных стратегий в контексте теории социального действия // Вестн. РГГУ. Сер. : Философия. Социология. Искусствоведение. 2016. № 2 (4). С. 133–137.

Рубинштейн С. Л. Бытие и сознание. Человек и мир. СПб., 2003. 512 с.

Сергеева Т. Б., Борисов Г. И. Взаимосвязь удовлетворенности качеством жизни и индивидуальных свойств работающих и неработающих пенсионеров // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2020. Т. 26, №. 1. С. 158–169.

Сергеева Т. Б., Глуханюк Н. С. Индивидуальные свойства как корреляты готовности к мобильному поведению в пожилом возрасте (в контексте профессиональной занятости) // Мир науки. Педагогика и психология. 2019. Т. 7, №. 5. С. 65.

Davis A. C. et al. Life history strategy and the HEXACO model of personality: A facet level examination // *Personality and Individual Differences*. 2019. Vol. 150. P. 109471.

Ikier S., Duman Ç. The happiest and the saddest autobiographical memories and aging // *Current Psychology*. 2020. P. 1–13. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00993-w>

Lachnit I., Park C. L., George L. S. Processing and resolving major life stressors: an examination of meaning-making strategies // *Cognitive therapy and research*. 2020. Vol. 44. P. 1–10.

Linden D. van der et al. Life history strategy and stress: An effect of stressful life events, coping strategies, or both? // *Personality and Individual Differences*. 2018. Vol. 135. P. 277–285.

Wang Y. R., Ford M. T. Financial inadequacy and the disadvantageous changes in time perspective and goal-striving strategies throughout life // *Journal of Organizational Behavior*. 2020. T. 41, iss. 9. P. 895–914.

Статья поступила в редакцию 07.12.2020 г.

СВОЕОБРАЗИЕ РОЛЕВОГО ПРОФИЛЯ У ДЕТЕЙ С РАССТРОЙСТВАМИ АУТИСТИЧЕСКОГО СПЕКТРА

В статье представлены результаты эмпирического исследования особенностей ролевого профиля у детей в контексте своеобразия сенсорных переживаний. Обсуждается модель комплексного сопровождения развития ребенка с расстройствами аутистического спектра, рассматриваются компоненты, представляющие сферы социального взаимодействия и коммуникации. Статья построена на основе эмпирического исследования при участии 30 обучающихся образовательных учреждений г. Новосибирска в возрасте от 8 до 9 лет. Из них 15 детей с нормой развития и 15 детей с расстройствами аутистического спектра, достаточно хорошо адаптированные в массовой школе. Результаты исследования в определенной степени отражают неравномерность психического развития, включая нарушения связей между ресурсами эмоционального контакта с другими людьми.

К л ю ч е в ы е с л о в а: ролевой профиль; расстройства аутистического спектра; межличностные интеракции; эмоциональный контакт

Расстройства аутистического спектра (РАС) в последнее десятилетие сосредотачивают внимание специалистов различных областей научных знаний. Данный интерес обусловлен значительными результатами современных нейронаук, позволяющих установить нейрофизиологическую природу тех явлений, которые, по-видимому, можно считать следствием работы мозга [Houting den, Adams, Roberts & Keen; Kenny, Hattersley, Molins et al.]. Существует ряд исследований, объясняющих спектр феноменов аутистического развития с позиции «theory of mind» как способности распознавать психические состояния самого себя и других людей, положений о сенсорной дезинтеграции, зеркальных нейронов и др. [Бардышевская; Ньюкиктъен]. Изучение феноменологического опыта при аутистическом развитии обнаруживает наряду с индивидуальным своеобразием наличие общих закономерностей поведенческих проявлений, в частности, специфическое восприятие окружающей мультисенсорной реальности [Keen, Adams, Simpson; Houting den & Roberts]. Вместе с тем нуждаются в дальнейшей разработке вопросы относительно применения методов диагностики, их содержательной интерпретации и дальнейшего сопровождения развития ребенка с учетом уникальности сенсорных переживаний в модальности межличностных интеракций.

Согласно известным характеристикам нормативности возрастного развития, открытость и активное познание окружающей действительности охватывает возрастной период от двух до пяти лет. В связи с этим и с учетом исследований

ЗИНОВЬЕВА Людмила Васильевна — кандидат психологических наук, доцент кафедры практической и специальной психологии Новосибирского государственного педагогического университета. ORCID: 0000-0001-8604-0772 (e-mail: lvpansh@gmail.com).

© Зиновьева Л. В., 2021

в отечественной детской психиатрии и клинической психологии предложен термин «ранний детский аутизм», подчеркивающий наибольшую выраженность этого состояния в детском возрасте [Златомрежева, Бардышевская]. В работах, посвященных изучению закономерностей и механизмов психического развития детей с расстройствами аутистического спектра, отмечается, что отклонения возникают на ранних этапах, они различны и касаются ключевых сфер развития, в том числе психических функций, поведения, эмоционально-мотивационной сферы, отношения привязанности и социальной коммуникации [Бардышевская]. В зарубежной практике обучения детей с расстройствами аутистического спектра в рамках комплексного сопровождения развития ребенка в образовательном учреждении предлагается модель протокола [Zigler, 2015, 2016]. Протокол содержит совокупность критериев, дифференцированных по следующим сферам развития ребенка с РАС:

- социальное взаимодействие;
- коммуникация;
- самоорганизация и независимость;
- поведение и эмоциональное функционирование;
- познание;
- дополнительные факторы здоровья;
- академические функции.

К каждой из обозначенных сфер в протоколе указываются дискрипторы в соответствии с уровнем развития навыков у ребенка с расстройствами аутистического спектра и обозначаются возможные способы поддержки. Рассмотрим компоненты, представляющие сферы социального взаимодействия и коммуникации (табл. 1).

Таблица 1

Компоненты социального взаимодействия и коммуникации

Социальное взаимодействие	Коммуникация
Социальная / эмоциональная взаимность – проявление симпатии, эмпатии, интуитивность в отношении «давать и принимать»	Коммуникативное восприятие / экспрессия – понимание и использование разговорного языка как инструмента общения
Социальная осведомленность – понимание точки зрения другого	Понимание языка тела и мимической экспрессии
Социальная имитация – копирование поступков и отношений других	Невербальная коммуникация с использованием языка тела и мимики
Совместное (разделенное) внимание	Инициатива и / или поддержка коммуникации
Символическая игра	Использование воображаемой игры
Формы отношений со сверстниками	Прагматический язык – следование социальным правилам, переключение между ролями говорящего и слушающего, коммуникативная инициатива и отклик, просодика речи (интонация, интенсивность и др.), понимание и использование переносных значений языка
Инициатива взаимодействия и отклик	
Готовность поделиться социальным опытом	

В структуре социального взаимодействия ключевым звеном выступает ролевой конструкт. Согласно концептуальной модели включения индивида в социум Дж. Мида, ролевое взаимодействие выступает основным механизмом социализации [Мид]. При этом в рамках форм взаимодействия, транслируемых обществом, подчеркивается их зависимость от способности индивида к оценке себя с точки зрения обобщенного другого и к самоконтролю. Таким образом, по мере расширения границ социального взаимодействия, субъект последовательно осваивает роли сначала значимых близких, далее способен символически отобразить роль условного Другого [Зиновьева; Перевозкина, Зиновьева]. В связи с этим представляют интерес исследования в области изучения двигательного развития новорожденного с точки зрения модели тела или «theory of body» [Ньюкиктьен; McLean]. Согласно авторам, через близкий интерактивный контакт, при участии системы зеркальных нейронов, новорожденный познает модель тела. Мать телесно контактирует с младенцем, укачивает, обнимает, младенец ощущает ее запах, видит лицо и глаза, позднее начинает замечать ее руки, фигуру, слышать ее голос и шаги. Таким образом, ребенок начинает понимать, как действует тело ухаживающего за ним взрослого, а также прогнозировать действия его и других людей. Формирование модели тела предшествует появлению способности распознавать психические состояния себя и других (theory of mind) [Ньюкиктьен]. Основываясь на известных положениях о неспособности осознавать психические состояния себя и других людей (theory of mind) при аутистическом развитии, Ч. Ньюкиктьен, разрабатывая идеи модели тела (theory of body), допускает ограничения способности идентифицировать себя с другими людьми и на телесном уровне.

Результаты научных исследований подтверждают множественность представленности расстройств аутистического спектра. Развивая идеи В.В. Лебединского, М.К. Бардышевская, приняв за основу критерий ведущего эмоционального состояния, выделяет пять типов аффективно-поведенческих комплексов (АПК) у ребенка с расстройствами аутистического спектра (рис. 1).

Лонгитюдные терапевтические наблюдения М. К. Бардышевской показывают, что у детей с расстройствами аутистического спектра в зависимости от ведущего эмоционального состояния изменяются компоненты коммуникации, характер символической активности (включая игровой образ, в который перевоплощается, вживается ребенок), репертуар поведения и тип эмоционального контакта, который выстраивает ребенок с окружающими людьми. При этом отмечается, что активность ребенка с РАС может актуализироваться не только для реализации потребности в безопасности, но и в связи с более продуктивными «социальными» задачами [Бардышевская]. Разрабатывая вопросы диагностики и построения программ сопровождения ребенка с расстройствами аутистического спектра, необходимо придерживаться принципов целостного анализа развития, учитывая своеобразие ролевых интеракций при анализе форм символической активности и поведения.

Данная статья построена на основе эмпирического исследования, **целью** которого являлось изучение своеобразия ролевого профиля детей младшего школьного возраста с расстройствами аутистического спектра.

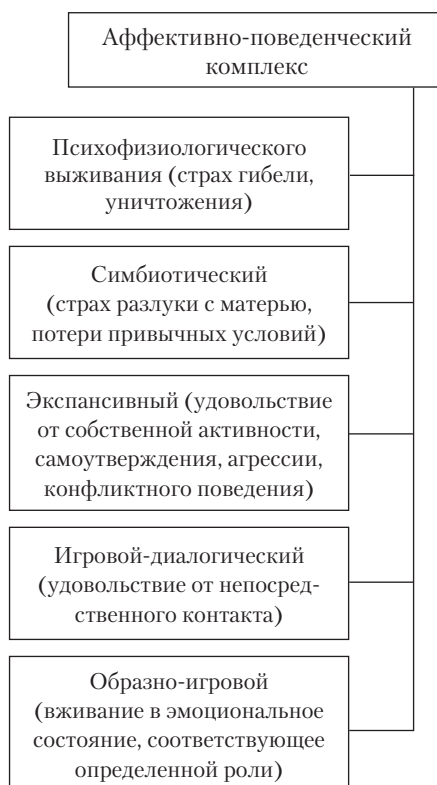


Рис. 1. Типы аффективно-поведенческих комплексов у детей с расстройствами аутистического спектра (по М. К. Бардышевской)

Материалы и методы

В эмпирическом исследовании приняли участие 30 обучающихся образовательных учреждений г. Новосибирска в возрасте от 8 до 9 лет. Из них 15 детей с нормой развития и 15 детей с расстройствами аутистического спектра (11 мужского и 4 женского пола), достаточно хорошо адаптированные в массовой школе. Наличие аутистических симптомов установлено на основании анализа документации и заключений психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК). Исследование проводилось с использованием авторской методики оценки психосоциального профиля¹, которая позволяет оценить когерентность ролевых компонентов взаимодействия [Зиновьева]. Стимульный материал включал поле из четырех цветных квадратов (*синий, зеленый, красный, желтый*) и 10 ролевых

¹ Пат. 2625284 Российская Федерация, МПК А 61 М 21/00. Способ оценки психосоциального профиля личности / Ю. М. Перевозкина, Л. В. Паньшина, О. О. Андроникова, Н. В. Дмитриева; заявитель и патентообладатель ФГБОУ ВПО Новосибирский государственный педагогический университет. № 2016105668; заявл. 18.02.2016; опубл. 12.07.2017, Бюл. № 20. 2 с.

фигур, дифференцированных согласно возрастному аспекту (*детство, молодость, взрослость, старость*), половому (*мужской / женский*), направленности (*конструктивная / деструктивная*). Рольевые фигуры оценивались по критериям *предпочитаемая / отвергаемая, когерентная / инкогерентная* относительно пола и возраста респондента. Полученные результаты обрабатывались посредством программы STATISTICA Advanced + QC 10 for Windows Ru. Для оценки различий применялся непараметрический *U*-критерий Манна — Уитни.

Результаты и их обсуждение

Последовательная реализация диагностических процедур, соответствующих целям исследования, включая применение авторской методики, позволила обеспечить ребенку с отдельными аутистическими симптомами и неравномерностью психического развития возможность взаимодействия через фигуры, представляющие социальные роли, персонажи, наделяя их атрибутами, навыками, способностями, сильными и слабыми характеристиками (табл. 2).

Таблица 2

Оценка достоверности различий между нормой и РАС при выборе ребенком социальных ролей*

№ фигуры	Признак	<i>U</i>	<i>p</i> -уровень	Среднее значение	
				норма	РАС
1	Старуха	60,5	0,032	2,87	4,47
2	Старик	96,5	0,520	3,8	3,47
3	Мать	64,5	0,048	4,2	5,8
4	Отец	97,5	0,547	4,27	4,73
5	Дева	32,5	0,001	6,93	4
6	Герой	18	0,001	7,73	2,67
7	Ведьма	103	0,708	5,67	6,27
8	Трикстер	92,5	0,418	6,13	5,2
9	Девочка	105,5	0,787	1,67	3,2
10	Мальчик	61,5	0,036	1,73	5,47

* Отмеченные цифры значимы на уровне $p \leq 0,05$.

В результате сравнения полученных данных обнаружено пять достоверных различий по параметрам *старуха, мать, дева, герой, мальчик*. Результаты представлены графически на рис. 2.

Анализ показателей обнаружил, что предпочитаемыми для младших школьников с РАС в сравнении с нормой выступают рольевые фигуры *мальчик, мать* и *старуха* (табл. 2). Вместе с тем респонденты выборки условной нормы в сравнении с РАС отдают предпочтение фигурам *герой* и *дева*.

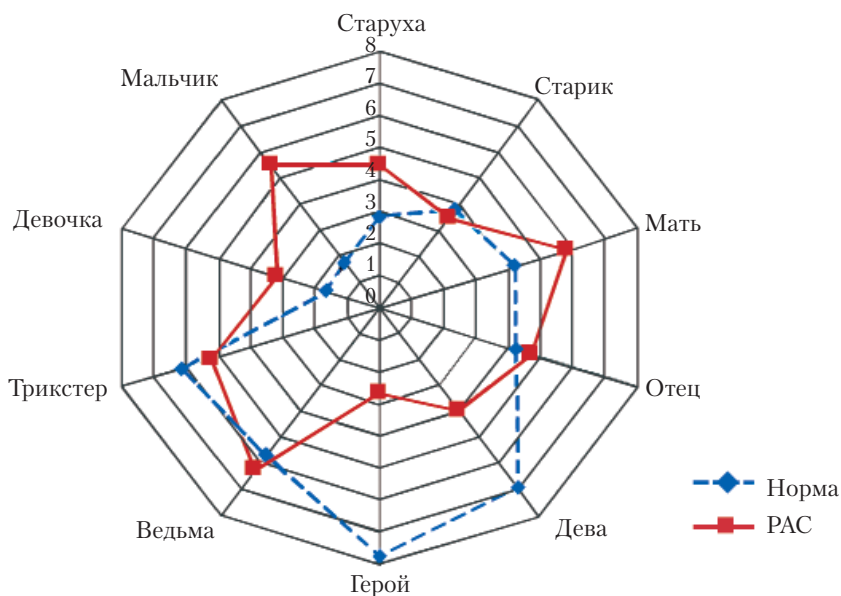


Рис. 2. Результаты сравнительного анализа предпочтения фигур по группам выборки

Интерпретация по содержанию полученных результатов обращает нас к положениям отечественной научной школы В. В. Лебединского, который считал изоляцию специфичным нарушением связей между психическими функциями при аутистическом развитии [Бардышевская]. Современные исследователи утверждают, что спектр нарушений межфункциональных связей при РАС может включать разнообразные признаки, такие как «спутанность» — неспособность дифференцировать собственные психические функции и функции матери при симбиотической привязанности; «залипание» — полное вживание в сверхценный образ; «фиксация» — стереотипное воспроизведение поведения при определенных триггерах по типу импринтинга; «звездные» связи — запуск одного типа поведения / элемента при одновременной актуализации нескольких видов поведения, например, какой-то элемент из поведения привязанности или агрессии [Златомрежева, Бардышевская; Coffman, Anderson, Naples & McPartland].

Результаты, полученные в рамках данного исследования, позволяют предположить, что предпочтение фигуры *мальчик* среди младших школьников с РАС отражает их актуальный социальный статус в коллективе сверстников и идентификацию с ролью ребенка, что является когерентным полу и возрастному этапу исследуемой выборки. Вместе с тем известно, что для семьи, воспитывающей ребенка с особенностями в развитии, характерна компенсирующая забота [Ozsivadjian, Knott & Magiati]. Такое сверхпокровительство, в свою очередь, лишает ответственности и формирует инфантильные стратегии. Второй по предпочтению среди респондентов с РАС отмечается фигура *мать*, представляющая период взрослости. В связи с этим можно предположить обусловленность выбора

симбиотической привязанностью. *Мать* олицетворяет заботливого взрослого, который обеспечивает потребности ребенка. Еще одной фигурой, наиболее предпочитаемой для младших школьников с РАС в сравнении с нормой, выступает *старуха*. Идентификация с данной фигурой может отражать направленность во внутренний мир, уход от окружающих стимулов.

Кроме того, сравнительное исследование показало, что предпочитаемыми для респондентов выборки условной нормы выступили фигуры *герой* и *дева* (табл. 2). Отметим, что обе фигуры относятся к последующему возрастному периоду и могут характеризовать ролевой профиль респондентов с точки зрения инкогерентности (несогласованный) относительно возраста исследуемой выборки. Вместе с тем следует допустить, что такой выбор, наряду с другими известными факторами, отражает диспозиции потенциального перехода от детства на следующий возрастной этап, при этом ориентиром и ролевой моделью выступает фигура, репрезентующая более взрослый период [Ria Jochemsen-Van Der Leeuw, Buwalda, Wieringa-De Waard & Van Dijk; Walker].

Исследование позволило сформулировать следующие **выводы**:

Ролевой профиль младших школьников с расстройствами аутистического спектра представлен противоречивыми тенденциями и, по-видимому, отражает первичные нарушения связей между ресурсами эмоционального контакта с другими людьми, поэтому роль матери может символизировать характерную симбиотическую привязанность.

Отмечается, с одной стороны, актуализация детской роли с характерной изменчивостью и инфантильностью, с другой — полярная фигура, олицетворяющая старость, обращенность во внутренний мир, ригидность и уход от внешних связей, что, вероятно, репрезентует репертуар ролевого поведения и тип эмоционального контакта с окружающими людьми.

Результаты исследования в определенной степени отражают неравномерность психического развития детей с РАС, включая неустойчивость, фиксации, скачки в развитии, некогерентные условным периодам возрастных кризисов.

Бардышевская М. К. Искаженный дизонтогенез: развитие идей В. В. Лебединского // Педиатр. 2015. Т. 6, № 4. С. 85–89.

Ньюкиктъен Ч. Детская поведенческая неврология : в 2 т. / пер. с англ. Д. В. Ермолаев, Н. Н. Заваденко, Н. Н. Полонская ; под ред. Н. Н. Заваденко. 3-е изд. (эл.). М., 2015. Т. 1.

Зиновьева Л. В. Структура ролевых диспозиций подростков в пространстве социальной турбулентности. Новосибирск, 2020. 129 с.

Златомрежева А. Д., Бардышевская М. К. Оценка развития социального поведения детей с аутизмом в учебной ситуации // Вопр. психологии. 2016. № 4. С. 14–27.

Мид Дж. Сознание, самость и общество. М., 2007. 171 с.

Перевозкина Ю. М., Зиновьева Л. В. Трансформационная ролевая игра как форма профилактики девиантного поведения подростков // Развитие человека в современном мире. 2019. № 3. С. 60–71.

Coffman M. C., Anderson L. C., Naples A. J., & McPartland J. C. Sex differences in social perception in children with ASD. URL: <https://doi:10.1007/s10803-013-2006-5> (accessed: 27.11.2020).

Houting J. den, Adams D., Roberts J., & Keen D. Exploring anxiety symptomatology in school-aged autistic children using an autism – specific assessment. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rasd.2018.03.005>

Keen D., Adams D., Simpson K. et al. Anxiety – related symptomatology in young children on the autism spectrum. URL: <https://doi.org/10.1177/1362361317734692>

Kenny L., Hattersley C., Molins B. et al. Which terms should be used to describe autism? Perspectives from the UK autism community. DOI: <https://doi.org/10.1177/1362361315588200>

McLean M. Clinical role models are important in the early years of a problem-based learning curriculum. DOI: <https://doi.org/10.1080/01421590500441711>

Ozsivadjian A., Knott F., & Magiati I. Parent and child perspectives on the nature of anxiety in children and young people with autism spectrum disorders: A focus group study. DOI: <https://doi.org/10.1177/1362361311431703>

Ria Jochemsen-Van Der Leeuw H. G. A., Buwalda N., Wieringa-De Waard M. & Van Dijk N. Learning from a role model: A cascade or whirlpool effect? DOI: <https://doi.org/10.3109/0142159X.2014.956061>

Walker B. M. No more heroes any more: the ‘older brother’ as role model. DOI: <https://doi.org/10.1080/03057640701706169>

Zigler R. Proposal for Demographic Analysis of Persons with Disabilities, Coastal Region of Kenya, East Africa. DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3654.5040>

Zigler R. Situational Analysis and Development of Inclusive Education in Kenya and Tanzania // Siberian Journal of Special Education. 2016. Vol. 3. P. 55–66.

Статья поступила в редакцию 01.12.2021 г.

ОБРАЗОВАНИЕ: ВЫЗОВЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.021

Г. Е. Зборовский

УДК 316.344.3 + 378,115.15 + 316.74:37 + 37.017

ХАРАКТЕРИСТИКА ПОВЕДЕНЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОБЩНОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФЕРА ИХ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА*

В статье дается характеристика поведенческих стратегий образовательных общностей в контексте трансфера их человеческого капитала в системе российского образования. В качестве конкретного объекта исследования выступает студенчество российских вузов. Рассматривается один из подходов к структурированию студенчества как образовательной общности. Показано, что значимым критерием для этого является образовательная успешность/неуспешность студентов. На материалах конкретного социологического исследования выделены и проанализированы особенности поведенческих стратегий данной образовательной общности. Доказывается, что главная среди этих стратегий — образовательная — составляет ядро активности студентов и доминирует на фоне других форм и видов деятельности в структуре образа жизни студентов. Обосновывается, что в качестве других видов их поведенческих стратегий могут выступать профессионально-трудовая, досуговая, социальная, коммуникативная, научная, семейная. В заключении статьи раскрывается понятие человеческого капитала студенчества и дается характеристика его трансфера.

К л ю ч е в ы е с л о в а: образовательные общности; поведенческие стратегии; образовательные стратегии; студенчество; образовательная успешность/неуспешность; человеческий капитал; трансфер человеческого капитала

В заметно изменившихся условиях жизни российского общества, связанных с его системным кризисом и пандемией коронавируса, происходят существенные

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-29-07016 «Трансфер человеческого капитала образовательных общностей: от неуспешности к успешности».

ЗБОРОВСКИЙ Гарольд Ефимович — доктор философских наук, профессор, профессор-исследователь кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета, заслуженный деятель науки РФ. ORCID: 0000-0001-8153-0561 (e-mail: garoldzborovsky@gmail.com).

© Зборовский Г. Е., 2021

перемены в образовании в целом и высшем образовании в особенности. Они отражаются в первую очередь на состоянии образовательных общностей и их поведенческих стратегиях. Трансформации касаются не только определенной совокупности действий субъектов этих стратегий, но и трансфера их человеческого капитала. Возникает сложная и многослойная проблема (образовательные общности — их поведенческие стратегии — трансфер человеческого капитала этих общностей), которая требует междисциплинарного подхода для ее исследования.

Необходимость такого подхода следует из междисциплинарного статуса понятия поведенческой стратегии образовательной общности. Его используют представители различных отраслей научного знания — психологи, экономисты, педагоги, социологи, исследующие со своих позиций стратегии поведения. Это касается как обоих терминов порознь (поведение и стратегия), составляющих концептуальную пару «поведенческая стратегия = стратегия поведения», так и самого интегрального понятия.

Субъекты рассматриваемых стратегий самые разные, равно как и сферы, в которых формируется и разворачивается их поведение. Конкретизация сфер поведения осуществляется в широком диапазоне — от экономики, политики, социальной и культурной жизни до их локальных проявлений, где также имеют место стратегии поведения. Поэтому за методологическую основу вполне можно принять широкую трактовку понятия стратегии, предлагаемую в философской литературе:

Стратегия — форма организации человеческих взаимодействий, максимально учитывающая возможности, перспективы, средства деятельности субъектов, проблемы, трудности, конфликты, которые препятствуют осуществлению взаимодействий [Современный философский словарь, с. 865].

Поскольку в качестве субъектов стратегий поведения и объекта исследования нас интересуют конкретные образовательные общности, отметим, что в статье мы будем рассматривать одну из них — студенчество. Далее этот выбор получит специальное обоснование. Целью статьи является трактовка поведенческих стратегий образовательных общностей, базирующаяся на материалах исследования студентов российских вузов в условиях трансфера их человеческого капитала.

Предваряя обоснование выбора студенчества как объекта исследования в данной работе, подчеркнем, что в его поведенческих стратегиях хорошо заметны и социальные, и психологические, и экономические, и педагогические аспекты деятельности этой образовательной общности. В разных стратегиях поведения студентов на первый план выходят те или иные обозначенные аспекты. В статье не ставилась задача детального анализа понятия «поведенческие стратегии», в том числе как междисциплинарной категории. Такой анализ — особая проблема, которой нужно посвящать специальную работу. Здесь будет кратко изложена авторская трактовка понятия стратегии поведения образовательной общности с учетом двух особенностей: 1) возможности использования в ней (трактовке) понятия трансфера человеческого капитала; 2) характеристики успешности/неуспешности образовательной общности. Но прежде чем рассматривать центральную проблему — поведенческую стратегию образовательной общности, представляется

необходимым коротко остановиться на понятии самой образовательной общности, а затем на ее структуре.

Образовательная общность и ее структура

В самом общем виде образовательные общности представляют собой *взаимосвязи (совокупности) людей, их групп и объединений, которые характеризуются доминантой образовательной деятельности в их образе жизни, обуславливающей сходство целей, задач, интересов, относительной однородностью (гомогенностью) состава, наличием внутренней структуры, возрастных параметров, устойчивостью, стабильностью существования во времени и пространстве, способностью к взаимодействию с другими, в первую очередь образовательными, социальными общностями.*

Эти общности дифференцированы по своим функциям: одни из них учатся, другие учат, третьи помогают учиться, четвертые управляют образовательным процессом. Поскольку образовательные общности мы рассматриваем как разновидность социальной общности, постольку все основные признаки социальной общности могут в той или иной мере экстраполироваться или, что точнее, применяться к характеристике образовательных общностей. В связи с этим назовем такие признаки, как относительная целостность, идентификация и самоидентификация их членов, выполнение ими функций самостоятельного субъекта социального действия, схожие условия жизни и деятельности, единое пространственно-временное поле бытия, обладание различными ресурсами и их использование. В свете сказанного понятно, что студенчество выступает в качестве не только образовательной, но и социальной общности.

Образовательная общность студентов представляет собой *взаимосвязь (совокупность) учащихся, их групп и объединений, которые характеризуются доминантой образовательной деятельности в их образе жизни, обуславливающей сходство целей, задач, интересов, связанных с получением высшего образования, специальности и профессии, относительной однородностью состава, наличием внутренней структуры, схожих возрастных параметров, устойчивостью, стабильностью существования во времени и пространстве, способностью к взаимодействию с другими, в первую очередь образовательными, социальными общностями.*

Из названных выше четырех групп образовательных общностей нас больше всего интересуют первые две (учащиеся и педагоги), а из этих двух — больше всего первая. Говоря о первых двух общностях, мы должны иметь в виду действие *принципа парности*, согласно которому они не могут существовать друг без друга. Взаимосвязь учащихся и педагогов обуславливает целостность образовательного процесса, в котором реализуется успешность/неуспешность учащихся и осуществляется трансфер их человеческого капитала.

Сейчас в нашей стране перестал действовать в качестве максимы имевший место в СССР принцип прямой зависимости образовательной успешности/неуспешности учащихся и студентов от деятельности педагогов. Вместе с тем и полного отказа от него не произошло. Это касается как школы (где этот принцип

используется чаще), так и вуза (где, хоть и редко, он тоже действует). Названный принцип имеет не столь определяющее значение, как раньше, поскольку сегодня образовательную неуспешность студентов, как правило, не рассматривают в качестве следствия только одного фактора — работы педагога. Чаще всего говорят о нескольких обстоятельствах, которые приводят к ней (слабой довузовской подготовке, отсутствии необходимой мотивации к обучению, неумении работать над собой и т. д.). На первое место выходит наличие либо отсутствие доминанты образовательной ориентации студента, его готовности рассматривать учебу как вид труда, стремления к образовательной и социальной достижительности и т. д.

Образовательные общности обладают собственной структурой. При этом можно говорить о критериальных различиях структурирования каждой из них. Поскольку мы рассматриваем только одну — студенчество, остановимся на критериях ее структурирования и вытекающих отсюда разновидностях структур этой образовательной общности. Нас интересуют прежде всего те структуры, которые связаны с образовательной успешностью/неуспешностью студентов [Duguet, Le Mener, Morlaix].

Так, *по критерию академической успеваемости* очевидно выделение среди студентов «отличников», «хорошистов», троечников, «перебивающихся с двойки на тройку». По определению «двоечники» не могут относиться к числу студентов, ибо, как только становятся таковыми, должны быть отчислены из вуза. Но реально этого не происходит, поэтому «двоечников», по нашему мнению, можно включить в типологию. Иногда все названные совокупности объединяют не в четыре, а в две или три типологические группы по уровню успеваемости.

Есть другой вариант структурирования студенчества, близкий к упомянутому. Его критерием является получение стипендии (при обучении по очной форме на бюджетной основе). Понятно, что получающие стипендию учатся благополучно (по крайней мере, сдают сессию без двоек), не получающие стипендию относятся к числу плохо успевающих и неуспешных студентов. Иногда может быть использован критерий получения стипендий разного уровня (повышенных, именных и т. д.). Следовательно, внутри этой группы уже отмечаются различия не только по уровню, но и качеству успеваемости.

Исследователи не забывают и о демографических особенностях студенчества (пол, возраст, тип поселения, в котором жил и учился до вуза студент, семейный статус) и его структурировании в соответствии с ними. Они вполне могут рассматриваться как критерии выделения тех или иных групп внутри всей образовательной общности студентов. Немаловажное значение имеют экономические критерии — доход родителей студентов, их материальная помощь (в случае внебюджетного обучения — его оплата), трудовая занятость студента.

Важным представляется выделение в структуре студенчества «ядра», «периферии» и «периферии». Здесь критерием типологии выступает место и роль групп студентов в жизни вуза и всей образовательной общности.

«Ядро» студенчества — это те его группы, которые демонстрируют наиболее заметные академические результаты и успехи в области научных исследований, открытий, изобретений, социальной активности, культуры, искусства, спорта.

Это авангард всей образовательной общности. К «полупериферии» могут быть отнесены группы студентов, добивающихся, хотя бы частично, достижений в названных областях деятельности, в первую очередь в образовательной. За счет этой наиболее массовой части российское студенчество воспроизводит себя как образовательную общность. «Периферия» студенчества включает в себя те его группы, которые не проявляют сколь-нибудь заметных результатов ни в одной из названных сфер деятельности, прежде всего в академической, по определению являющейся в вузе доминантной и приоритетной.

В плане идентификации студенчества могут использоваться его субъективные характеристики — самооценка собственного статуса и оценка статуса со стороны «значимых других», прежде всего референтных групп. Важно отметить, что и объективные, и субъективные характеристики (причем как количественные, так и качественные) «ядра», «полупериферии» и «периферии» студенчества вполне могут стать результатом эмпирического социологического исследования. На основании ранее проводившихся исследований, в том числе и наших, примерные пропорции «ядра», «полупериферии» и «периферии» студенчества выглядят так: 15 %, 55 % и 30 % [Зборовский, Амбарова, 2019, с. 106]. В качестве вывода отметим, что осуществленное таким образом структурирование студенчества поможет в дальнейшем конкретизировать поведенческие стратегии этой образовательной общности.

Поведенческие стратегии студентов

Далее мы обратимся к рассмотрению самих поведенческих стратегий студентов. В качестве преамбулы приведем авторскую точку зрения на понятие жизненной стратегии социальной общности, выработанную совместно с П. А. Амбаровой и содержащуюся в коллективной монографии «Управление стратегиями поведения городских общностей: проблемы и возможности»: «Жизненная стратегия социальной общности, по нашему мнению, представляет собой главную линию ее поведения и жизнедеятельности, интегрирующую в себе жизненные планы и программы социальной общности для достижения основных целей и преодоления противоречий, характерных для нее» [Управление стратегиями..., с. 41]. Такую же трактовку предложила П. А. Амбарова в своей монографии «Управление временем в зеркале темпоральных стратегий поведения социальных общностей» [Амбарова, с. 132].

Сейчас, по прошествии некоторого времени, мы предлагаем несколько иную трактовку поведенческих стратегий. Они рассматриваются как *устойчивый комплекс (система) действий, выбранных (предпочитаемых) субъектом деятельности для достижения определенной цели и решения соответствующих ей конкретных задач*. В качестве субъекта деятельности может выступать как индивид, так и социальная общность или группа людей в ее структуре. Отсюда поведенческие стратегии могут рассматриваться как индивидуально-личностные (см., например: [Абульханова-Славская]), так и общностные (или групповые как часть общностных). Поскольку нас интересуют образовательные общности, то речь пойдет

прежде всего об их поведенческих стратегиях. Но это вовсе не умаляет значения исследования проблемы индивидуальных стратегий поведения.

Далее выскажемся о причинах интереса к поведенческим стратегиям студентов вузов. Дело в том, что поведенческие стратегии различных образовательных общностей весьма заметно отличаются друг от друга. В этом смысле поведенческие стратегии студентов вузов существенно отличаются от аналогичных стратегий школьников, студентов колледжей, а также тех, кто не учится и не работает, но относится к молодежной возрастной группе. Отсюда следует, что есть некоторые общие проблемы, которые касаются поведенческих стратегий всех молодежных образовательных общностей, и специальные аспекты этих проблем, характерные для каждой из них. Чтобы наш анализ имел конкретные очертания, далее будем рассматривать, наряду с общими, специальные проблемы поведенческих стратегий только вузовского студенчества.

Говоря именно об этих поведенческих стратегиях, выделим среди них основные. Критерием их выделения, по нашему мнению, являются *определенные формы и виды деятельности, предпочтительные для общности (ее отдельных групп) и способные превратиться в доминантные в ее образе жизни*. К ним можно отнести образовательную, профессионально-трудовую, досуговую, социальную, семейную, коммуникативную, научную и другие деятельности.

Ведущая среди стратегий — образовательная. Она определяется тем, что основные интересы, мотивы и формы деятельности связаны с обучением и в таком качестве выступают доминантами в образе жизни студентов. Но образовательная стратегия не обязательно занимает основное место среди других поведенческих стратегий студенчества.

Исследования, в том числе и наши, показывают, что у отдельных групп этой образовательной общности поведенческими стратегиями могут быть профессионально-трудовая [Perez, Benito] (когда основные цели, задачи, потребности и интересы в образе жизни связаны с профессионально-трудовой деятельностью, а не с образованием), досуговая (в центре жизненных ориентаций — использование свободного времени для достижения каких-то определенных, жизненно важных целей), социальная (связанная с общественной деятельностью и реализацией общественных интересов как смыслом деятельности), коммуникативная (цель — общение и взаимодействие с определенным кругом людей как доминирующий смысл деятельности). Можно также говорить о семейной, научной и иных стратегиях поведения. Главное состоит в том, чтобы виды деятельности, составляющие основное содержание этих стратегий, были доминантными в образе жизни.

Мы не знаем, как соотносятся эти стратегии друг с другом в студенческом образе жизни. Возможно наличие двух «рядоположенных» стратегий, к примеру, образовательной и профессионально-трудовой. Получение такого знания о поведенческих стратегиях студенчества требует специального исследования. Мы можем только высказать предположение, что если речь идет о студентах как образовательной общности, то скорее всего доминировать или по крайней мере присутствовать среди всех их поведенческих стратегий должна образовательная, поскольку образование является основной по определению формой их деятельности.

Приведем некоторые результаты наших исследований, касающихся образовательной стратегии студентов и выполненных в 2016–2018 гг. в ряде провинциальных российских университетов в Уральском федеральном округе. Они показали не столь широкую распространенность среди студентов образовательной стратегии, как можно было бы (и хотелось) ожидать. Об этом свидетельствуют такие ее характеристики, как позитивная образовательная мотивация и готовность к освоению образовательной программы. Только 55 % студентов имели позитивную образовательную мотивацию, но при этом лишь 15 % из них реализовали это стремление в процессе образования. 40 % студентов данной группы хотели, но не могли успешно учиться, им не хватало для этого знаний и умений из-за слабой школьной подготовки. 45 % респондентов не имели желаний учиться, при этом 30 % из них были готовы к освоению образовательной программы, а 15 % отнесены к категории «необучаемых» студентов.

Такое распределение групп студентов свидетельствует, с одной стороны, о весьма ограниченном доминировании среди них образовательной стратегии, с другой — о наличии немалой части проблемных студентов. По результатам исследования приблизительно 85 % студентов в той или иной мере принадлежали к группе риска по критерию образовательной неуспешности — либо не могли, либо не хотели учиться в университете [Зборовский, Амбарова, 2019, с. 106].

В связи с этим возникает вопрос: как содержательно соотносится образовательная стратегия студентов с другими стратегиями их поведения? Наша гипотеза состоит в том, что в сознании студентов могут отражаться конкурирующие установки и ориентации, даже тогда, когда в явно выраженной поведенческой форме на передний план выходят определенные виды стратегии, названные выше. Личностная структура студента, деятельностная структура студенчества как социальной общности в целом либо ее отдельных групп с трудом может быть представлена вне ее образовательной составляющей. Но изменения в характере современного образования и иных форм регулярной деятельности, возникновение новых образовательных технологий, влияние пандемии коронавируса, пассивное взаимодействие образовательных общностей в этих условиях и другие факторы могут оказать совершенно неожиданные воздействия на поведенческие стратегии студенчества, о которых мы можем только догадываться.

Из сказанного следует постановка проблемы соотношения одной из поведенческих стратегий — образовательной и образовательной успешности/неуспешности студентов. В контексте нашей трактовки образовательной стратегии имеет смысл привести точку зрения сотрудников Центра социологии образования Института социологии РАН:

Образовательную стратегию... мы понимаем как долгосрочный план, позволяющий из текущего состояния перейти в целевое. В подобном определении образовательной стратегии мы находим отражение двух основных компонент: «что я хочу получить» и «как я хочу этого достичь». С одной стороны, мы изучаем содержание и «новые смыслы»: в образовании, привлекательности и престиже профессий, целях и ценностях, мотивации и основаниях выбора дальнейшего пути. С другой стороны, рассматриваем особенности прохождения образовательной траектории: подготовка

к экзаменам, влияние социокультурного, территориального, экономического, институционального и других барьеров [Новые смыслы, с. 100].

Является ли наличие у студентов образовательной стратегии гарантией их образовательной успешности и, соответственно, отсутствие образовательной стратегии — важным фактором их образовательной неуспешности? Другими словами, можно ли говорить о жестких корреляциях между образовательной стратегией и образовательной успешностью/неуспешностью?

Полагаем, что нет. Но есть высокая вероятность определенных зависимостей второй от первой. Наличие определенной связи между образовательной стратегией студентов и их образовательной успешностью/неуспешностью есть важная форма причинно-следственных отношений, которая свидетельствует о значимости изучения проблемы поведенческих стратегий образовательных общностей.

Параллельно может быть поставлена проблема связи между иными (необразовательными) повседневными стратегиями студентов и их образовательной (академической) успешностью/неуспешностью. Это касается профессионально-трудовой, досуговой, социальной, коммуникативной, научной, семейной стратегий и, возможно, еще каких-то, не названных здесь. Мы вполне можем выдвинуть гипотезу о связи этих стратегий поведения студентов с их образовательной успешностью/неуспешностью. Например, реализация какой-то (или каких-то) стратегии может существенно ограничить академическую активность студентов и создать предпосылки их образовательной неуспешности (резкий дефицит времени, экономические и финансовые трудности, необходимость оказания помощи родственникам и т. д.).

Каждая стратегия поведения обладает сложной структурой. Помимо устойчивого комплекса действий (что выше было отмечено в характеристике этого понятия), стратегия поведения образовательной общности включает в себя цель, задачи, мотивацию, потребности, интересы, ресурсы, способы деятельности, формы отношения с другими участниками общности (группы), придерживающимися данной стратегии.

Однако анализ структуры поведенческих стратегий образовательных общностей в контексте поставленной проблематики позволяет ставить вопрос о еще одном ее элементе. Здесь целесообразно предположить, что элементом структуры поведенческой стратегии образовательной общности является человеческий капитал, влияющий на степень успешности в ее осуществлении. От того, как осуществляется накопление человеческого капитала образовательной общностью, зависит успех стратегий ее поведения, причем не только в сфере образования.

Человеческий капитал студентов и проблема его трансфера

Специфика нашего подхода к человеческому капиталу студентов состоит в том, что мы его рассматриваем с позиции их образовательной успешности (подробнее о человеческом капитале и проблеме его трансфера см.: [Зборовский, Амбарова, 2021]). Что собой представляет в этом отношении человеческий капитал

студентов? Это совокупность тесно связанных между собой накопленных студентами (как в довузовский, так и вузовский период жизни) когнитивных и некогнитивных ресурсов, которые позволяют достигать им определенного уровня образовательной успешности. К когнитивным ресурсам мы относим знания, умения, навыки, интегрированные в компетенциях, к некогнитивным — поведенческие и ценностные качества: образовательную мотивацию, потребности, интересы, стремление к достижительности, способность и готовность к профессиональному самоопределению, учебному труду, ценностные ориентации на образование как сферу самореализации.

Человеческий капитал (его качественные и количественные параметры) служит главной характеристикой образовательной общности студентов, отражающей их способность создавать специфическую «добавленную» стоимость — новый уровень знаний, умений, навыков, других свойств, имеющих ценность для самих студентов, представителей иных образовательных общностей и иных социальных субъектов. При этом человеческий капитал является элементом не только образовательной общности студентов, но и ее образовательной стратегии.

Человеческий капитал характеризует как образовательные стратегии студентов, так и более широкие поведенческие стратегии, связанные с реализацией и учебных (образовательных), и социальных функций этой социальной общности. Именно человеческий капитал, его обогащение и накопление создает возможности для конвертации образовательных достижений в социальные и концентрацию их в широко понимаемых поведенческих стратегиях. В этом смысле трансфер человеческого капитала в его восходящем векторе (т. е. обогащение человеческого капитала) — один из основных факторов студенческой успешности.

Человеческий капитал студентов характеризуется неотчуждаемостью от них, способностью к конвертации и самовозрастанию, обладает длительным сроком оборачиваемости, возможностью стабильного роста, но только при условии регулярных инвестиций (самого разного характера) в него. Человеческий капитал студентов имеет свои стоимостные формы — интеллектуальную, денежную, символическую. Особенность этих форм стоимости капитала университетской молодежи определяется способностью к конвертации в академические и социальные достижения, местом вузовского образования в системе общественных ценностей, возможностью порождения синергетических эффектов.

Формирование ресурсов, составляющих человеческий капитал студентов, происходит в процессе их самой разнообразной интеллектуальной, прежде всего образовательной, деятельности и образовательного взаимодействия с другими вузовскими общностями — научно-педагогическими и управленческими работниками путем освоения предоставляемых им возможностей и услуг в различных сферах университетской жизни. Эти ресурсы, как было отмечено выше, являются сами элементом поведенческой стратегии студентов.

Человеческий капитал студентов формируется также за счет элементов других его видов — капитала здоровья, культурного, нравственного, социального капитала. Это сопряженные, но не тождественные друг другу виды капитала. Между тем в образовательной деятельности некоторые ресурсы капитала здоровья,

нравственности, культуры, социальных связей выступают важными предикторами образовательной успешности. Поэтому мы рассматриваем их как часть человеческого капитала студентов и его трансфера.

Физическое, психическое здоровье изначально определяет шансы студента достичь состояния образовательной успешности. Этот ресурс человеческого капитала влияет на результаты его образовательной деятельности на протяжении всего образовательного цикла. Значение ресурсности социальных связей, включенности в социальные сети, уровня общей культуры и уникальных культурных навыков для достижения высокой эффективности в образовании нельзя недооценивать.

Это же касается и морально-нравственных качеств студента, его приверженности традиционным этическим нормам, которые определяют уровень культуры его учебного труда, взаимодействия с другими представителями образовательных общностей, умение противостоять соблазнам академического мошенничества. Высокий уровень культуры, соблюдение норм публичного поведения, приобретенные вне сферы образования социальные связи и отношения формируют ценностные и мотивационные механизмы накопления когнитивных ресурсов у студентов. Кроме того, такое понимание может обеспечить изучение трансформации человеческого капитала образовательных общностей в процессе его трансфера в системе образования.

Одна из функций этого трансфера заключается в интеграции образовательной деятельности и ее результатов с другими видами жизненной активности студентов. Благодаря данному механизму осуществляется конвертация образовательной успешности в социальную и профессиональную успешность.

Такое видение сущности и структуры человеческого капитала образовательных общностей обеспечивает понимание целостности рассматриваемого феномена и взаимосвязанности его ресурсов. Без хорошо сформированных предметных компетенций невозможно построить эффективную образовательную коммуникацию со сверстниками и педагогами, и наоборот, эффективная коммуникация способствует формированию необходимых компетенций.

Трансфер человеческого капитала студентов вузов в системе образования представляет собой движение ресурсов, накопленных ими на предыдущей ступени образования, с целью дальнейшего их обогащения, развития, капитализации. Треки трансфера человеческого капитала студентов сформированы: 1) их предшествующим образованием в школе и колледже, переходом в процессе этого образования с одного уровня на другой; 2) поступлением выпускников школ в колледжи и вузы и далее их выходом на рынок труда; 3) выходом выпускников школ на рынок труда или поступлением в вузы, после их окончания — на рынок труда.

Названные образовательные треки российских студентов хорошо изучены в эмпирическом плане отечественными социологами [Чередниченко]. Специфика и новизна нашего исследования заключается в том, что мы рассматриваем движение человеческого капитала в контексте проблемы образовательной (не)успешности. Это означает возможности выделения двух векторов трансфера — позитивного и негативного. В первом случае достигается запланированный

результат — обогащение человеческого капитала, достижение такого его качества, которое удовлетворяет потребностям как его носителей (студентов), так и потребителей (работодателей, общество, государство). Во втором случае результатом становится стагнация и истощение человеческого капитала, в конечном счете — его обесценивание. Наше исследовательское внимание направлено на поиск возможностей преодоления действия этого негативного вектора.

Заключение

Завершая характеристику поведенческих стратегий образовательных общностей в условиях трансфера их человеческого капитала, хотелось бы отметить, что сказанное — лишь начало изучения поставленной проблемы. Одна из задач предложенного материала состояла в том, чтобы с его помощью конкретизировать на эмпирическом уровне отдельные аспекты проблемы поведенческих стратегий студенчества и способствовать осуществлению их операционализации. Другая задача заключалась в том, чтобы показать возможность изучения поведенческих стратегий иных образовательных общностей — старшекласников, студентов колледжей. Третья задача, решение которой связано с выходом за границы авторского подхода, — обратить особое внимание (большее, чем в данной работе) на поведенческие стратегии образовательно неуспешного студенчества и роль трансфера человеческого капитала как фактора преодоления его неуспешности.

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

Абульханова-Славская К. А. Стратегия жизни. М., 1991. 299 с.

Зборовский Г. Е., Амбарова П. А. Мечта о хорошем образовании: противоречия развития образовательных общностей в российских университетах // Мир России. 2019. Т. 28, № 2. С. 98–124.

Зборовский Г. Е., Амбарова П. А. Переход образовательных общностей от неуспешности к успешности в процессе трансфера их человеческого капитала // Мир России. 2021. № 1. (В печати).

Новые смыслы в образовательных стратегиях молодежи: 50 лет исследования. М., 2015. 252 с.

Современный философский словарь. Лондон; Франкфурт-на-Майне; Париж; Люксембург; Москва; Минск, 1998. 1064 с.

Управление стратегиями поведения городских общностей: проблемы и возможности. Екатеринбург, 2014. 200 с.

Чердиченко Г. А. Образовательные и профессиональные траектории российской молодежи (на материалах социологических исследований). М., 2014. 560 с.

Duguet A., Le Mener M., Morlaix S. The key predictors of success in university in France: What are the contributing factors and possible new directions in educational research? // International Journal of Higher Education. 2016. № 5 (3). P. 222–235.

Perez J. B., Benito S. M. R. University student's employment and labor placement // Revista de Educacion. 2020. Vol. 390. P. 29–51.

Статья поступила в редакцию 18.12.2020 г.

**ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ
В ИСПОЛЬЗОВАНИИ КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В РАБОТЕ СО СТУДЕНТАМИ ИЗ СТРАН ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ
(по итогам социологического исследования)***

В статье проведена систематизация и спецификация сложившихся коммуникативных технологий, используемых екатеринбургскими вузами, общественными и государственными институтами в целях адаптации студентов к академической и культурной среде. В исследовании задействованы группы методов, с помощью которых были раскрыты особенности использования коммуникативных технологий университетами, общественными и социальными институтами при взаимодействии со студентами из стран Центральной Азии, а также их последующей адаптации к учебной, социальной и культурной среде в целом.

К л ю ч е в ы е с л о в а: коммуникативные технологии; социальные сети; иностранные студенты; Центральная Азия; межкультурная коммуникация

В настоящий период в каждой из областей человеческого уклада информация рассматривается как необходимая составляющая для принятия решений, формирования и реализации стратегий [Емельянова]. Особую роль коммуникативные процессы играют в образовательной сфере, в частности, при работе с иностранными гражданами. Речь идет об использовании вузами определенных коммуникативных технологий, связанных с разработкой, последовательным внедрением актуальных образовательных программ, которые должны удовлетворять спрос иностранных студентов.

Немаловажное значение в сфере образования в том числе имеет вопрос, касающийся поддержки и развития межкультурной коммуникации в целях формирования и поддержания положительного имиджа и репутации конкретного вуза, усиления привлекательности университетов для иностранных студентов. Для достижения данных задач используются коммуникативные технологии, грамотное применение которых может вывести взаимодействие между различными целевыми группами (университетами и иностранными гражданами) на качественно новый уровень.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-011-00471.

ЮФЕРЕВА Анастасия Сергеевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Уральского федерального университета (e-mail: a.s.iufereva@urfu.ru).

КУХАРЕНКО Юлия Сергеевна — студент кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Уральского федерального университета (e-mail: kuharenko0151@gmail.com).

© Юферева А. С., Кухаренко Ю. С., 2021

В настоящей статье на материалах эмпирического исследования рассматриваются основные определения понятия «коммуникативные технологии», выясняется специфика использования коммуникативных технологий вузами, общественными и государственными институтами при работе с иностранными студентами.

Анализ литературы позволил выделить несколько направлений, в рамках которых отмечаются разные подходы к пониманию коммуникативных технологий в образовательной сфере. Первая группа российских авторов [Борщевская; Емельянова; Информационные технологии...] анализируют тактики, стратегии, принципы и алгоритмы применения коммуникативных технологий в области оказания образовательных услуг (колледжи и университеты), раскрывают специфические особенности использования данных технологий при организации лекций и семинаров, а также уточняют содержание наиболее распространенных среди преподавателей коммуникативных технологий в процессе проведения занятий. В работах второй группы исследователей [Вылегжанина; Потеряева] системному осмыслению подлежат перспективы использования инновационных коммуникативных технологий с точки зрения внедрения прогрессивных информационных и технических средств. В исследовательском фокусе оказывается вопрос владения соответствующими навыками, умениями, компетенциями при работе с этими технологиями.

Анализируются вопросы использования социальных сетей как одного из инструментов коммуникативных технологий, обобщаются и систематизируются функциональные возможности этих платформ, а также проводится спецификация «цифровых» тактик и стратегий в процессе взаимодействия со студентами [Савзиханова; Патаракин, Ярмахов].

В трудах других ученых [Антонова; Моднов, Ухова; Рябов; Янкина] изучаются аспекты, связанные с определением места и роли социальных сетей в процессе адаптации иностранных студентов к образовательной среде. В работах исследователей [Болдырева, Болдырев, Белошицкая; Дашук; Уткина; Chun, Poole; Cree; Dipeolu, Kang, Cooreg] анализируются вопросы, имеющие отношение к разработке контентной политики в социальных медиа – официальных пабликах вузов, к приемам и методам установки обратной связи с иностранными студентами в сети Интернет.

Рассмотрев основные трактовки понятия «коммуникативные технологии», а также подходы к осмыслению данного феномена, считаем целесообразным предложить следующее определение понятия: под коммуникативными технологиями в образовательной сфере понимается ряд приемов и методов, которые способствуют реализации процессов формирования мировоззрения, воспитания и социализации.

Коммуникативные технологии реализуются в следующих формах: информационная (тактики и стратегии, используемые в рамках учебной и научной деятельности), событийная (организация и проведение фестивалей, спортивных мероприятий и др.), а также технологическая (работа вузов в социальных сетях).

В рамках данной статьи внимание авторов будет сосредоточено на проблеме использования коммуникативных технологий в контексте образовательной, социальной и культурной адаптации иностранных студентов.

Исследование было сфокусировано на студентах из стран Центральной Азии, так как, по данным Федеральной службы государственной статистики, в российских университетах среди иностранных студентов это самая многочисленная группа (на начало 2018/19 уч. г. доля студентов из стран Центральной Азии составляла 57,5 %).

Цель исследования, которое было проведено авторским коллективом, заключалась в следующем: выявить и систематизировать коммуникативные технологии, используемые екатеринбургскими вузами, а также общественными и государственными институтами. Коммуникативные технологии изучались в контексте следующих направлений: коммуникация в образовательной сфере (проведение лекций и семинаров; изучение русского языка как иностранного; организация системы репетиторства в вузах и др.), событийная активность (фестивали, спортивные мероприятия и др.), коммуникативная активность в интернете (использование социальных сетей).

Метод исследования — экспертный опрос, который проводился в два этапа: в феврале — марте 2019 г. ($n = 9$) и в мае — июне 2020 г. ($n = 15$).

На первом этапе была собрана информация о коммуникативных технологиях вузов (Уральский федеральный университет (УрФУ), Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ), Уральский государственный педагогический университет (УрГПУ), Уральский государственный горный университет (УГГУ)), которые применяются при работе со студентами из стран Центральной Азии, мнения экспертов о привлекательности российского образования для этой группы студентов и о легкости или сложности их интеграции в принимающее сообщество.

Второй этап был посвящен выявлению наиболее эффективных коммуникативных технологий в работе со студентами из стран Центральной Азии как с точки зрения их интеграции в образовательный процесс, так и с точки зрения их культурной и социальной интеграции в принимающее сообщество.

В качестве экспертов были привлечены сотрудники международных служб университетов, которые ответственны за адаптацию иностранных студентов, и преподаватели екатеринбургских вузов (преподаватель направления «Реклама и связи с общественностью» УрФУ, преподаватель направления «Туристический бизнес и гостеприимство» УрГЭУ и преподаватель кафедры теологии УГГУ), работающие с иностранными студентами; руководители студенческих организаций и ассоциаций при вузах, связанных с национальными культурами или работающих с иностранными студентами; главы вузовских землячеств (землячество Казахстана, Узбекистана, Таджикистана, Кыргызстана, Туркменистана); представители общественных организаций, работающие со студентами из данного региона (Российский союз молодежи, Ассоциация иностранных студентов в Екатеринбурге, консульство Узбекистана и Кыргызстана); главный специалист департамента информационной политики Свердловской области.

В круг основных рассматриваемых вопросов вошли следующие: коммуникативные технологии, используемые при работе со студентами из стран Центральной Азии, и оценка их эффективности; перспективы использования новейших коммуникативных технологий; приемы и способы, используемые в целях привлечения

внимания абитуриентов из стран Центральной Азии к екатеринбургским вузам; изучение культурной адаптации студентов из стран Центральной Азии к российской среде.

Выбранный подход позволил изучить коммуникативную деятельность екатеринбургских вузов, общественных и государственных организаций при работе с иностранными студентами из стран Центральной Азии.

Целесообразно начать с анализа использования коммуникативных технологий екатеринбургскими вузами.

На первом курсе, когда студенты из стран Центральной Азии только начинают учиться, вузы организуют ряд мероприятий: лекции и семинары, которые направлены на то, чтобы сформировать у студентов первичное представление об университетской жизни с точки зрения организации учебного процесса, о предлагаемых университетами возможностях (академическая мобильность, стипендиальные программы, конкурсы, научная деятельность и др.), а также дать базовое понимание основ русской культуры (сюда относится знакомство с нормами и правилами поведения в российском обществе, с русскими праздниками, традициями). На данном этапе проводились такие мероприятия, как неделя первокурсника, различные экскурсии (научно-популярные квесты в городе, посещение музеев и выставок и др.), а также административные мероприятия (освещение особенностей пользования банковскими услугами, постановка на миграционный учет и др.). Студенты имели возможность познакомиться с однокурсниками, узнать больше о городе и русской культуре.

Кураторство, наставничество, землячество также относятся к коммуникативным технологиям, которые активно применяются екатеринбургскими вузами. Так, кураторы рассказывают студентам о деталях образовательного процесса, возможностях принять участия в различных мероприятиях вуза, а также стать частью команды той или иной вузовской ассоциации. Землячества помогают в решении самых разных вопросов, которые могут касаться финансовых трудностей, проблем с успеваемостью и др.

На протяжении всего периода обучения екатеринбургские вузы организуют культурные, спортивные, образовательные мероприятия.

Культурные мероприятия необходимы для того, чтобы познакомить студентов из стран Центральной Азии с российской культурой (празднование Масленицы, Крещения и др.), а также дать им возможность представить свою культуру в рамках различных событий (например, фестиваль культур «Вокруг света за семь дней»). В ряде вузов предусмотрены творческие кружки, в которых иностранные студенты поют русские песни на своем родном языке, вышивают, готовят русские и свои национальные блюда.

Спортивные мероприятия также популярны среди студентов из стран Центральной Азии. Представители вузов подчеркивали, что студенты сами проявляют инициативу в организации и проведении турниров по футболу, баскетболу и другим видам спорта.

Среди образовательных технологий эксперты выделили следующие: бесплатные курсы по изучению русского языка; обучение на подготовительном

факультете перед поступлением на желаемое направление (обучение русскому как иностранному); опция «Репетитор», которая позволяет студентам изучать те или иные предметы под руководством волонтеров.

Теперь перейдем к рассмотрению коммуникационной активности вузов в сети Интернет. Наиболее эффективным инструментом считается социальная сеть «ВКонтакте», используемая для создания специальных сообществ, в которых публикуется информация, связанная как с обучением, анонсированием и итогами мероприятий, так и с решением ряда задач (получение страховки, оформление гражданства РФ и др.). Социальная сеть «ВКонтакте» позволяет создать «диалог» для оперативного взаимодействия со студентами и решения насущных вопросов. В дополнение к этому представители университетов отметили, что они ведут работу в таких сетях, как Facebook, Instagram, которые также используются для публикации актуального контента для студентов из стран Центральной Азии.

Общественные и государственные институты, которые ответственны за работу со студентами из стран Центральной Азии и коммуникацию с представителями из этих стран, выстраивают свою деятельность на круглогодичной основе. При этом формат мероприятий и время их проведения практически совпадает с форматом и временем мероприятий, которые организуются вузами.

В начале нового учебного года представители организаций проводят ознакомительные встречи в университетах со студентами из стран Центральной Азии, где они презентуют цели и задачи своей организации, рассказывают, решением каких вопросов они занимаются, в каких мероприятиях студенты могут принять участие. Как правило, направленность мероприятий зависит от специализации общественного и государственного института.

Если рассматривать организации по национальному признаку (ассоциации, диаспоры, консульства и др.), то приоритет в них отдается проведению национальных праздников (к примеру, «Наурыз»), литературных вечеров, конкурсов и вовлечению студентов из стран Центральной Азии к участию в них.

Другие социальные институты, которые ответственны за работу с молодежью Екатеринбурга в целом (ассоциации иностранных студентов г. Екатеринбурга, Российский союз молодежи), используют комплексный подход в проведении и организации мероприятий. Среди ключевых направлений отмечаются следующие: национальные мероприятия с привлечением большого количества стран, включая страны Центральной Азии; участие в творческой деятельности, общественно-политических проектах, добровольческой деятельности, международных студенческих обменах; организация и проведение научных конференций, благодаря которым у студентов есть возможность публиковать научные статьи (например, «Российская студенческая весна стран ШОС»), а также участвовать в международных, образовательных проектах.

Как подчеркнули эксперты, для установления коммуникации со студентами из стран Центральной Азии в интернете используется социальная сеть «ВКонтакте», а также мессенджеры «WhatsApp» и «Telegram». Выбор последних специалисты обосновывали тем, что приехавшие в Россию студенты, как правило, не имеют аккаунтов в социальной сети «ВКонтакте», так как данная

сеть не пользуется широкой популярностью в странах Центральной Азии. Поэтому для оперативной связи выбраны мессенджеры. Кроме этого вовлекаются и другие площадки — Facebook, Instagram, YouTube. Что касается направлений публикуемых сообщений, то контентная политика является сходной с контентной политикой вузов: анонсирование мероприятий; публикация отчетных материалов с мероприятий (фотографии, видео); сообщения, касающиеся сферы гуманитарной помощи.

Подводя итог, можно утверждать, что у екатеринбургских вузов, общественных и государственных институтов существуют сложившиеся коммуникативные технологии. Об этом свидетельствуют целенаправленность, планомерность, системность и технологичность этой деятельности. С помощью двухстороннего обмена информацией решаются такие социально значимые задачи, как социальная и культурная адаптация иностранных студентов из стран Центральной Азии в вузовскую среду и в принимающее сообщество в целом.

Антонова Н. В. Социальные сети иностранных студентов: китайские студенты в российском вузе // Вестн. Удмурт. ун-та. Социология. Политология. Международные отношения. 2018. Т. 2, № 3. С. 282–287.

Болдырева С. Ю., Болдырев Р. Ю., Белошицкая Н. В. Роль федерального университета в реализации концепции «мягкой силы» Российской Федерации в Центральной Азии (на примере Северного (Арктического) федерального университета имени М. В. Ломоносова) // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. 2020. Сер. 4. Т. 25, № 2. С. 223–232.

Борщевская И. П. Информационно-коммуникативные технологии в образовании // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2014. № 1. С. 119–122.

Вылезжанина И. А. Тестирование как технология контроля качества самостоятельной работы студентов вуза // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 5. URL: <http://www.science-education.ru/111-10685> (дата обращения: 19.11.2020).

Дашук И. Н. Проблемы социальной адаптации иностранных студентов России и США // Образование и общество. 2017. № 2–3. С. 24–30.

Емельянова О. Б. Информационно-коммуникативная среда обучения русскому языку и ее реализация в аграрном вузе // Современное педагогическое образование. 2020. № 1. С. 27–29.

Иванов С. А., Опекун О. С. Роль информационно-коммуникативных технологий в формировании и развитии информационного общества // Изв. АлтГУ. 2013. № 4 (80). С. 283–286.

Информационные технологии в сфере образования / В. П. Кулагин, В. В. Найханов, Б. Б. Овезов и др. М., 2004. 248 с.

Моднов С. И., Ухова Л. В. Проблемы адаптации иностранных студентов, обучающихся в техническом университете // Ярослав. пед. вестн. 2013. № 2. С. 111–115.

Патаракин Е. Д., Ярмахов Б. Б. Веб 2.0 — управление, изучение и копирование // Образовательные технологии и общество. 2007. № 2. С. 245–258.

Потеряева О. Б. Инновационные коммуникативные технологии как инструмент реализации политики в области образования // Проблемы современного педагогического образования. 2018. № 4. 61–3. С. 215–217.

Рябов П. А. Социальные сети как инструмент адаптации иностранных студентов в российских вузах // Проблемы эффективности и безопасности функционирования сложных технических и информационных систем : сб. по итогам XXXVII Всерос. конф. Серпухов, 2018. С. 263–267.

Савзиханова С. Э. Социальные сети как инструмент социокультурной модернизации образования // Креативная экономика. 2013. Т. 7, № 9. С. 97–104.

Уткина Е. А. Эффективность адаптации иностранных студентов (по материалам контент-анализа социальных сетей) // Культурные инициативы : материалы 52-й Всерос. науч. конф. молодых исследователей. Челябинск, 2020. С. 114–116.

Янкина Н. В. О роли социальных сетей в адаптации иностранных студентов к новой образовательной среде // Изв. Саратов. ун-та. Новая серия. Сер. : Философия. Психология. Педагогика. 2019. Т. 19, вып. 4. С. 465–468.

Chun J., & Poole D. Conceptualizing stress and coping strategies of Korean social work students in the U. S.: A concept mapping application // Journal of Teaching in Social Work. 2009. № 29. P. 1–17.

Cree V. E. I'd like to call you my mother: Reflections on supervising international PhD students in social work // Social Work Education. 2012. № 31. P. 451–464.

Dipeolu A., Kang J., & Cooper C. Support group for international students: A counseling center's experience // Journal of College Student Psychotherapy. 2007. № 22. P. 63–74.

Статья поступила в редакцию 16.11.2020 г.

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.023
УДК 070.1:334.758.4 + 316.774 + 004.032.6

С. С. Распопова

ОСОБЕННОСТИ МОНЕТИЗАЦИИ В КАЧЕСТВЕННЫХ СМИ

В статье рассматриваются особенности монетизации в качественных российских СМИ, которые представляют собой медиапредприятия, ориентированные на получение возможной прибыли от своей деятельности, поскольку сегодня информация является товаром. С учетом того, что сфера медиабизнеса не совсем вписывается в традиционное понимание экономических процессов, важно уточнить, чем информация отличается от обычного товара и могут ли гармонично существовать общественные и рыночные интересы в современной медиаиндустрии.

Ключевые слова: монетизация; медиаиндустрия; журналистская информация; СМИ; бизнес-модель

Медиаиндустрия в последнее время превратилась в быстро развивающийся бизнес и стала представлять научно-теоретическую задачу. Сегодня вопрос о монетизации СМИ рассматривается бизнес-консультантами и теоретиками менеджмента СМИ: В. Д. Марковой, Л. Боссида и Р. Чаран, Д. Дебелак, С. М. Гуревичем, И. Н. Деминой, В. Л. Иваницким и др. [Боссида, Чаран; Гуревич; Дебелак; Иваницкий; Маркова]. Исследователи при разности подходов приходят к выводу, что медиа представляют собой рыночную организацию, которую можно рассматривать с учетом всех бизнес-процессов.

Современные медиапредприятия ориентированы на получение возможной прибыли от своей деятельности, поскольку для них информация — это товар. Однако сфера медиабизнеса не совсем вписывается в традиционное понимание экономических процессов. Это связано с тем, что информация отличается от обычного товара. По мнению экономиста и лауреата Нобелевской премии по экономике

РАСПОПОВА Светлана Сергеевна — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций Высшей школы печати и медиаиндустрии Московского политехнического университета (e-mail: scpmiass@mail.ru).

© Распопова С. С., 2021

Кеннета Эрроу, одну и ту же информацию можно продавать много раз, в то время как обычный товар продается только один раз [Эрроу].

С. М. Гуревич рассматривал производство информации как разновидность духовного производства. «Журналистская информация имеет двойственную природу. С одной стороны, это продукт духовного производства, создаваемый с целью воздействия на сознание человека, побуждение его к определенной деятельности, изменения его представлений о мире или просто для лучшей его ориентации в его жизненных ситуациях, в которых он находится. Но, с другой стороны, эта информация поступает на рынок и становится товаром» [Гуревич]. По мнению исследователя, информация, как и всякий товар, обладает потребительской стоимостью и просто стоимостью. Стоимость означает, что информация удовлетворяет информационную потребность ее покупателя.

Вместе с тем СМИ являются социальным институтом, который формирует общественное мнение, поэтому рассматривать особенности функционирования медиа без анализа процессов экономики и бизнеса и одновременно общественной значимости информации невозможно. Вопрос согласованности СМИ и бизнеса становится предметом многочисленных дискуссий. В контексте сказанного для нас представляется важным выяснить, какие формы монетизации позволяют гармонично сосуществовать общественным и рыночным интересам в современной медиаиндустрии.

Монетизация – это процесс конвергенции чего-либо в законное платежное средство. Традиционно экономическая цепочка по привлечению прибыли в СМИ выглядела так: «контент – аудитория – рекламодатель – прибыль», но с развитием интернета произошли серьезные изменения. Как отмечает Е. Л. Варганова, информация все больше приобретает свойства потребительских товаров, основные секторы экономики оказываются связанными с сектором информационно-коммуникационных технологий, само потребление в значительной степени перемещается в сферу информации и коммуникации [Варганова]. Контент начинает выступать как продукт, ценность которого определяется покупательским спросом и состоянием рынка СМИ. На место рекламной и подписной моделей прессы приходит платная подписная модель, базовым принципом которой является готовность читателя платить за информацию. Paywall как платный доступ к контенту становится востребованным аудиторией качественных СМИ.

Анализ бизнес-моделей российских СМИ (деловая газета «Ведомости» и телеканал «Дождь», журнал «Сноб», новые медиа «VTimes», «Важные истории») позволил выявить такие формы монетизации, как тематические приложения, клубная работа с аудиторией, краудфандинг, которые являются эффективным способом дополнительного, а в ряде случаев – и основного финансирования для СМИ и возможностью реализовать общественные функции.

Сошлемся на А. Мирошниченко, который считает, что подписная модель в СМИ традиционно была основана на отсутствии информации у людей, а рекламная – на отсутствии у рекламодателя прямого доступа к аудитории. Теперь СМИ надо научиться работать в ситуации, когда оба дефицита исчезли [Мирошниченко].

Говоря о новых реалиях времени, в которых функционируют медиа сегодня, отметим, что в доцифровую эпоху основными источниками дохода СМИ были подписка и реклама, благодаря которым мировые медиамагнаты смогли войти в элиту и оказать влияние на политические и экономические процессы, наряду с крупными финансистами и политиками. Это происходило потому, что средства массовой информации продавали своей аудитории контент, а потом «продавали эту публику рекламодателю». Как отмечает А. Мирошниченко, такая двойная продажа могла быть оправдана только одним обстоятельством — конъюнктурой рынка [Мирошниченко].

В эпоху развития интернета контент производится не только журналистами, его создателями становятся многочисленные субъекты информационного пространства — от блогеров до авторов текстов нишевых медиа. Этот контент и его редакция имеют разное качество, но благодаря вирусному распространению отвечают релевантным интересам аудитории. Находясь в новых условиях, когда СМИ потеряли прежнюю монополию на информацию и на прибыль от ее продажи, они начинают повышать качество своего контента. Так, например, в печатной и онлайн-версии деловой газеты «Ведомости» новость перестала быть доминирующим текстом и главным драйвером покупок. Объясняется это тем, что новость всегда можно переписать. «Она моментально разлетается по новостным ресурсам — и не совсем понятно, за что людям платить, даже если новость журналисты издания сами написали. Эксклюзивами газеты стали колонки, мнения людей, объясняющие заметки» [Распопова, 2019].

На место рекламной и подписной моделей прессы пришла платная подписная модель, которая реализуется в новых условиях, когда у людей есть прямой доступ к информации, а у рекламодателей — прямой доступ к аудитории. СМИ начинают учиться работать в ситуации, когда оба дефицита исчезли. Базовый принцип подписной платной модели: читатель готов платить за информацию. Здесь речь идет о paywall, платном доступе к контенту, который может быть разовым и подписным. Делая подписку, аудитория оплачивает тем самым качество контента. В России телеканал «Дождь» стал первым каналом, который платно вещает в интернете. Использование платной подписки исследователи трактуют по-разному. Так, основатель рунета Антон Носик рассматривал перевод новостных и телевизионных сайтов на платную основу неудачной практикой. «К великому сожалению, успешной модели издания с платным контентом в интернете нам до сих пор никто не предъявил. Если руководители телеканала “Дождь” действительно думают, что плата за материалы позволит вывести на другой уровень доходные строчки в бюджете компании, то их ждет очень серьезное разочарование» (цит. по: [«Дождь» рискует...]).

Однако со временем бизнес-модель «Дождя» показала, что у платной подписной модели есть будущее, но с учетом политической и коммерческой ситуации. По мнению Андрея Новикова-Ланского, «“Дождь” таким образом собирает вокруг себя вполне определенную аудиторию, которая будет платить не столько за контент, сколько за причастность к определенному политическому тренду» (цит. по: [Лебедева]).

Газета «Ведомости» является вторым СМИ, которое перешло в России на платную подписную модель. Это стало возможно во многом благодаря информационным потребностям аудитории газеты, ядро которой составляют до 80 % топ-менеджеры и руководители компаний. Во-первых, эта аудитория может платить за информацию, во-вторых, ей нужен контекст, который бы отвечал всем требованиям качественной прессы: экспертиза ведущих аналитиков, в том числе международных спикеров и экспертов, высокий уровень комментария экономических и бизнес-процессов в стране и мире, а также актуальность обсуждаемых вопросов. Надо сказать, что платным подписчикам в зависимости от их желаний «Ведомости» показывают или не показывают рекламу в онлайн. Может быть дан только один красивый рекламный баннер, а могут всплывать рекламные окна.

Эффективной формой монетизации СМИ являются тематические приложения, которые представляют собой способ дополнительного финансирования и возможность реализовать средствам массовой информации свои общественные функции. Это связано с тем, что они обращены к определенной целевой аудитории, рекламная информация для которой имеет адресное значение. Тематика приложений, как правило, близка содержанию изданий, например, «Автомобили», «Отдых», «Недвижимость». Так, газета «Ведомости» совместно с компаниями разрабатывает конкретную тему, например, посвященную экологической ответственности. Компании становятся участниками тематической дискуссии и спонсируют выход специального выпуска на платформе «Ведомостей», посвященного данной теме.

Сегодня в российском медиапространстве активно развивается также клубная работа СМИ с аудиторией. Первопроходцами в организации клубной работы с аудиторией были британские и американские СМИ. Газета Guardian членам клуба, который был создан на базе издания, предложила различные мероприятия общественного и культурного характера: встречи, семинары, концерты, которые проходили в специальном помещении бывшего вокзала в центре Лондона. В 2016 г. The New York Magazine переформатировала свою подписку на издание в клубную подписку. Читателям были предложены подписные услуги: доступ к закрытым разделам издания, встречи с журналистами и редакторами, присутствие на планерках и экскурсии в редакцию. А газета The New York Times выстроила со своими читателями партнерские отношения: открыла для аудитории конференц-коллы своих редакторов с авторами, создавая на их основе подкасты. Подписка как таковая была заменена клубными членскими взносами.

Клубная работа направлена на вовлечение читателей в редакционный процесс, они могут выступать в роли спонсоров, а также членов клуба. Цель — создать некую единую команду людей с определенными ценностями. Для этого, например, телевизионный канал «Дождь» предоставляет своим подписчикам посещение своих мероприятий, которые транслируются на канале (эфир, концерты, экскурсии, ток-шоу, лекции, встречи с ведущими). Концепция клубной работы: прибыль не должна быть доминирующей ценностью, важны отношения с читателями. Гендиректор «Дождя» Наталья Синдеева о работе с аудиторией говорит: «У нас есть проект “Все разные, все равные”. Мы взяли на работу Женю

Воскобойникову, которая незадолго до этого попала в аварию. Мы пригласили ее в Москву из Воронежа, хотя она никакого отношения к журналистике не имела. Она приехала и уже шесть лет работает на “Дожде”. Сегодня мы четко осознаем, как важно заниматься интеграцией инвалидов в общество. Это важно и для общества, и для инвалидов. Мы начали заниматься просветительской деятельностью, проводили различные акции, строили пандусы, проверяли Москву на комфортность для инвалидов и трудоустраивали их» (цит. по: [Распопова, 2016]).

Клубная работа, цель которой — формирование друзей издания, стала приоритетным направлением новых медиа, у которых кроме читательской аудитории отсутствуют институциональные и иные инвесторы. Так, например, VTimes приглашает своих читателей участвовать в создании материалов, находясь в постоянном контакте с журналистами издания. Деньги частных жертвователей и некоммерческих организаций становятся для издания основным источником финансирования.

Сегодня СМИ становится все сложнее быть эффективными в финансовом плане, потому что они функционируют в эпоху трафика. Вместе с тем качество контента остается залогом их репутации в глазах рекламодателей, которые, как правило, понимают, на какую площадку они заходят и что издание из себя представляет. Приведем в пример газету «Ведомости», которая остается привлекательной для бизнеса благодаря стандартам проверки информации, сильным традициям. «Ведомости» ищут новые формы монетизации и диверсификации себя финансово: сервисные истории, новые вакансии, доставка газет вместе с едой. Активизация целевой аудитории с учетом бизнес-интересов СМИ выражается и в том, что читателям предлагается высказать свои суждения по разным поводам. К примеру, журнал «Сноб» сделал для читателей платной возможностью комментариев материалов. Оставить свое мнение под статьей могут только обладатели платного аккаунта. Но даже членский взнос не гарантирует того, что за некорректное поведение пользователь не сможет быть заблокирован.

В последнее время в России для многих СМИ неподцензурная информация о стране и бизнесе становится невозможной. Это приводит к тому, что возникают новые медиа, капитализация которых определяется самими журналистами, работавшими долгое время в качественных СМИ. Так возник «VTimes», объединив бывших журналистов газеты «Ведомости». «Мы хотим взять лучшее, что было в старых “Ведомостях” с точки зрения отношения к фактам и общения с источниками. При этом нам важно учесть потребности новой, в том числе более молодой аудитории», — так охарактеризовал новый проект журналист Александр Губский. Издание отказалось от платной подписки и свою капитализацию старается осуществлять с помощью краудфандинга. Технологию краудфандинга также взяли за основу создатели издания «Важные истории», журналисты которого в разные годы работали в «Новой газете». «Краудфандинг — это механизм коллективного финансирования проектов, при котором деньги на создание нового продукта поступают от его конечных потребителей» [Что такое краудфандинг].

Как полагает А. С. Сумская, краудфандинговый проект оказывается жизнеспособен, когда он несет в себе идею, способную привлечь большое число народных

меценатов, имеет конкретную цель, осязаемый результат (построить, разработать, выпустить, напечатать и пр.), конкретные сроки выполнения проекта в случае привлечения необходимой суммы, конкретный период сбора денег на проект, детально разработанную информационную кампанию, которая реализуется в процессе сбора денег [Сумская]. Надо сказать, что феномен краудфандинговых проектов хорошо изучен в России. Однако практика постоянно вносит свои коррективы в его исследования.

Анализ опыта использования краудфандинга в новых медиа, таких как «VTimes» и «Важные истории», позволяет дополнить факторы эффективности краудфандинга, разработанные А. С. Сумской. К ним мы в первую очередь относим репутацию журналистов, которые собирают деньги на создания нового медиа. Так, интерес аудитории к «VTimes» был существенным уже в первые месяцы функционирования нового издания, что объясняется репутацией качественной газеты «Ведомости», идейным продолжением которой называют себя журналисты «VTimes». Прежде всего это выражается в близости этико-технологических норм этих изданий: редакционного стандарта «Догмы» газеты «Ведомости» и «Принципов» — «VTimes»: честная журналистика; только важное; смотрим без розовых очков и без пессимизма; открытость миру; внимание к глобальным вызовам и трендам; площадка для дискуссий; клуб друзей издания; прозрачность как залог доверия [VTimes].

Сделать новое качественное медиа коммерчески перспективным можно, только следуя принципам «честной журналистики», которые способны оправдать ожидания читательской аудитории. В современном мире информация и экономика тесно связаны между собой, а в функционировании информации экономика играет ведущую роль. Вместе с тем наиболее продуктивна только та бизнес-модель СМИ, контент публикаций которой обладает своей уникальностью и общественной значимостью. Только в этом случае он имеет высокий вирусный потенциал и распространяется самими пользователями, что, в свою очередь, приводит к расширению аудитории. СМИ стали бизнесом и начали производить информацию как товар, но информация кроме своей стоимости и себестоимости имеет общественную значимость, которую она обретает и реализует только в общении с аудиторией.

Как видим, рассмотренные выше формы монетизации, как то: платная подписка, тематические приложения, клубная работа с аудиторией, краудфандинг, могут быть эффективны прежде всего в качественных СМИ. Это обусловлено тем, что их аудитория представляет собой социально активных граждан, которые осознают для себя ценность качественной информации и готовы за нее платить. Таким образом, монетизация в качественных российских СМИ эффективна при совмещении их общественных и рыночных интересов.

Вартанова Е. Л. Медиаэкономика в информационном обществе // Информационное общество. 2005. № 1. С. 23–27.

Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ : учеб. пособие для вузов. М., 2004.

Дебелак Д. Бизнес-модели: принципы создания процветающей организации. М., 2009.

«Дождь» рискует, делая видео на сайте платным // Би-би-си. Русская служба. 2013. 23 апр. URL: http://www.bbc.co.uk/russian/business/2013/04/130423_tvrain_paid_subscription (дата обращения: 01.11.2020).

Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ. М., 2010.

Лебедева Б. В. Проблемы монетизации контента // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2015. № 5(360). С. 320–324.

Маркова В. Д. Бизнес-модель: сущность и инновационные составляющая // Проблемы современной экономики. 2010. № 2 (34). С. 39.

Мирошниченко А. Как медиабизнес ищет новую модель монетизации // РБК : [газета]. 2018. 12 нояб. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2018/11/13/5be56d069a7947bf2702bdd9> (дата обращения: 10.11.2020).

Распопова С. «Ведомости»: стратегия перемен // Журналист. 2019. 5 нояб. URL: <https://jrnlst.ru/vedomosti> (дата обращения: 30.11.2020).

Распопова С. Дело, которое мы начали, может и должно развиваться // Журналист. 2016. 1 нояб. URL: <https://jrnlst.ru/content/delo-kotoroe-my-nachali-mozhet-i-dolzno-razvivatsya> (дата обращения: 30.11.2020).

Сумская А. С. Опыт реализации краудфандинговых проектов специалистами массмедиа // Знак: вопросы медиаобразования. 2014. № 1. С. 83–39.

Что такое краудфандинг // Planeta.ru : [сайт]. URL: <https://planeta.ru/faq/article/2!paragraph9> (дата обращения: 25.11.2020).

Эрроу К. Дж. Коллективный выбор и индивидуальные ценности. М., 2004. 204 с.

VTimes : [офиц. сайт]. URL: <https://www.vtimes.io/page/printsipi-vtimes> (дата обращения: 30.11.2020).

Статья поступила в редакцию 01.12.2020 г.

ОТНОШЕНИЕ К ДРУГИМ СТРАНАМ: ОБОСТРЕНИЕ НА ФОНЕ ПАНДЕМИИ

Рассматривается отношение населения к другим странам с учетом двух тенденций последних полутора веков: глобализации, в фундаменте которой лежат экономические процессы с их взаимозависимостью отдельных игроков друг от друга на международном рынке, и глокализации, как феномена «бунтующей периферии», противостоящей доминирующей культуре, отказывающейся от такой стратегии аккумуляции. Обсуждается роль массовых информационных источников в формировании у населения отношения к разным странам на примере российских данных опросов общественного мнения (в частности, отношение к событиям в Беларуси). Анализируется фактор доверия к информационным источникам.

К л ю ч е в ы е с л о в а: глобализация; глокализация; отношение к разным странам; друзья и враги России; роль информационных источников; доверие к информационным источникам; данные социологических опросов общественного мнения; события в Беларуси

Отношения между странами, а значит, и отражение этих отношений во мнениях людей, имеет смысл рассматривать в системных координатах трендов последнего времени. В настоящее время они имеют все характеристики общественного социотрясения, как называл такие ситуации известный советско-российский социолог Борис Андреевич Грушин. Новый виток страноведческого противостояния совпал с пандемией: даже такое благое дело, как разработка и производство вакцины, стало предметом острой конкуренции между странами. Общая кризисогенная ситуация 2019–2020 гг., связанная с пандемией COVID-19, существенным образом

ФЕДОТОВА Лариса Николаевна — доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры рекламы и связей с общественностью Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова (e-mail: Fedotova117437@mail.ru).

© Федотова Л. Н., 2021

обострила взаимоотношения между странами. Вроде бы давно уже (с 2012 г.) шли переговоры стран Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) и их торговых партнеров, но соглашение о создании Всестороннего регионального экономического партнерства (ВРЭП) было подписано лишь в ноябре 2020 г. Его вступление в силу создает крупнейшую в мире зону свободной торговли, примерно с 2,2 млрд потребителей и объемом ВВП в 32 % от общего мирового объема. Пандемия вмешалась даже в устоявшийся протокол президентских выборов в США: из-за боязни заразиться люди массово голосовали досрочно — по почте, а поскольку партийная регистрация проголосовавших досрочно показала, что это были в основном демократы, Дональд Трамп стал называть голосование по почте мошенничеством, так как было очевидно, что поданные по почте голоса будут в пользу Байдена. Страну захлестнула волна исков от Трампа, который пытался оспорить подсчет голосов, что в целом повлияло на имидж страны в мировом общественном мнении...

Глобализация как цивилизационный вектор

...Россия не была бы Россией, Англия Англией, в торговле, в войне и во всем, если б каждую заперли на замок.

И. Гончаров. Фрегат «Паллада»

Начнем все-таки с понятия *глобализации*, которое активно используется при описании глобальных тенденций, характерных для мировой цивилизации к конца XX — начала XXI в. Оно накладывается на развитие человеческой цивилизации в последние один-два века. В его фундаменте лежат экономические процессы с их международным разделением труда, с наличием в отдельных странах разных сырьевых источников, различной насыщенности территории полезными ископаемыми, с разной стоимостью рабочих рук в регионах, наличием/отсутствием там специалистов, наличием потребителей массовой продукции, что все вместе и по отдельности является объективной данностью.

Эти обстоятельства лежат в основе объединительных тенденций, характерных для состояния глобализации. Взаимозависимость отдельных игроков друг от друга на международном рынке со временем приняла необратимый характер, она буквально стала перешагивать национальные границы — субъектом деятельности все больше становилось мировое сообщество, а не экономики отдельных стран.

Достаточно назвать такое явление, как деятельность транснациональных корпораций — ТНК. Чтобы представить себе масштабы этого социально-экономического явления, упомянем, что в целом ТНК обеспечивают около 50 % мирового промышленного производства. На ТНК приходится более 70 % мировой торговли. ТНК имеют очень большие бюджеты, превышающие бюджеты некоторых стран. Из 100 крупнейших экономик в мире 52 — транснациональные корпорации, остальные — государства. Годовой объем продаж *Exxon Mobil Corporation* превышает ВВП Южной Африки, а у *Sony Corporation* этот показатель

равен ВВП Египта и больше ВВП Нигерии. Пять крупнейших ТНК имеют объем продаж больше, чем ВВП всех стран Ближнего и Среднего Востока и Северной Африки [Васильев].

С конца 1970-х гг. количество транснациональных корпораций увеличилось в девять раз; в начале XXI в. 63 тыс. таких корпораций контролировали до половины мирового промышленного производства, около 80 % мирового банка патентов и лицензий на новые технику и технологии [Андреев].

Рост масштабов деятельности международных компаний и банков увеличивает мобильность транснационального капитала. В результате этого международного сотрудничества создаются новые рабочие места, что означает расширение возможностей для реализации социальных прав населения. Корпорации объективно заинтересованы в экономической, социальной, экологической стабильности стран, где они действуют.

Для определения глобализации сошлемся на мнения специалистов: «Глобализация — это новый виток интернационализации взаимозависимости мировой экономики. Товары, люди, информация и идеи перемещаются с континента на континент с невиданной ранее быстротой и самыми неожиданными способами. Международное пространство, раньше поделенное исключительно государствами, все более и более заполняется новыми действующими лицами. Новую и неизмеримо более важную роль в определении поведения и взглядов людей, государств, социумов начинают играть СМИ, особенно электронные» [Васильев, 1999]. К элементам глобального мира специалисты относят существование международных неправительственных организаций, международный туризм и, начиная с последней трети XX в., интернет. Во всех этих процессах участвуют миллионы людей, и их опыт в плане отношения к другим странам является определяющим.

На пике всеобщего увлечения исследователей этим феноменом идеализм ученых простирался в заоблачные выси: он стал описываться как «нарастающая взаимосвязанность человечества, как движение от общества к явлениям, выходящим за пределы национальных организмов, далее, к представлению о мире как системе и, наконец, к Человечеству» [Чешков, с. 116].

Этот своего рода идеализм восходит, по мысли автора этой цитаты, к идеям Римского клуба. Римский клуб — это международная неправительственная некоммерческая организация, основанная в 1968 г. и объединившая в своих рядах ученых, общественных деятелей и деловых людей из 50 стран мира. Она организует исследования проблем, которые считает наиболее важными, а затем «тиражирует» результаты, привлекая внимание мировой общественности к актуальным проблемам современности. Из уст ученых тогда впервые прозвучал призыв к международному сотрудничеству в области преодоления кризисных ситуаций, к международной разрядке, предотвращению войн.

По мере развития представлений о будущем человечества в орбиту исследователей попали такие явления как глобализация средств массовой информации и форм потребления, связанная с интернациональной рекламой и в целом с мощным маркетингом по продвижению товаров, осуществляемым

транснациональными корпорациями, когда возникает «возможность продвигать один бренд, в одной упаковке, с одной идеей, которая охватывает очень широкий круг населения — и экономия будет значительно больше, нежели в случае привязки к каждой отдельной стране» [Покровский, с. 28].

Казалось, на идею глобализации работают и мощные торговые взаимопотоки, и мигранты, которые составляют большую долю среди занятых в развитых странах, и образовательные потоки, включающие выходцев из других стран. Возникают культурные гибриды; семья, малые группы, местные организации и институты глобализируются. Социальные изменения коснулись даже таких «локальных» ценностей, как традиции, обычаи, привычки, практики местных сообществ, — новые глобальные реалии видоизменяют и наиболее консервативные, устойчивые структуры социального сознания и поведения. Именно глобальное приобретает статус некой нормативной ценности. Традиционная дихотомия «свой — чужой», казалось бы, уходит в прошлое. Норматив «мы обязаны жить в гармонии с *другими*, не подавляя их своеобразия», казался незыблемым...

Маятник качнулся в другую сторону

Мы не хотим быть вами, мы имеем право отличаться от вас!

Лозунг «бултяющей периферии» [Калхун]

Феномен «периферии», как явления, противостоящего доминирующей культуре, привел к тому, что начиная с 1990 г. оптимизм 1970-х уступает место более трезвым оценкам. Незападные этносы, еще недавно адаптировавшиеся к западному образу жизни и западным культурным ценностям, стали отказываться от такой стратегии аккультурации. В начале XXI в. по всей Европе и Северной Америке прокатились масштабные выступления под такими лозунгами. Но и в европейских странах резко усилилось стремление укреплять свои национальные идентичности: пишутся национальные истории, раздаются призывы защитить отечество, создаются символы (флаги, гербы, гимны), церемонии и другие знаки идентичности, идет визуальная демонстрация консолидации в противовес остальному миру.

Возникла необходимость определить последние процессы с помощью понятия *глокализации*, объясняющего все увеличивающуюся значимость для мирового общественного мнения местных субкультур. Научное сообщество предложило новое понятие — «глоболокализм» (или «глоколокализм») [Покровский].

Это лексическое новообразование сформировалось и обрело сторонников на XII Всемирном социологическом конгрессе в Мадриде в 1990 г. Социологи, использующие данный термин (Р. Робертсон, М. Арчер, Н. Смелзер и др.), при рассмотрении глобальных процессов подчеркивают важнейшие изменения, происходящие в локальных, т. е. местных, сообществах, малых культурах и субкультурах, территориально локализованных. И потому известная формула «To think globally but act locally» («Мыслить глобально, но действовать на местном

уровне») в теоретико-социологическом смысле становится вполне адекватной [Покровский].

Появилась возможность ранжирования этих процессов по принципу «больше-меньше»: какие-то страны являются приемниками рабочей силы, а какие-то — поставщиками; какие-то страны становятся «информационно богатыми», а какие-то — «информационно бедными» и т. п. Оказалось, что на эти линейные тренды можно еще наложить более сложные образования, которые описываются с помощью такой комплексной характеристики, как *модернизация общества*, которая стала характеристикой развивающихся стран, достигших апогея в XX в. Сквозная черта таких форм развития и существования — *быстро* меняющийся мир, который предъявляет субъектам, участвующим в этом развитии, будь то отдельная личность, государство или объединение государств, главное требование — осознать значимость *нововведений*, разнообразия социокультурных образцов.

Анализ работ по модернизации позволяет вычлениить осевые стратегические направления в этом развитии как несомненно принадлежащие модернизации: *в плане технологических проблем* общество должно характеризоваться высокотехническим уровнем производства, ускоренными темпами научно-технического прогресса, определенным уровнем эффективности этого производства; *в плане общеэкономических проблем* общество должно существовать в рыночных координатах, причем местные локальные рынки должны иметь тенденции интегрирования в рынок международный; *в плане политических проблем* общество должно характеризоваться определенным уровнем демократических свобод, наличием гражданской структуры и признаков современного правового государства; *в социальном плане* личность должна иметь правовые гарантии демократических свобод, а общество в целом — приоритет общечеловеческих моральных норм, в обществе должна осознаваться ценность и значимость нововведений, а личность должна демонстрировать готовность к адаптации к нововведениям, готовность к интегрированию в общечеловеческое социокультурное пространство.

Как мы видим, в самой возможности ранжирования стран по каждой из этих характеристик заложены потенции *разделения* стран.

Роль массмедиа в расстановке сил по оси «друг — враг»

Именно процессы разделения стран обуславливают важность деятельности СМК/массмедиа/медиа. В их функции, отвечающие характеристикам модернизационного общества, входит обсуждение альтернатив развития, организация общественной экспертизы привлечение к дискуссии экспертов и адаптация населения к нововведениям. Но это внутренняя составляющая функций медиа. Для нас гораздо важнее в связи с нашей темой их функция, так сказать, внешняя — в какой мере они транслируют образ *другой* страны для внутреннего употребления.

Известно, что население любой страны тем больше подвержено влиянию информационных источников, чем дальше транслируемый ими образ (страны, продукта, социокультурного образца) отстоит от личного опыта личности. Можно

возвести этот вывод в ранг закона массовой коммуникации: чем дальше описываемая медиа ситуация отстоит от обыденного опыта потребителя, тем больше вероятности, что эти картины мира будут совпадать — отдельная картина мира конкретного потребителя и та картина, которая транслируется большей частью *публикаторов* (в политическом дискурсе появилось такое слово).

Учтем при этом, что индивид, с определенной частотой обращающийся к информационному каналу, становится уже участником коммуникационного процесса, а отнюдь не единичного коммуникационного акта. И тогда он в полной мере включен в политику информационного канала, если хотите, в его идеологию: процесс этот обеспечивается фактологическим рядом; вслед за коммуникатором аудитория начинает осознавать (или не осознавать, но иметь с этим дело) *приоритеты* в информационном ряду, *преобладание* в этом ряду определенных лиц, партий, событий, стран, что в значительной мере увеличивает вероятность встречи конкретного потребителя с этими номинальностями. У коммуникатора остается возможность использовать для описания фактов всю палитру лексических оценочных средств, вплоть до формулировки, в случае необходимости, утилитарного, прагматического посыла аудитории. То есть, говоря языком маркетинга, использовать набор средств для продвижения определенной идеи, ценности или идеологического комплекса. Такая ситуация порождает *отношение* аудитории к «фигурантам» фактологического ряда, осознание их как значимых/не значимых уже в своей картине мира, а не только в картине мира коммуникатора.

Понятно, что это может породить и весьма значимые различия в этих картинах мира. Нужно иметь в виду, что *образ территории в глазах населения других стран — это во многом рукотворная вещь. Массмедиа самим отбором фактов создают ценностную картину, формируя отношение аудитории к «другой» стране.*

Каково же отношение россиян к другим странам сегодня?

В табл. 1–2 приводятся данные опроса Левада-центра, проведенного в августе 2020 г.¹

Еще более определенно россияне высказались в сентябре 2020 г. (табл. 3–5)².

¹ Опрос Левада-центра. 2020 г. URL: <https://www.levada.ru/2020/09/16/23555/>. Опрос проведен 20–26 августа 2020 г. по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского населения объемом 1601 человек в возрасте от 18 лет и старше в 137 населенных пунктах 50 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. Статистическая погрешность при выборке 1600 человек (с вероятностью 0,95) не превышает: 3,4 % для показателей, близких к 50 %; 2,9 % для показателей, близких к 25/75 %; 2,0 % для показателей, близких к 10/90 %; 1,5 % для показателей, близких к 5/95 %. АНО «Левада-центр» внесена в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента. Заявление директора Левада-центра, не согласного с данным решением, см.: <https://www.levada.ru/2016/09/09/14393/>

² Опрос Левада-центра. 2020 г. URL: <https://www.levada.ru/2020/10/15/vragi-2/>. Опрос проведен 25–30 сентября 2020 г. по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского населения объемом 1605 человек в возрасте от 18 лет и старше в 137 населенных пунктах, 50 субъектах РФ. Исследование проводилось на дому у респондента методом личного интервью. Распределение ответов приводится в процентах от общего числа опрошенных.

Таблица 1

Ответы на вопрос «Назовите пять стран, которые вы могли бы назвать наиболее близкими друзьями, союзниками России?», %

Вариант ответа	2006	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Беларусь	47	38	50	49	35	34	46	51	55	50	46	49	62	58
Китай	24	19	18	16	18	16	20	40	43	34	39	40	42	40
Казахстан	33	39	38	32	33	28	31	37	41	39	34	32	38	35
Армения	14	15	15	15	11	11	12	15	18	13	12	11	22	17
Азербайджан	7	5	10	8	9	9	8	9	11	7	9	8	16	13
Нет таких	13	10	13	11	11	17	15	13	11	14	12	10	4	6
Затруднились ответить	15	18	14	12	15	18	14	16	14	11	14	10	7	7

Примечание. Здесь и в табл. 2 респондентам предлагалась карточка со списком стран, и они могли назвать несколько стран; ответы ранжированы по убыванию по результатам 2020 г. В таблицах оставлены страны, вошедшие в топ-5.

Таблица 2

Ответы на вопрос «Какие пять стран вы назвали бы наиболее недружественно, враждебно настроенными по отношению к России?», %

Вариант ответа	2006	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
США	37	35	45	26	33	35	38	69	73	72	69	78	67	60
Украина	27	23	41	13	20	15	11	30	37	48	50	49	40	35
Великобритания	5	3	8	6	8	7	9	18	21	18	15	38	38	29
Латвия	46	36	35	36	35	26	21	23	25	23	24	26	27	26
Литва	42	32	35	35	34	25	17	24	25	23	24	23	26	26
Нет таких	4	2	3	4	14	7	7	3	3	5	3	2	3	7
Затруднились ответить	19	17	15	17	1	21	24	17	14	10	11	10	7	7

Таблица 3

Ответы на вопрос «Как вы считаете, есть ли у современной России враги?», %

Год	Да	Нет	Затруднились ответить
2020 (сентябрь)	82	13	5
2019 (май)	80	15	5
2017 (декабрь)	66	21	13
2015 (сентябрь)	80	10	10
2013 (ноябрь)	78	13	9
2011 (январь)	70	19	11
2009 (август)	69	18	14
2003 (август)	77	9	14
1999 (март)	65	14	22
1994 (апрель)	41	22	37

Таблица 4

Ответы на вопрос «Кого бы вы назвали врагами России?», %

Вариант ответа	2020 (сентябрь)
США (Америка)	70
Украина	14
Великобритания (Англия)	10
Евросоюз (Европа)	7
Польша	7
Другие ответы	5
Затрудняюсь ответить\нет ответа	8

Примечание. Вопрос задавался только тем респондентам, кто считает, что у России есть враги; респонденты *сами* называли врагов, без карточки со списком ответов, и могли назвать более одного; ответы ранжированы по убыванию, в таблице оставлены ответы, вошедшие в топ-5.

Таблица 5

**Динамика топ-5 ответов
(по результатам открытого вопроса «Кого бы вы назвали врагами России?»), %**

Вариант ответа	2017 (декабрь)	Вариант ответа	2018 (ноябрь)	Вариант ответа	2020 (сентябрь)
США	68	США	70	США	70
Украина	29	Украина	34	Украина	14
Евросоюз	14	Великобритания	14	Великобритания	10
Бывшие союзные республики СССР, включая Прибалтику	10	Евросоюз	9	Евросоюз	7
Польша	8	Япония	5	Польша	7

Генетические корни взаимоотношений наций и народов специалисты находят в самом начале эволюции человека. Межкультурные трансформации в результате взаимопроникновения информационных потоков являются заметной частью обществоведческих наук в свете геополитики. Они интересуют политологов, социологов, специалистов по информационным потокам. В их работах отмечается, что в более поздних культурных пластах (эпос, устное народное творчество, анекдоты, литература, кино) эта ветвь — присутствие в дискурсе, в драматургии образа страны-друга и страны-врага — активно актуализируется. Но интерес к «другой» стране присутствует на всех стадиях человеческого развития. Более того, этот интерес с развитием человеческой цивилизации все больше увеличивался и стал особенно значительным, когда экономические отношения между странами приобрели интернациональный характер (что характерно, прежде всего, для *эпохи Великих географических открытий*).

Какие источники в принципе могут сегодня рассматриваться как влияющие/определяющие отношение населения к другой стране? Разделим их по скорости распространения в социуме на две группы: транслирующие информацию на *длинных временных волнах* (литература, искусство, школа, система образования и т. д.) и транслирующие ее на *коротких временных волнах* (кинематограф, массовые коммуникации, и в особенности телевидение, реклама). Конечно, не будем сбрасывать со счетов и индивидуальный опыт конкретного человека.

С развитием обширной системы медиа давление информации о других странах, доступной для массового потребления, увеличилось. Стало больше материалов зарубежных информационных агентств, рекламных сообщений международных сетевых агентств на национальных информационных каналах, видеоматериалов зарубежных агентств на телевидении, иностранных фильмов на телевидении и в кинопрокате. После создания транснациональных телекоммуникационных систем в Европе возникло несколько телеканалов, прием которых стал возможен практически во всех странах этого региона. Гораздо более ранней практикой было распространение за пределами своей собственной страны крупных национальных газет, глобальных ТВ-каналов: CNN, Аль-Джазира, Russia Today, BBC, Франция-24 и др.

Возникает интересная социополитологическая проблематика, связанная с тем, что население ощущает себя в *глобальных* координатах, идентифицирует свое общество, саморефлексирует по поводу своего места на цивилизационной карте мира. Именно СМК наиболее интенсивно создают, по их мнению, наиболее предпочтительную для общественного мнения страны ценностную конфигурацию мира в национальных информационных потоках. Выбор (и информации, и оценочных средств) зависит обычно как от политической («друзья — враги», разброс стран по военной мощи и т. п.), экономической (торговые отношения, объем импорта, сырьевая направленность экономики и ее зависимость от внешнего спроса и т. п.) парадигмы, так и социальной (потребление образовательных, туристических ресурсов, использование банковской сферы для хранения капитала и т. п.).

В нашей стране для большинства населения СМК до недавнего времени были практически единственным источником информации о *других*, и это

обуславливало их эффективность. Но как только такая монополия нарушается, меняется и настрой общественного мнения. Известно, что с начала XXI в. мощным конкурентом традиционным медиа стал интернет, а внутри его — социальные сети, с их почти неограниченным числом *публикаторов*. Последние оттягивают на себя довольно большую часть общей аудитории страны и становятся реальными конкурентами традиционным медиа — речь идет в основном о телевидении, так как доверие аудитории к радио, газетам и журналам на его фоне составляет мизерные доли: так, в ходе опроса в октябре 2020 г. в доверии к телевидению признавалось 50 % опрошенных, а к интернет-изданиям, телеграм-каналам, социальным сетям — 41 %³.

На примере одной из тем этого опроса посмотрим на связь доверия к источнику и конкретных суждений по текущим событиям в Беларуси. В ходе опроса россиянам давалась информация: «В начале августа в Беларуси прошли президентские выборы. Было объявлено, что победу одержал Александр Лукашенко. С тех пор в стране не прекращаются многотысячные протесты белорусских граждан, которые не признают результаты выборов и требуют отставки Лукашенко», и респонденты должны были сделать свой выбор (табл. 6).

Таблица 6

Ответы на вопрос «На чьей стороне ваши симпатии: Александра Лукашенко или протестующих?», %

Вариант ответа	2020 (сентябрь)	2020 (октябрь)
На стороне Александра Лукашенко	43	38
На стороне протестующих	18	21
Ни на той, ни на другой стороне	36	38
Затрудились ответить	4	3

Прежде всего отметим, что Беларусь считается большинством опрошенных россиян самым ближайшим другом России — она стоит на первом месте по этому признаку: так считает 58 % опрошенных (см. табл. 1). Далее, россияне довольно хорошо осведомлены о протестных акциях в этой стране. В октябре 2020 г. 30 % ответили, что они внимательно следят за событиями в Беларуси, 57 % сообщили, что они что-то об этом слышали. Это большие массивы.

Теперь посмотрим, как сопрягаются данные, представленные в табл. 6, с доверием к разным новостным источникам (табл. 7).

³ Опрос Левада-центра. 2020 г. URL: Электронный ресурс <https://www.levada.ru/2020/11/05/protesty-v-habarovskom-krae-i-belarusi/>. Опрос проведен 22–28 октября 2020 г. по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского населения объемом 1601 человек в возрасте от 18 лет и старше в 137 населенных пунктах, 50 субъектах РФ. Исследование проводилось на дому у респондента методом личного интервью. Распределение ответов приводится в процентах от общего числа опрошенных. Статистическая погрешность при выборке 1600 человек (с вероятностью 0,95) не превышает: 3,4 % для показателей, близких к 50 %; 2,9 % для показателей, близких к 25/75 %; 2,0 % для показателей, близких к 10/90 %; 1,5 % для показателей, близких к 5/95 %.

Таблица 7

Распределение ответов в зависимости от доверия к новостным источникам, %

Вариант ответа	По выборке в целом	Доверие к новостным источникам	
		ТВ	Интернет-издания, социальные сети, телеграм-каналы
Симпатии на стороне Александра Лукашенко	38	50	26
Симпатии на стороне протестующих	21	12	32
Ни на той, ни на другой стороне	38	35	39
Затруднились ответить	3	3	3

Итак, среди испытывающих доверие к российскому телевидению больше доля тех, чьи симпатии на стороне Александра Лукашенко (50 % при 38 % в целом по массиву опрошенных); среди испытывающих доверие к интернет-изданиям, социальным сетям, телеграм-каналам больше доля тех, чьи симпатии на стороне протестующих (32 % при 21 % в целом по массиву опрошенных). По статистической связи двух характеристик мы можем сделать вывод о преобладающей тенденции освещения событий в Беларуси на телевидении и вариантах этого освещения в соцсетях. То есть коридор возможностей для формирования индивидуального мнения все же существует.

Можно сделать вывод, что в целом в мире падает доверие к массовым профессиональным источникам информации — и этой тенденции никак не меньше полувека (1); социальная сеть, поначалу обещавшая некую альтернативу этим источникам, продемонстрировала, что обилие *публикаторов* отчасти обесценивает отдельное воздействие каждого из них (2).

Но главное все же в самой реальности — и в ней отдельные личности, группы, слои и в целом страны не могут не учитывать глобальные тенденции, характерные для мировой цивилизации последних двух веков. Экономические связи между странами, объяснимые объективными факторами (различная насыщенность земли полезными ископаемыми, ландшафтами как ресурсами для туризма, разделение труда, разная стоимость рабочих рук в регионах и т. д.), являются объективной данностью. Присовокупим сюда другие виды общественной деятельности, относимые к категории «мягкой силы»: мировые центры здравоохранения, науки и образования, технологические центры производства кинематографической продукции и корпорации шоу-бизнеса с их устоявшимися образцами, влияющими на общемировое гуманитарное сообщество. Они создают общемировой рынок, и спрос в этой сфере перешагивает национальные различия.

Андреев А. Инновационное развитие экономики России в условиях глобальной конкуренции // Социально-экономическое развитие России: новые рубежи : материалы междунар. конф. М., 2008. С. 118.

Васильев А. [Интервью] // Эхо планеты. 1990. 15–21 нояб.

Калхун К. Национализм. М., 2006.

Покровский Н. Е. Горячее дыхание глобализации // Вестн. Ин-та Кеннона в России. 2007. Вып. 12. С. 27–43.

Чешков М. Глобализация: сущность, нынешняя фаза, перспективы // Pro et Contra. 1999. Т. 4, № 4. С. 116.

Статья поступила в редакцию 01.12.2020 г.

ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.025

С. В. Мошкин

УДК 004.774.6 + 070.1:004.032.6 + 004.77:351.751.5

МЕДИААГРЕССИИ И ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

Рец. на кн.: Коммуникативные агрессии XXI века / под ред. В. А. Сидорова. — СПб. : Алетей, 2019. — 254 с. — (Петербургская школа журналистики и МК).

Рецензируется коллективная монография «Коммуникативные агрессии XXI века», посвященная исследованию деструктивных проявлений коммуникативных агрессий в медиасфере, связанных с особенностями функционирования современных информационных технологий и, в частности, интернета. Рассматриваются предметное содержание книги, ее структура, оценивается авторское понимание коммуникативных агрессий, их признаков и деструктивных последствий. Акцентируется внимание на росте агрессивности в политическом дискурсе в силу распространения и общедоступности интернета. Высказывается суждение, что в поисках инструментов снижения коммуникативных агрессий в медиасфере авторам следовало бы рассмотреть и оценить формирующуюся практику цензуры в интернет-коммуникациях.

К л ю ч е в ы е с л о в а: средства массовой коммуникации; коммуникативные агрессии; политический дискурс; интернет-коммуникации

Стало тривиальным суждение, что мы, живущие в начале XXI в., являемся свидетелями коренного изменения функционирования медиасферы, где технологии массовых коммуникаций сломали привычную одностороннюю схему информирования аудитории: от институционально очерченного публикатора (издательство, редакция, журналист) к неопределенному кругу реципиентов. Вчерашний безликий потребитель информации сегодня активно вторгается в медиасреду и посредством интернета сам становится генератором публичной информации. Особенно это заметно в сфере политики. Если раньше между

МОШКИН Сергей Вячеславович — доктор политических наук, доцент, старший научный сотрудник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук, г. Екатеринбург. ORCID: 0000-0003-4541-9609 (e-mail: osa-sv@yandex.ru).

© Мошкин С. В., 2021

политиком и массовым избирателем стояла некая интеллектуальная прослойка в виде традиционных СМИ — публикаторов, в которых редакторы решали, как именно политики через них будет общаться с избирателем, то сегодня избирателю, чтобы высказать свое ответное мнение на меседж политика, не нужны ни редакция газеты, ни даже сам политик, потому что в новой медиареальности любой человек имеет возможность опубликовать любые свои мысли и быть услышанным большой аудиторией. То есть посредник в виде публикатора, в виде профессиональной корпорации журналистов традиционных СМИ перестает быть нужным. В каком-то смысле это возвращение в античность, когда все граждане могли высказаться напрямую и быть услышаны. Интернет общедоступный, скоростной, широкополосный создал глобальную Агору.

Традиционные СМИ, в силу политической ангажированности и профессиональных стандартов, существенно ограничивали возможность большинству социума публично высказываться о политическом. С приходом интернета в каждый дом эти ограничения сняты, молчащее прежде, но не молчаливое большинство получило такую возможность, и инстинкты толпы неизбежно хлынули в медиасферу, неся с собой конфликтность, радикализм и агрессию. И здесь выяснилось, что сдерживать человеческий негатив в интернет-медиа попросту некому: новый медийный этос не сформирован; интеллектуальная элита, чья задача задавать культурные и этические стандарты поведения, сама оказалась вовлеченной в бесконечные медиавойны, где каждый по-своему прав и непреклонен. Да и СМИ в их традиционном виде перестали существовать, утратив способность и желание давать объективную оценку событий, в борьбе за аудиторию они не прочь исказить факты или представить их ложную интерпретацию в угоду настроениям толпы и политической конъюнктуре.

Собственно, этим процессам, происходящим в современных массмедиа, посвящена коллективная монография «Коммуникативные агрессии XXI века», вышедшая в свет в 2019 г. в издательстве «Алетейя» (Санкт-Петербург). Эта книга — плод усилий международной команды исследователей из Польши, России и Сербии, нацеленных на изучение всевозрастающей агрессии в медиасреде, связанной, по мнению авторов, главным образом с особенностями функционирования современных информационных технологий и, в частности, интернет-среды. Монография вышла в серии «Петербургская школа журналистики и массовых коммуникаций», имеющей добрую и заслуженную репутацию среди специалистов. Книга будет интересна не только исследователям массовых коммуникаций и журналистики, но и представителям других профессий социально-гуманитарного профиля.

Как пишут сами авторы книги в ее вводной части, «...сегодня исследования медиа поставили под пристальное внимание эффекты массовой коммуникации, которые выражаются в стимулировании агрессивных потенциалов ее аудитории. <...> Однако вне пределов внимания ученых осталась связь функционирования агрессивного дискурса и включения в него всех страт общества на основе новейших медийных технологий» (с. 7–8). Заполнить этот пробел и призвана настоящая монография. При этом сверхзадача исследования, по словам авторов, не ограничивается удовлетворением интереса к теневой стороне медийной жизни

общества, их посыл вызван иными побуждениями, а именно пониманием того, что «изучение негативных проявлений в жизнедеятельности массовых коммуникаций позволит оздоровить медийную практику в целом, что, в свою очередь, способно оказать позитивное воздействие на политические, этнокультурные практики, сегодня особенно важные...» (с. 15).

Под коммуникативными агрессиями авторы понимают «нанесение оппоненту идейно-политического и культурно-нравственного ущерба по медийным каналам» (с. 8) и отмечают, что коммуникативные агрессии деструктивны сами по себе, они сопровождаются:

«— неуправляемой динамикой негативных реакций массовой аудитории на медиасобытия;

— тотальной активизацией межличностных коммуникаций сетевой среды;

— агрессивной коннотацией ценностных символов-раздражителей;

— потенциальной возможностью переноса агрессии из медийной среды в физическое пространство социума» (с. 12).

С нескрываемым сожалением исследователи отмечают, что к наращиванию агрессивной риторики сегодня прибегают все участники коммуникативных процессов в медиасфере, вне зависимости от политической позиции. Но это не значит, что авторы предлагают коммуникативные агрессии воспринимать индифферентно, считая их некой нормой медийной жизни. Такой подход они не приемлют, настаивая на позиции, что «высшей ценностью гуманистически ориентированных коммуникационных процессов является человек, его правдивое, неискаженное восприятие картины мира и свободное выражение им своего мнения, чему всегда препятствуют медийные деструкции» (с. 16).

Структурно монография состоит из двух разделов. Главной задачей первого раздела стало установление генезиса и условий проявления коммуникативных агрессий. В его основу легли статьи, обобщающие результаты масштабного исследовательского проекта по изучению деструктивных явлений в медиа и их восприятию студенческой аудиторией так называемого «славянского треугольника» — Польши, России и Сербии. Эмпирической базой проекта стало анкетирование студентов Санкт-Петербургского государственного университета, Университета имени Адама Мицкевича в Познани и Белградского университета, выбравших профессии журналистов и политологов. Анализ их представлений об агрессивности медиа позволил по-новому оценить конфликт в межкультурной информационной среде социумов, в частности, в контексте взаимоотношений России и Польши, Сербии и Европейского союза.

Второй раздел книги географически выходит за пределы «славянского треугольника». Здесь коммуникативные агрессии рассматриваются авторами статей как импульсивные динамические феномены, триггерами которых становятся «внезапно» возникающие политические ситуации. Это позволяет расширить наше знание о природе коммуникативных агрессий, в частности — о фазах деструкций в массовых коммуникациях.

Что же способствует росту агрессии в медийной среде? Польские исследователи В. Новяк и П. Павелчик связывают это с особенностями функционирования

интернета как такового. «Этот новый медиум, — пишут они, — со всей силой обнажил сидящую в человеческих существах жажду подглядывания, агрессивно критического комментирования и эксгибиционизма — обнажения себя. Сидящие в индивидах комплексы, расстройства, травмы и общественные недостатки нашли новый выход в их анонимном, публичном изъявлении. <...> Индивид способен нести в интернет, и несет в него, негативизм, ненависть, агрессию» (с. 70–71).

Ученые из Сербии В. Кляйч и М. Неделькович, в свою очередь, отмечают кризис самой журналистской профессии, подрыв ее институциональных основ, девальвацию профессиональных стандартов, норм и этических принципов, что неизбежно ведет к снижению качества журналистских материалов, к сенсационности и таблоидности в их подаче. К тому же «традиционную стратегию финансирования профессиональной журналистики, основанную не классическом предоставлении информации, основательно пошатнула экспансия интернета», отмечают они (с. 120). В погоне за новыми моделями заработка традиционные издания все активней включаются в мировую паутину посредством своих интернет-версий и, как следствие, начинают играть на информационном поле по правилам интернет-среды с присущей ей пониженной социальной ответственностью. Но если профессиональная журналистика еще в состоянии контролировать степень агрессивности своих материалов, вторит сербам российский автор Р. Г. Иванян, то обсуждение этих материалов в интернет-дискуссиях для издателей — процесс абсолютно неуправляемый. Негативные установки, оскорбления, обвинения и угрозы становятся здесь неотъемлемой частью полемики. «Журналистика становится бессильной, когда дискуссия выходит за установленные ею рамки, как в тематическом плане, так и пространственном, — констатирует Иванян. — Именно эта черта в наибольшей степени характеризует место и роль журналистики в современном мире» (с. 213).

Немалую роль в развязывании коммуникативных агрессий, отмечают исследователи, играет сама государственная власть посредством разнообразных институтов политической пропаганды. Коммуникативные агрессии со стороны государственных СМИ в отношении реальных и мнимых политических оппонентов характеризуются однонаправленностью и ярко выраженным желанием нанести им максимальный репутационный вред. В этом случае информационные агрессии «применяются с учетом технологий и инструментария пропаганды, что делает их особенно травмирующими», а журналисты таких СМИ уподобляются агентам спецслужб, задача которых найти и разоблачить врага (с. 200). Это особенно характерно для частично свободных стран, таких как Россия и Сербия, в которых СМИ испытывают серьезное давление со стороны государства, а уровень свободы средств массовой информации не соответствует демократическим стандартам.

Что касается собственно российских медиа, то наблюдения авторов здесь весьма неутешительны. «Наш прогноз, — пишут участники проекта И. А. Быков и И. А. Гладченко, — сводится к тому, что использование коммуникативной агрессии в политическом дискурсе современной России продолжится» (с. 38). И далее совсем уж тревожное заключение: «С высокой степенью вероятности можно утверждать, что дальнейшее усиление коммуникативной агрессии в политическом

дискурсе России может привести к потере управляемости обществом» (с. 37). Однако как противостоять всему этому, авторы коллективной монографии не говорят, рецептов попросту нет. Сложно ожидать от журналистов, чтобы они соблюдали профессиональные стандарты и правила, этические принципы и кодексы профессионального поведения, когда серьезно подорвано само доверие к СМИ и журналистской профессии. Участникам исследовательского проекта остается лишь предостерегать достойных журналистов от возможности невольного провоцирования агрессии в медиасфере и уповать на то, что в обществе наблюдается определенная усталость от коммуникативной агрессии и что «складывается запрос на некоторую “нормализацию” политической повестки» (с. 37).

При этом крайне важная тема попыток нормализации общения и снижения агрессии в интернет-среде осталась без внимания авторского коллектива. Речь идет о практике некоторых социальных сетей цензурировать личные посты и сообщения пользователей. По сути, мы говорим об ограничении свободы слова — на этот раз в интернете. Сегодня «Фейсбук» имеет 2,5 млрд пользователей, «Инстаграм» — более 1 млрд, «Твиттер» — 330 млн, а число подписчиков на популярных блогеров и знаменитостей исчисляется десятками миллионов. Новые коммуникационные ресурсы превратились из площадок межличностного общения в серьезные средства массовой информации. Такая ситуация привела к тому, что социальные интернет-сети стали использоваться для политической мобилизации, причем хорошо известно, что для этого применяются фейковые аккаунты, а распространяемая информация порой не соответствует действительности. Естественно, с подобными политическими провокациями стоит бороться, однако такая борьба, похоже, привела в противоположном эксцессам, и прежде всего к «фильтрации» информации, исходящей от реальных людей, имеющих право на собственное мнение. Их суждения стали произвольно оцениваться работниками (эту работу все чаще стали выполнять роботы) самих информационных гигантов. Яркий пример тому — последние президентские выборы в США осенью 2020 г. Наблюдая за ходом кампании, мы, в частности, стали свидетелями фактического запрета на распространение статьи авторитетной *New York Post* об одном из участников президентской гонки со стороны «Фейсбука» и «Твиттера», блокировки «Твиттером» официального аккаунта чиновника высокого уровня из-за его поста о строительстве стены на американо-мексиканской границе; и даже ликвидации «Фейсбуком» целой группы «Женщины штата Нью-Джерси за Трампа». Более того, после завершения голосования почти половина постов Д. Трампа в «Твиттере» сопровождалась комментариями администраторов, в которых указывалось на сомнительность информации, размещенной в сети действующим еще на тот момент президентом. Здесь надо упомянуть и о попытках «Твиттера» вообще скрыть посты Трампа по той же причине. Ссылаясь на масштабный рост дезинформации о выборах, вслед за «Твиттером» и «Фейсбуком» о дополнительных мерах по борьбе с ложными сведениями объявили «Инстаграм» и YouTube.

Стоит ли сомневаться, что владельцы и администраторы социальных сетей в данном случае руководствовались благими намерениями. Они наверняка искренне хотели оградить политизированную публику от информационных

провокаций и тем самым снизить градус агрессивности предвыборной гонки и уберечь общество от окончательного политического раскола. Но можно ли ради этого, пусть даже самого благого намерения, жертвовать принципом свободы слова и самовыражения? Можно ли во имя преодоления деструктивных последствий коммуникативных агрессий применять в медиасфере инструменты цензуры? Это серьезные вопросы, на которые нет, да, наверное, и не может быть однозначных ответов. А значит, нужна широкая общественная дискуссия и научное осмысление появившейся практики цензурирования интернета. И свое весомое слово в этой дискуссии должны сказать представители петербургской школы журналистики и массовых коммуникаций.

Рецензия поступила в редакцию 24.11.2020 г.

SUMMARY

JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

Bessonov S. I. The Role of Case Study Method in Shaping Analytical Skills of an Editor.....5

The article considers the experience of using case study method in the sphere of journalism education. This method is focused on building analytical skills of future editors. The author points out that case study method helps to adopt professional courses to the information market demands, updates the students' need for searching development trajectories within their specializations.

Key words: journalism; mass media; journalism education; editor; analytical work; mediamanagement; case study

Myasnikova M. A., Arkhipov P. E. Video Games Differentiation in the Framework of the Culturological Research of the Media.....12

The article examines various classifications of the video games by the Russian and foreign authors. Until present time, the existence of several approaches to this phenomenon studying has been recognized. Some rely on the social sciences, while others focus on the gaming industry studying. The described approach is culturological, but does not equate games with art. However, such an identification is observed in a number of modern studies. As a result, we propose our own classification of video games, based on the culture's morphology system of elements.

Key words: video game; culture; art; media; classification; typology; morphology

Antropova V. V. Conceptualization of Fears and Phobias in Regional Media Discourses: to the Methodology of the Question.....23

The author explores the mechanisms of introduction of mass media into the consciousness of the population of the region with increased sociogenic and technogenic risks of negative and destructive moods, values. It aims to justify concept analysis as a relevant methodology for studying the conceptualization of fears and phobias in the discourses of regional media. This will allow, firstly, to identify the priority value meanings of the anxiety-phobic information field, and secondly, to establish cognitive strategies for conceptualizing fears and phobias in the discourses of typologically diverse regional media.

Key words: regional media; discursive practices; negative-destructive values; fears; phobias; concept; value meanings

Oleshko V. F., Mukhina O. S. Media Freelance as a New Reality. And Not Only Economic.....32

Freelancing, or "working for yourself" without being tied to any particular place, is becoming an increasingly popular phenomenon of modern reality, including the media sphere. Although the non-staff journalists existed even in Soviet times, the latest practice has given impetus to the transformation of the essence of the activities of this kind of information actors. Today, freelancing is somewhat not just a way of earning money, but also a life philosophy, which acquires additional significance in the media environment due to the increased social responsibility that characterizes the profession of a journalist.

Key words: freelance, media freelance, remote work; freelancer; freelance journalist; self-employment

Zagidullina M. V. Archaeological News in the Media in the Aspect of "Public Archaeology".....40

The article is an overview of the problem of "archaeology and journalism": the author examines the main research approaches to the study of the popularization of archaeological knowledge by the media in the context of a more general research field of "public archaeology".

Key words: archaeological news; mass media; public archaeology; popularization of science

Lozovsky B. N., Nokhrina J. S. Small Media as an Experience of Discursive Media Resistance49

The article focuses on the modern phenomenon of the Russian media space — so called “small media”. The authors define, analyze different causes, suggest possible typology, describe the economics and the audience of such media. They also give special attention to the peculiarities of constructing the practices of journalistic discourse (based on the experience of 10 Russian small media). With the help of content analysis, intent analysis and expert interviews, specific characteristics of this type of media are revealed, which significantly differ from traditional media, especially in forming their own agenda, choosing topics and genres, broadcasting their own meanings, and relationships with the audience.

K e y w o r d s: small media; craft media; traditional media; mainstream journalistic media discourse; discursive resistance; audience

Kovalenko A. N., Popova M. F. “Skin of Time”: Author’s Project of Alexander Genis in “New Gazette”(Themes, Heroes, Creative Method)61

Researchers have noted the “essayization” (expansion of essay’s genre features) as a clear trend in the world and Russian media for a long time and not without a reason. Among many factors that determine the accelerated development of this process, one should be mentioned in particular - the growing interest of the audience to the author’s individuality of the information message, — which is the main genre feature of an essay. The article examines the features of the creative method of the Russian-American journalist and writer Alexander Genis following the example of the author’s project in *Novaya Gazeta*.

K e y w o r d s: social commentary; essay; journalism; author’s project; creative method

Medvedeva A. R. Transversality of Information Transmission Channels in Digital Art (on the Example of the Petscop Project).....69

This article describes the expansion of classical art formats in the context of the development of digital art. Using the example of the YouTube channel *Petscop*, the problem of transversality (term by F. Guattari and J. Deleuze) of information in modern communication is considered. The condition of transversality allows us to mark possible shifts in the understanding, perception and interpretation of information in modern discourse.

K e y w o r d s: media aesthetics; digital art; transversality; rhizome; *Petscop*; *latplay*; multimodality

Druker M. M., Yanovskaya G. V. Media Memes as a Way of Representing Family Values in Social Media74

The article examines the static images with concise text (media memes) as the most productive form for broadcasting the value orientations to the young audience in social media. The author formulates the definition of «media meme» and reveals its internal structure (the meaning attractor, value-semantic core, etc.). Series of media memes devoted to such notions as marriage, family and family relations are used to identify the mechanisms of traditional values’ destruction in social media.

K e y w o r d s: media memes; social media; values’ reference points; anti-values

Konoplev D. E. “Trump Is Ours” in Russian Media Discourse: Lexical Shift Experience84

The article, based on 10,128 publications, traces the process of transformation of the lexical construction “Trump is ours” from a form of self-hypnosis to the way of expressing linguistic aggression. Three stages of the Trump theme in publications in Russian media from 2016 to 2020 are considered. The influence of the lexical construction “Trump is ours” on public opinion is shown due to the changes in the frequency of its use and the context in which it is represented.

K e y w o r d s: Trump; mass communication; journalistic text; economic discourse

Ovseiko V. I. Some Aspects of the Editorial Activity of I. I. Evfimovskiy-Mirovitskiy in Public and Private Publications of the City of Orenburg in the Late XIX — Early XX Centuries94

The article examines the activities of I. I. Evfimovskiy-Mirovitskiy-editor-publisher, journalist, owner of a private printing house, public figure of the city of Orenburg in the late XIX-early XX centuries. Editor of three publications — “Orenburg diocesan *Vedomosti*”, “Circular on the Orenburg educational district”, “Orenburg

leaf” — Ivan Ivanovich published a private newspaper for more than 30 years, and did much for the development of private printing in Orenburg and the province.

Key words: ascetic; editor-publisher; private newspaper; private printing house; reader

LITERARY STUDIES

Rusina Y. A. “I would be Glad to Work Anonymously”: Life’s Pages of a Poet-translator from the “Stopped Literary Generation” 105

The documentary basis of the article is the correspondence of two friends, poets-translators Yu. I. Abyzov (1921–2006) and V. S. Rutminskii (1926–2001), which they conducted in the 1960s–1980s. Coming out of the same Alma Mater, being adherent to the same ideas and literary predilections, sharing, in general, the fate of one “stopped writing generation”, these two talented people have implemented different behavioral models of functional socialization. The attention of the research is focused on the pages of the biography of the Ural literary critic V. S. Rutminskii.

Key words: literary generations; “the stopped generation”; soviet literature; V. S. Rutminskii; Yu. I. Abyzov; translations; Ural State University named after Gorky

Gramatchikova M. O., Snigireva T. A. The Motif *Agony in the Garden* in Poetry of GULAG Prisoners 116

The purpose of this study was to research the biblical motifs in the poetry of GULAG prisoners. The starting point for this work was a hypothesis that the phenomenon of GULAG poetry is in a close affinity with the tradition of the spiritual poetry described by F. I. Byslaeva as poetry that connects “poetic art and an educated Christian thinking”. By analyzing poetry of N. Anyfrieва и A. Solodovnikova the conclusion is drawn that even though poets-prisoners are trying to be adherent to the canonical understanding of the biblical plots they are inclined to have a very personal interpretation of the plots which is understandable given the circumstances of that historical time and their life experience.

Key words: agony in the Garden; poetry of Gulag prisoners; N. Anyfrieва; A. Solodovnikov; spiritual poetry; tradition

CULTURE STUDIES

Murzina I. Ya. Regional Patriotic Project in the Conditions of “New Normality”: from Idea to Implementation..... 126

The article deals with the problems of implementing the ideas of patriotic upbringing. The author analyzes the implementation of the tasks of patriotic upbringing in the conditions of “new normality” in 2020. It is emphasized that in the situation of accelerated transition to distance learning and the use of online platforms, upbringing issues were not among the priorities, which revealed a contradiction between the tasks that Russian education sets for itself and practice. The article identifies three types of educational tasks: the tasks of forming educational content; tasks of involving children and young people in active intellectual, creative, socially active patriotic activities; tasks of preparing parents and teachers to implement the ideas of patriotic upbringing. It is considered how these tasks are implemented in projects of patriotic orientation. As an example, the regional patriotic project implemented in the Sverdlovsk region is considered. The conclusion is made about the prospects of patriotic upbringing in modern conditions.

Key words: patriotism; patriotic upbringing; identity; project activity; regional education; “new normality”

Mishchenko I. E. Representation of the Sociocultural Institute of the Army and the Serviceman in Contemporary Russian and American Cinema: an Experience of Comparative Analysis..... 135

The article discusses the issue of cultural aspects of national security in its relation to the context of contemporary art. The author examines Russian and American military cinematography of the 2010s. It is revealed that typical features of the representation of images of the army, the soldiers and the war in general in two different national cinematographic schools. The connection between the features of war cinema and the specifics of historical fate and the circumstances of current foreign policy is marked out. In conclusion, the author identifies some of the

risks and threats to national cultural security associated with the broadcast into the Russian cultural space of the point of view expressed in American war cinema.

Key words: war cinema; cinema; national security; modern culture; Russian cinema; American cinema

Porozov R. Yu., Klusova P. S. Graffiti as a Form of Public Opinion Expression 145

This article deals with the problem of the functioning of urban space as a communicative platform for the expression of public opinion. The aim of the work is to analyze the culture of graffiti, which draws attention to modern social processes, and the main task is to assess the semantic and sociocultural content of graffiti and their influence on the formation of public consciousness. Based on the concept of the French researcher Roland Barthes, the authors analyzed the location “Bukashkin’s Yard” in Yekaterinburg. The article summarizes the ideas about social processes in cultural, sociological and philosophical terms.

Key words: graffiti culture; youth vandalism; public opinion; public consciousness; culture text

Devyatova O. L. Cultural Code of Petersburg in the Musical World of Sergey Slonimsky 151

The article is devoted to the problem of cultural traditions and cultural heritage associated with St. Petersburg and its importance in the culture of Russia. It explores the musical world of the greatest composer of the XX–XXI centuries. Sergei Mikhailovich Slonimsky, a native of St. Petersburg, in whose work and all extensive activities the city on the Neva played a decisive role, becoming a kind of cultural code of his artistic life. These features manifested themselves in the family genetics of the Slonimsky clan, the years of study and work associated with the St. Petersburg Conservatory, in an organic fusion of Westernizing and Slavophil tendencies typical for the culture of St. Petersburg, on the basis of which the musical image of St. Petersburg (Petrograd, Leningrad) was formed in his work. The conclusion is made about the deep national originality of the musical world of Slonimsky, formed by the universal “code of Petersburg” and which has become a precious heritage of Russian, European and world cultures.

Key words: cultural traditions; heritage; cultural code; composer; Slonimsky; Westernism; Slavophilism; musical world

Pichueva A. A. Creative Examinations in Modern Dance Culture in Russia (to the Problem of Preserving the Classic Heritage) 163

The article is devoted to the problem of traditions and innovations in modern dance culture. It analyzes the forms of work of contemporary Russian choreographers with classical ballet performances. Particular attention is paid to such phenomena as reconstruction and restoration. The conclusion is made about the need to preserve the classical cultural heritage in ballet and its new disclosure for the modern audience.

Key words: tradition; innovation; reconstruction; restoration; ballet; cultural heritage; classical performances

PSYCHOLOGY

Sergeeva T. B., Glukhaniuk N. S., Borisov G. I. Personal Mobility and Life Strategies in Later Age: Research Result 172

The article is devoted to the problem of building a life strategy in later age. Three types of life strategy are described, depending on the level of personal mobility of the subject. The empirical study compares the characteristics of people with low-, medium- and high-mobility strategies. It is concluded that the prerequisites for choosing a highly mobile life strategy are developed cognitive resources and learning ability, a strong motivation to master external and internal changes, and a high level of biographical reflection.

Key words: later age; personal mobility; readiness for mobile behavior; types of life strategies

Zinoveva L. V. Role Profile Specificity in Children of the Autistic Spectrum 182

This paper provides the results related to the study of role profile specificity in children on the autistic spectrum. Promising areas of a supportive model that based on the thorough knowledge of adaptive forms of distorted development briefly discussed. The article is based on results of the analysis and compilation of empirical data. Survey took place at Novosibirsk Secondary Schools (Russia). 30 school students (8-9 years of age) were interviewed and 15 of them represent a group with certain autistic features who were adapted well enough to mass

schools. Findings show the role profile of children on the autistic spectrum, in a sense, may reflect different types of distorted links in relation to different types of the child's emotional contact with other people. This paper presents the findings of the research, which can be used by educational psychologists in their support of educators of children on the autistic spectrum.

Key words: role profile; autistic spectrum disorders; interpersonal interaction; emotional contact

EDUCATION: CHALLENGES OF THE MODERN WORLD

- Zborovskiy G. E.* Characteristics of Behavioral Strategies of Educational Communities in Terms of Transfer of Their Human Capital 190

The article describes the behavioral strategies of educational communities in the context of the transfer of their human capital in the Russian education system. The concrete object of research is the student body of Russian universities. One of the approaches to structuring the student body as an educational community is considered. It is shown that a significant criterion for this is the educational success / failure of students. Based on the materials of a specific sociological study, the features of the behavioral strategies of this educational community are highlighted and analyzed. It is proved that the main one among these strategies — educational — constitutes the core of students' activity and dominates against the background of other forms and types of activity in the structure of students' lifestyle. It is substantiated that the other types of their behavioral strategies can be professional labor, leisure, social, communicative, scientific, family. In conclusion, the concept of the human capital of students is revealed and a characteristic of its transfer is given.

Key words: educational communities; behavioral strategies; educational strategies; students; educational success/failure; human capital; human capital transfer

- Yufereva A. S., Kukharensko Iu. S.* Main Trends and Priority Directions in the Use of Communicative Technologies in Work with Students From the Countries of Central Asia (on the Results of Sociological Research).....201

This article provides a systematization and specification of the established communication technologies used by Yekaterinburg universities, public and state institutions in order to adapt students to the academic and cultural environment. The study involved a group of methods, as a result of which the features of the use of communication technologies by universities, public and social institutions when interacting with students from Central Asian countries, as well as their subsequent adaptation to the educational, social, and cultural environment in general, were revealed.

Key words: communication technologies; social networks; foreign students; Central Asia; intercultural communication

AT THE SCHOLAR'S LABORATORY

- Raspopova S. S.* Features of Monetization in Top Rated Russian Media208

The article examines the features of monetization in top rated Russian media. These appear to be media enterprises focused on obtaining possible profits from their activities, since today information has turned into a commodity. Taking into account that the sphere of media business does not quite fit into the traditional understanding of economic processes, it is important to clarify how information differs from ordinary goods and whether public and market interests can harmoniously exist in the modern media industry.

Key words: monetization; media industry; journalistic information; media; business model

POINT OF VIEW

- Fedotova L. N.* Attitude Towards Other Countries: Aggravation on the background of Pandemic.....

The attitude of the population to other countries is considered, taking into account two tendencies of the last one and a half centuries: *globalization*, which is based on economic processes with their interdependence of individual players from each other in the international market, and *glocalization*, as a phenomenon of "rebellious periphery"

opposing the dominant culture that refuses such an acculturation strategy. The role of mass information sources in shaping the attitude of the population to different countries is discussed on the example of Russian data from public opinion polls, in particular, to the events in Belarus. The factor of trust in information sources is considered

K e y w o r d s: globalization; glocalization; attitude towards different countries; friends and enemies of Russia; the role of information sources; trust in information sources; data from sociological polls of public opinion; events in Belarus

BOOK REVIEWS

Moshkin S. V. Media Aggression and Political Discourse.....220

Book review: *Communicative Aggressions of the 21st Century* / edited by V. A. Sidorov. — SPb.: Aleteia, 2019. — 254 p. — (Petersburg School of Journalism and Mass Communications).

The review covers the collective monograph “Communicative Aggressions of the 21st Century” dedicated to the study of destructive manifestations of communicative aggression in the media sphere connected with functional specifics of the contemporary information technologies and, in particular, of Internet. The review deals with the contents of the book and its structure, evaluates the understanding by the authors of communicative aggression, its features and destructive consequences. Special emphasis is laid upon the growing aggressiveness of the political discourse as the Internet becomes more widespread and commonly available. It was concluded that in order to find tools to reduce communicative aggression in the media sphere, the authors should consider and assess the developing censorship practices of Internet communications.

K e y w o r d s: mass communications; communicative aggression; political discourse; Internet communications

ИЗВЕСТИЯ
УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
Серия 1
Проблемы образования, науки и культуры
2021. Т. 27. № 1

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. Чанаева*
Компьютерная верстка *Л. А. Хухаревой*

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-48319 от 27.01.12.
Учредитель – Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина».
Адрес учредителя: 620002, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Мира, 19.

Дата выхода в свет 31.03.2021. Формат 70 × 100 ¹/₁₆.
Уч.-изд. л. 19,7. Усл. печ. л. 19,66. Бумага офсетная.
Печать офсетная. Тираж 300 экз. Цена свободная. Заказ 54.
Издательство Уральского университета.
620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4

Отпечатано в типографии Издательско-полиграфического центра УрФУ.
620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4
Тел.: +7 (343) 358-93-06, 350-58-20, 350-90-13
Факс: +7 (343) 358-93-06
E-mail: press-urfu@mail.ru
<http://print.urfu.ru>

К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ

Журнал «Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры»

- зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77–48319 от 27.01.2012 г.;
- зарегистрирован Международным центром стандартной нумерации сериальных изданий (International Standard Serial Numbering – ISSN) 28.03.2012 г. с присвоением международного стандартного номера ISSN 2227–2275;
- электронно-сетевая версия журнала зарегистрирована в Национальном агентстве ISSN Российской Федерации 01.12.2017 г. с присвоением международного стандартного номера сериального издания ISSN 2587–7151;
- включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук;
- в соответствии с рекомендациями Президиума Высшей аттестационной комиссии при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации, журнал публикует статьи по двум отраслям науки: 10.00.00. **Филологические науки** (группа специальностей 10.01.01. **Русская литература**, 10.01.10. **Журналистика**); 24.00.00. **Культурология** (24.00.01. **Теория и история культуры**, 24.00.03. **Музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов**).
Решение по публикации научных материалов по другим отраслям принимается индивидуально, в каждом конкретном случае;
- включен в объединенный каталог «Пресса России». Индекс 43138;
- материалы журнала включены в информационную систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) Российской универсальной научной электронной библиотеки. Полнотекстовая версия журнала размещается на портале Уральского федерального университета: <http://urfu.ru/science/proceedings/>

О порядке предоставления и рецензирования рукописей

1. Автор высылает в редакцию по электронной почте (izvestia_1@urfu.ru) **текст статьи, не публиковавшийся ранее (представленный только в наше издание)** (см. ниже требования к оригиналу) и **анкету статьи** (см. на сайте журнала <http://izvestia1.urfu.ru>). Статьи без анкеты не рассматриваются.

2. Статья передается одному из рецензентов, включенному в редакционный список рецензентов по основным научным направлениям, освещаемым в журнале. Назначенный редакцией рецензент в течение 10 дней готовит мотивированный отзыв на статью и передает его в редакцию.

3. Редакция на основании представленной внешней рецензии и заключения назначенного рецензента выносит решение либо о принятии статьи к опубликованию, либо о повторном рецензировании (после исправления автором текста в соответствии с замечаниями рецензента), либо об отказе в публикации. Все рецензии на статьи хранятся в архиве редакции в течение 5 лет.

4. По электронной почте редакция уведомляет автора о том, принят или не принят материал к рассмотрению, и если принят, сообщает автору замечания по содержанию и оформлению рукописи, которые необходимо устранить до передачи текста на рецензирование.

5. Редколлегия обязуется направлять копии рецензий в Министерство образования и науки РФ при поступлении соответствующего запроса.

6. Редакция согласовывает с автором исправления, дополнения и т. п., которые необходимо внести в статью по рекомендации рецензентов. Автор пересылает исправленный текст в редакцию по электронной почте.

7. Статьи, одобренные редколлегией, 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. Для публикаций, имеющих DOI, необходимо указывать соответствующую ссылку. Например:

Бернштам Т. А. Приходская жизнь русской деревни. СПб., 2005.

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).

Герцен А. И. С того берега // Соч. : в 9 т. М., 1956. Т. 3. С. 58–112.

...

Коробкин М. Уральское хозяйство и внешний рынок // Хоз-во Урала. 1925. № 27. С. 8–10.

Куропаткин А. Н. Отчет генерал-адъютанта Куропаткина : в 4 т. Санкт-Петербург ; Варшава, 1906–1907. Т. 1.

Николаев И. А., Марушкина Е. В. Бедность в России // Экономический анализ. М., 2005. URL: <http://www.fbk.ru> (дата обращения: 12.01.2012).

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.

Smyth A. Nationalism and modernism. URL: <http://www.e-bookspdf.org/download/nationalism-and-modernism-anthony-d-smith-pdf.html> (accessed: 02.09.2014).

Walker B. M. No more heroes any more: the 'older brother' as role model. DOI: <https://doi.org/10.1080/03057640701706169>

- б) во внутритекстовых ссылках в квадратных скобках указываются фамилии авторов (если документ создан 1–3 авторами) или заглавие (4 и более авторов, коллективные сборники), при цитировании — номер страницы. При ссылке на многотомное издание в скобках после фамилии автора ставится номер тома и номер старницы. Год издания указывается лишь в том случае,

если есть ссылки на другие книги этого автора. Если один и тот же автор опубликовал в одном году несколько работ, на которые делаются ссылки, то и в тексте и в списке к году добавляется литера. Если в квадратных скобках нужно указать несколько источников, то фамилии авторов разделяются точкой с запятой.

Примечание. При цитировании электронных ресурсов страницы не указываются.

в) отсылки на архивные документы в тексте оформляются аналогично: в квадратных скобках, между элементами отсылки ставится запятая. Ссылки на архивный источник за текстом — по правилам оформления затекстовых ссылок. Название архива, если оно не является общепринятым, расшифровывают:

ГАСО (Гос. арх. Свердл. обл.). Ф. 773. Оп. 1. Д. 27. Л. 14–14 об.

РГИА. Ф. 773. Оп. 1. Д. 27. Л. 14–14 об.

3. Работы докторантов (до 0,5 а. л., 20 000 знаков с пробелами) и аспирантов (до 0,4 а. л., 16 000 знаков с пробелами) должны содержать основные совокупные, а не фрагментарные результаты проведенного научного исследования.

4. Диаграммы, графики и схемы в тексте должны быть доступны для редактирования (редакторами Word или Excel), рисунки прилагаются к основному тексту отдельными файлами в формате .jpg.

Адрес редакции: 620000, Свердловская обл., г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51. УрФУ, ИПЦ
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